



SUMARIO

Preliminar

Índice

Introducción

Capítulo I

Estudio de Mercado

Capítulo II

Estudio Técnico e Ingeniería del Proyecto

Capítulo III

Estudio Económico

Capítulo IV

Evaluación Financiera del Proyecto

Capítulo V

Análisis de los Impactos del Proyecto

Conclusiones y Recomendaciones

Glosario

Anexos



PRELIMINARES

ANTECEDENTES

Desde la aparición del hombre sobre la tierra, el tipo de alimentos que éste ha tenido que ingerir para su sustento, ha variado a través de los "tiempos", debido a que se vio obligado a adaptar a aquellos que tenía más próximos y le era más fácil obtener con las escasas herramientas que poseía. Como ejemplo, sirva citar los estudios sobre los restos del ser humano más antiguo encontrado hasta la fecha (nos referimos al hombre de Atapuerca-Burgos)

Se ha llegado a la conclusión de que era carroñero y disputaba sus "manjares" con otros animales de iguales características alimenticias. En su andar en busca de víveres, se iba encontrando nuevos tipos a los que se veía obligado a adecuar. La disponibilidad de la caza mayor iba disminuyendo y tenía que alimentarse de la caza menor, del marisco (en algunas áreas) y sobre todo de plantas comestibles. Esta fase adaptativa empezó hace unos 100.000 años.

Hace unos 12.000 años se inicia la primera revolución agrícola. Esto suponía una fuente fija de proteínas. Debemos tener en cuenta la gran variabilidad en las cifras recogidas en las cosechas; lo que conllevaba una alimentación irregular y a épocas de hambre. El resultado final de las recolecciones se veía muy afectado por la climatología, contra la cual era muy difícil luchar. El almacenamiento de sobrantes, en años buenos de producción, tampoco era el más eficaz. Lo que ocasionaba una alimentación irregular.



Desde los inicios de la civilización ha habido personas interesadas en la calidad y seguridad de los alimentos. Pero fue hasta Hipócrates que la nutrición fue relacionada con la salud, ya que este dio recomendaciones sobre la dieta, que como se sabe no solo se refería a la alimentación, sino a las normas de vida en general y para Hipócrates a mayor alimentación mayor salud. En 1202 el rey Juan de Inglaterra promulga la primera Ley Inglesa de Alimentos.

Desde antes de Cristo, en los siglos IV y V a C., el ideal griego decía “Excelencia en todo”. Los dioses representaban excelencias en distintas categorías. La regla de oro era el término medio, “Nada en exceso”. Los griegos eran humanistas y el mandato platónico era “Conócete a ti mismo”. Aun hoy se recuerdan estas dos enseñanzas que se leían en la antigüedad en el templo de Apolo.

Si bien estas dos enseñanzas hacen referencia a un lugar y a un tiempo de la historia de la humanidad, hoy pueden relacionarse con la alimentación.

En la historia del ser humano el primer vínculo afectivo que se establece es a través de la alimentación, la conexión con la mirada de la madre, el contacto corporal, los latidos del corazón, el sabor de la leche materna, los olores particulares de la piel y es en ese espacio y en ese tiempo de la historia personal donde se inician los primeros aprendizajes y donde otro, la madre, enseña.

Así como las dos reglas de oro para los griegos eran “Conócete a ti mismo” y “Nada en exceso” así también estas dos reglas de oro pueden transferirse a la alimentación.

El hombre a través del conocimiento de sí mismo, de su historia, de sus vivencias, de las necesidades de su cuerpo, de sus pensamientos, emociones, sentimientos y de sus



relaciones, puede integrarse a la naturaleza, sentirse parte del TODO y vivir en armonía. Y es en esta armonía donde alimentarse no es excederse, es vincularse afectivamente con uno y con el Todo. Es la excelencia en el vivir.

Si el desarrollo de la humanidad se revive en el desarrollo de cada ser humano, si estas reglas de allá y hace tiempo tienen vigencia en el aquí y ahora, si la alimentación se inscribe en la evolución de la humanidad, de cada pueblo en particular y en la vida misma del hombre; es la mujer, la madre, la que trasmite de generación en generación la modalidad de alimentarse. ¿Podría considerarse a la alimentación como una posibilidad de aprendizaje? ¿Podría el hombre aprender a alimentarse a partir del “Conócete a ti mismo”? ¿Permitiría el conocimiento de sí mismo no excederse en la alimentación?

Es la alimentación una oportunidad que el ser humano tiene para encontrarse consigo mismo, con la Naturaleza, con el Todo, desarrollando su capacidad de aprendizaje.

El vínculo que establece el hombre con el alimento en la acción de comer tiene varios aspectos: biológico, psicológico, familiar, sociológico, cultural, económico-laboral, geográfico, político.

A los aspectos antes mencionados se agrega el pedagógico como eje de esta investigación y se plantea la siguiente hipótesis de trabajo:

“Alimentación y Aprendizaje” se integran favoreciendo el crecimiento del ser humano en los distintos momentos de la vida.



JUSTIFICACIÓN

La alimentación y la nutrición son factores importantes en la vida, por la razón que aportan al ser humano sustancias para prevenir dichas enfermedades que asechan por causa de una mala alimentación.

El conocimiento de las necesidades nutricionales constituye la base teórica indispensable para determinar la alimentación ideal de un individuo en cualquier etapa de la vida y en diferentes condiciones ambientales. Es así que nació la necesidad de implementar establecimientos que brindan asesoramiento, charlas entre otros medios que contribuyen en guiar a las personas hacia una buena y correcta alimentación. Actualmente existe carencia de este tipo de compañías en el mercado de la ciudad de Esmeraldas.

Por esta razón nace la idea de efectuar una empresa que preste servicios de asesoramiento de nutrición, que agrupe personal especializado y eficaz referente a actividades dietéticas y nutricionales. El proyecto se encamina a prestar sus servicios confiables, eficiente y económico generalmente a niños; mujeres embarazadas; a ancianos, persona con alguna enfermedad carencial, obesidad, diabetes, problemas cardiovasculares–hipertensión, estreñimiento u otra, incluso persona con un ritmo de vida normal debe tener una guía alimenticia a la mano.



OBJETIVOS

General:

Establecer un estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Asesoramiento de Dietas Alimenticias y Nutrición en la ciudad de Esmeraldas para el público en general.

Específicos:

- a) Determinar el estudio de mercado que demuestre cuantitativamente las necesidades a cubrir, definiendo los servicios que prestaría el centro de alimentación de dietas y nutrición, analizando los precios y demanda del mismo.
- b) Identificar y determinar técnicas suficientes para definir los medios materiales, humanos y estructurales necesarios, teniendo en cuenta otras experiencias similares
- c) Analizar la factibilidad económica de las inversiones a realizar mediante un estudio financiero, así obtendremos la disposición del financiamiento del proyecto.
- d) Definir la estructura organizacional legal que más se adapte a este proyecto.



INDICE

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I

	Página
1. ANALISIS DEL MERCADO	1
1.1. EL SERVICIO	1
1.1.1. Generalidades del Servicio	1
1.1.2. Necesidades que cubre el Servicio	1
1.1.3. Características del Servicio	2
1.1.3.1. Tipo de Servicio	2
1.1.3.2. Servicios Sustitutos	2
1.1.3.2.1. Servicios Sustitutos que brinda Médico Especialista o General	3
1.1.3.2.2. Servicios Sustitutos que brinda Centro de comercialización de productos naturales para la nutrición	3
1.1.3.3. Ciclo de Vida del Servicio	4
1.2. ANALISIS DE LA DEMANDA	4
1.2.1. Mercado a oferta el Servicio	4
1.2.2. Segmento del Mercado	5
1.2.2.1. Caracterización de Mercado	5
1.2.2.1.1. Conducta de Compra de los Clientes	5
1.2.2.1.2. Análisis de Fuentes Secundarias	6
1.2.2.1.3. Análisis de Fuentes Primarias	7
Investigación de Mercado	7
a) Objetivos	7
b) Necesidades de la Información	8
c) Determinar fuentes de datos	9
d) Diseño de la investigación	9
e) Tamaño de la muestra	10
f) Trabajo de campo	11
g) Verificación de la información	12
h) Tabulación, resultados y análisis	12



1.2.3. Proyección de la Demanda	29
1.3. ANALISIS DE LA OFERTA	31
1.3.1. Competencia Directa e Indirecta	31
1.3.2. Aspectos Competitivos	31
1.3.2.1. Servicio que oferta la Oferta	32
1.3.2.2. Canales de Comercialización de la Oferta	32
1.3.2.3. Estrategias de Mercado	33
1.3.3. Aspectos Cuantitativos de la Oferta	33
1.3.3.1. Oferta Actual e Histórica	33
1.3.3.2. Precios y Rendimientos	34
1.3.4. Proyección de la Oferta	35
1.4. ANALISIS COMPARATIVO DE OFERTA Y DEMANDA	37
1.5. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DEL PROYECTO	38
1.5.1. Demanda del Proyecto	38
1.6. PLAN DE MARKETING DEL PROYECTO	39
1.6.1. Plaza	39
1.6.2. Precio	39
1.6.3. Comercialización	40
1.6.4. Promoción	41
1.6.5. Ventaja Competitiva	42
1.6.6. Estrategias Genéricas para Competir	42

CAPITULO II

2. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO	46
2.1. ESTUDIO TÉCNICO	46
2.1.1. Determinación del Tamaño Óptimo del Proyecto	46
2.1.2. Localización Óptima del Proyecto	46
2.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO	47



2.2.1. Diseño del Servicio	47
2.2.2. Diseño de los Procesos del Servicio	48
2.2.2.1. Diagrama y Manuales de Procedimientos	48
2.2.2.1.1. Proceso en General	48
a) Diagrama de Bloque	49
b) Manual General de Procedimiento	50
2.2.2.1.2. Proceso del Servicio Individual Nutricional	51
a) Diagrama del Proceso del Servicio Individual Nutricional	51
b) Manual de Procedimiento de las actividades del servicio	53
2.2.2.1.3. Proceso del Servicio Grupal–Organizacional Nutricional	56
a) Diseño del Servicio Grupal–Familiar Nutricional	56
b) Manual de Procedimiento de las actividades del servicio	57
2.2.3. Requerimientos del Proyecto	59
2.2.4. Distribución de las Instalaciones	65
2.2.4.1. Distribución del área Administrativa y Operacional	65
2.2.4.1.1. Plano de Distribución del área de administración	66
2.2.4.1.2. Plano de Distribución del área operacional	67
2.2.5. Organización Funcional y Organigrama General de la Empresa	68
2.2.5.1. Organigrama Estructural	68
2.2.5.2. Organigrama Funcional	68
2.2.5.3. Aspectos Legales de la Empresa	76
2.2.5.3.1. Constitución	76
2.2.5.3.2. Aspectos Relacionados con la Empresa	76
a) Normas, Reglamentos y Leyes relacionada con la salud nutricional	76
b) Sistema Tributario y Legal	77
i. Obligación Tributaria	77
ii. Permisos de Funcionamiento del Centro	78
c) Normas y Procedimientos	79
i. Reglamento Interno	79
ii. Préstamo Bancario	79

CAPITULO III



3. ESTUDIO ECONÓMICO	80
3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO ECONÓMICO	80
3.2. DETERMINACIÓN DE COSTOS	81
3.2.1. Detalles de Requerimientos	81
3.2.1.1. Costos de Enseres y Suministros de Limpieza	81
3.2.1.2. Costos de Suministros de Oficina	82
3.2.1.3. Costos de Inventario de Consumo	83
3.2.1.4. Costos de Muebles y Enseres de Oficina	83
3.2.1.5. Costos de Equipo Tecnológicos	84
3.2.1.6. Costos de Equipo de Oficina	85
3.2.1.7. Costos de Maquinarias y Equipo	85
3.2.1.8. Costos de Personal Operativo	86
3.2.1.9. Costos de Personal Administrativo	87
3.2.1.10. Costos de Servicio Básicos	88
3.3. INVERSIÓN TOTAL INICIAL	89
3.4. DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	90
3.4.1. Depreciaciones de los Activos Fijos	90
3.4.2. Resumen de Depreciaciones de los Activos Fijos	94
3.4.3. Amortización del Crédito	95
3.4.4. Amortizaciones de Activo Diferido	99
3.5. GASTOS OPERACIONALES	100
3.6. CAPITAL DE TRABAJO	101
3.7. PUNTO DE EQUILIBRIO	102
3.7.1. Pronostico de Venta	102
3.7.2. Costos	102
3.7.3. Representación gráfica del Punto de Equilibrio	104
3.8. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO	107
3.9. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	109

CAPITULO IV

4. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	111
4.1. FUENTE DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	111



4.1.1. Indicadores Financieros del Proyecto	112
4.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN	114
4.2.1. Explicación de los Resultados	114
4.2.2. Valor Actual Neto (VAN)	115
4.2.3. Tas Interna de Retorno (TIR)	115
4.2.4. Periodo de Recuperación de la Inversión	115

CAPITULO V

5. ANALISI DEL IMPACTTO DEL PROYECTO	116
5.1. IMPACTO CULTURAL	116
5.2. IMPACTO SOCIOECONÓMICO	116
5.2.1. Mecanismo para atenuar el Impacto Socioeconómico	117
BIBLIOGRAFÍA	118
CONCLUSIONES	120
RECOMENDACIONES	123
GLOSARIO	125



INTRODUCCIÓN

La idea de implementar una empresa que preste servicio para la mejora y la estabilidad de la salud nutricional en la ciudad de Esmeraldas surge desde el momento que no existe los especialista con experiencias y confiables en lo referente a nutrición. Este proyecto va encaminado a prestar el servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición a todos los hogares de la ciudad de Esmeraldas, así como también a futuro al personal de las organizaciones de la provincia.

En el capítulo 1, se detalla las generalidades del servicio, las características y necesidades que cubre, analizando el mercado de la ciudad de Esmeraldas, en cuanto a la demanda y oferta existente, para así poder determinar la demanda insatisfecha y el porcentaje de participación que pensamos ocupar en el mercado.

En el capítulo 2, se detalla el estudio técnico e ingeniería del proyecto, determinando el tamaño y localización óptima del mismo, así como el diseño de los distintos procesos del servicio de nutrición, los requerimientos y la organización de la empresa.

En el capítulo 3, se efectúa el estudio económico, donde se puntualiza la inversión total del proyecto, las inversiones a realizar, el capital de trabajo necesario para operar,



puntualizando además los distintos costos a incurrir, mostrando el Estado de Resultados y Balance General proyectados para la vida útil del proyecto.

En el capítulo 4, se realizó la evaluación del proyecto, tomando en cuenta distintos criterios de evaluación tales como: VAN, TIR, periodo de recuperación de la inversión, relación beneficio–costo, índices financieros, que nos mostraron la factibilidad del proyecto.

En el capítulo 5, se enfatizó en los distintos impactos del proyecto, tanto en el medio cultural y socioeconómico. Una vez desarrollado los capítulos anteriormente mencionados, se pudo determinar la viabilidad del proyecto en cada una de sus fases.



Capítulo I

1. ANALISIS DEL MERCADO

1.1. EL SERVICIO

1.1.1. Generalidades del Servicio

El servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición, se define de manera general como un proceso medico y educativo, que conlleva a una cultura en la alimentación correcta que debe tener el ser humano para evitar enfermedades que asechan por mala alimentación. Para esto se pretende crear una empresa legalmente constituida que garantice el servicio eficaz y económico, ya que contara con un personal calificado y confiable para satisfacer las necesidades y expectativas de los posibles clientes.

1.1.2. Necesidades que cubre el Servicio

El servicio a prestar cubrirá la necesidad existente en el mercado de la ciudad Esmeraldas, de contar con una empresa que atienda los requerimientos de asesoramiento familiar e individual de la salud nutricional, que al mismo tiempo les brinde la confianza y el respaldo de un personal altamente capacitado para desempeñar eficientemente todas las



ocupaciones referentes a este servicio. El centro de dietas alimenticias y nutrición responde a las necesidades y expectativas de los clientes que buscan una empresa que brinde y garantice servicios especializados en el cuidado de la nutrición en familia.

1.1.3. Caracterización del Servicio

1.1.3.1. Tipo de Servicio

El centro de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición estará dirigido hacia la familia en general y personal de organizaciones en la zona urbana de la ciudad de Esmeraldas, específicamente en los sectores de nivel socio económico medio – alto siendo esta clase de servicio de consumo final.

Los servicios ofertantes pasarán por un estricto control de calidad, nuestro personal estará altamente capacitado en el servicio a dar y crearemos en ellos una cultura organizacional que nos permita consolidar la imagen de confianza que deseamos proyectar hacia nuestros clientes aumentando lo tangible de nuestro servicio encaminado a la salud nutricional de las personas.

Uno de los objetivos a la hora de atenderles a nuestros posibles clientes se encontrarán con una evaluación completa de sus pautas alimentarias, para identificar los posibles errores, y así posteriormente apoyar a la educación nutricional y a la elección de la mejor dieta o menú; esto corresponde al servicio especializado de asesoramiento nutricional/dietas alimenticias.



En el plano personal, podemos realizarle estudios preliminares de sus hábitos de alimentación, para corregirlos y ofrecerle una serie de dietas individuales y personalizadas, adaptadas a su modo de vida. Así podrán contar con el centro si necesita apoyo en el campo alimenticio, si padece alguna enfermedad o si practica algún tipo de deporte, para todo estos podemos ofrecer soluciones.

1.1.3.2. Servicios Sustitutos

1.1.3.2.1. Servicio que brinda un Médico Especialista y de Medicina General

Existen varios galenos en la especialidad de nutrición que ofertan el servicio debido de la salud nutricional en el cantón de Esmeraldas, son profesionales que ejercen sus actividades de forma particular y muy restringida ya que no cuenta con estructura o centros únicos que otorgan la y confiabilidad del servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición

Los médicos especialistas en medicina general constituyen una alternativa al uso del servicio indirecto que brindaremos, por lo que poseen conocimientos concurrentes en cuanto a la nutrición del ser humano, tales que los clientes pueden seguir algún régimen nutricional; esto es lo que comúnmente sucede en el mercado a incursionar; el servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición, pero no descarta que sea efectivo ya que realmente el especialista del servicio es el nutricionista.

1.1.3.2.2. Servicio que brindan en Centros de Comercialización de Productos Naturales para la nutrición.



Estos centros se dedican a la comercialización de productos naturales que influyen en la nutrición del ser humano, tales para evitar enfermedades y tener en forma el cuerpo; estos datos los obtuvimos a través de la investigación de mercado en donde relacionando con el servicio que ofertaremos sería una alternativa, sin embargo no exclusivo por la razón de que nuestro servicio se objetiva en presta atención nutricional normal y clínica a niños, adolescentes, adultos, ancianos, embarazadas y deportistas; dotado de los más modernos equipos y dirigido por personal médico y nutricionista altamente capacitado dedicado a prestar un servicio de calidad a fin de asegurar un estado nutricional normal a sus pacientes.

1.1.3.3. Ciclo de Vida del Servicio

El centro de asesoramiento de dietas alimenticias se realiza incipientemente en el mercado de la ciudad de Esmeraldas, ya que en el mercado antes mencionado no existe una empresa que brinde específicamente el servicio de asesoramiento de dietas alimenticias.

Nuestra empresa plantea brindar un servicio de nutrición en general acorde a las necesidades y expectativas del mercado, teniendo como ventaja competitiva la calidad del servicio, los buenos precios, la efectividad y seriedad del personal y sobre todo las nuevas aéreas en las que incursionaremos.

En lo posterior para lograr mantenerlos en el mercado, planeamos incrementar nuevos servicios nutricional – estético e innovar los ya existentes, así mismo implementar todas las acciones y estrategias necesarias para hacer frente a la conducta cambiaría del entorno.



1.2. ANALISIS DE LA DEMANDA

1.2.1. Mercado a ofertar el Servicio

En el cantón Esmeraldas, parroquia “Luis Tello” dada la investigación dio como resultado que nuestra ciudad no cuenta con empresas que ofrecen el servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición en especial. Por esta razón incursionaremos en esta plaza que a través de un centro especializado atienda las exigencias de asesoramiento y control nutricional con el objetivo que los miembros de las familias esmeraldeñas cuenten con dicho servicio.

1.2.2. Segmentación del Mercado

Para introducir un determinado servicio en el mercado es necesario identificar a que segmento del mismo nos vamos a dirigir y que necesidades pretendemos cubrir, por lo cual realizamos una segmentación socio demográfica, enfocándonos en la zona urbana del cantón Esmeraldas, en los sectores de nivel económico alto – medio de la parroquia Luis Tello. Estos diversos sectores que fue donde se realizó la investigación de mercado son los siguientes: parque Las Palmas, Tercer Piso, El Panecillo, sectores que fueron seleccionados por la alta plusvalía que tienen.

1.2.2.1. Caracterización del Segmento de Mercado

1.2.2.1.1. Conducta de Compra de los Cliente

Para entender la conducta de compra de los clientes, es necesario identificar en primera instancia cuáles son las necesidades de que demanda el segmento de mercado al que apunta el proyecto. Así observamos que día a día los seres humanos para desarrollar las



actividades cotidiana necesitamos alimentarnos y poseer un estado de salud bueno; por lo tanto necesitan personal idóneo que se identifique a brindar el servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición del cual se conseguirá mantener una nutrición adecuada para cada miembro de la familia.

Actualmente en el mercado carece de estos centros que brinde el servicio antes mencionado por la falta de calidad, altos precios del servicio, entre otros aspectos. Debido a esta situación los clientes se inclinan a seguir un control nutricional con su médico de cabecera sin precisar la factibilidad del servicio, siendo nuestro propósito el de ofertar en dicho mercado el cumplimiento de todas esas expectativas que posee nuestros posibles clientes.

Por ser nuevo el servicio que prestaremos, el riesgo percibido por los clientes va a ser elevado, ya que se enfrentan a una nueva clase de servicios para lo cual se suministrará la mayor cantidad de información posible.

1.2.2.1.2. Análisis de Fuente Secundaria

Se necesitaron de varias fuentes para poder estudiar la demanda de servicio de control de nutrición existente en el mercado del cantón de Esmeraldas, entre ellas tenemos: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Cámara de Comercio, Servicio de Rentas Internas (SRI), Municipio del cantón Esmeraldas, Bibliotecas, Internet.

- ⊙ INEC: Donde obtuvimos información veraz respecto a la población del cantón Esmeraldas, canasta familiar, ingresos, vivienda y otros indicadores estadísticos que nos brindaron la información requerida.



- ⊙ Cámara de Comercio de Esmeraldas: Se nos facilitó un listado con los nombres de las empresas afiliadas a este organismo, con el fin de identificar nuestra posible competencia; además posibles clientes institucionales.
- ⊙ SRI: Esta institución gubernamental nos permitió acceder la información respecto a empresas existentes relacionadas con todo tipo de servicio de asesoramiento de nutrición. También pudimos identificar aquellas empresas de diferentes clases existentes de la ciudad de Esmeraldas y que podrán ser nuestros futuros clientes.
- ⊙ Municipio del cantón Esmeraldas: nos brindaron información de la estructura geográfica del cantón, lo cual nos ayudo a identificar las áreas de las parroquias de la ciudad y realizar con método aleatoriamente la investigación de mercado.
- ⊙ Bibliotecas: Entre varias bibliotecas están la de la PUCESE y el Colegio Fiscomisional Sagrado Corazón que otorgaron información relevante relacionada a datos de la nutrición en nuestra provincia.
- ⊙ Internet: A través de este medio pudimos conocer si existen empresas del tipo de cual deseamos ejemplar y a que segmento del mercado de Esmeraldas ellos se dirigen.
- ⊙ Sin embargo, las fuentes secundarias no se obtuvo la información necesaria para cuantificar la demanda, por lo que considerando la necesidad de reunir las fuentes primarias para analizar esta fuerza de mercado.

1.2.2.1.3. Análisis de Fuente Primarias

El análisis de estas fuentes primarias nos proporcionar información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos, para lo cual se realizó una encuesta a una muestra piloto (anexo 1.1) en diferentes sectores escogidos al azar de la zona urbana de la ciudad de Esmeraldas, lo cual dio la pauta para visualizar la



demanda existente del servicio de limpieza, así como las necesidades, gustos y preferencias en el mercado.

Investigación de Mercado

a) Objetivos

Objetivo General

Cuantificar el consumo promedio anual de servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición por vivienda en los sectores de nivel económico alto - medio de las familias esmeraldeñas de la urbe del cantón Esmeraldas.

Objetivos Específicos

- ⊙ Diseñar una encuesta y cuestionario para reunir toda la información esencial que nos permita conocer la realidad del mercado.
- ⊙ Aplicar una encuesta piloto al sector familiar para obtener la información necesaria sobre el consumo del servicio.
- ⊙ Tabular y graficar según los datos obtenidos en las encuestas y entrevista para facilitar la interpretación de los resultados
- ⊙ Analizar e interpretar los resultados arrojados para conocer la viabilidad del proyecto.

b) Necesidades de Información



Para el estudio del presente proyecto se necesita recopilar la siguiente información:

- Conocer el total de miembros de una familia de una vivienda ocupadas en la zona de la urbe del Cantón Esmeraldas de las cuales tomaremos en consideración las casas, villas y departamentos.
- Determinar cual es el ingreso promedio que perciben las familias, que nos sirva de indicador para saber cuales y cuanta de ellas pueden acceder a los servicios a ofertar, e identificar a que sector socioeconómico nos vamos a dirigir.
- Necesitamos saber el porcentaje de familias que se preocupan por las faenas alimenticias nutricional en sus hogares y que tiempo le dedican a esta actividad.
- Establecer el grado de conocimiento que poseen los posibles clientes de la alimentación que existe en sus hogares, para determinar la importancia que le dan a la nutrición en la misma.
- Conocer cuales son las expectativas que tienen los futuros clientes con respecto a los servicios que se ofertara.
- Determinar en que otras áreas podemos introducir nuestros servicios.
- Recopilar información de la competencia existente en el mercado ya sea esta directa e indirecta.

c) Determinar Fuentes de Datos

Para efectos del presente estudio se utilizará como fuente de información la encuesta y entrevistas, que serán aplicadas al segmento del mercado que he definido en el área de las familiares. Para lo cual se seleccionará una muestra representativa que permita una visión global del mercado. Para analizar las áreas antes mencionadas me dirigí a diversos



sectores como: parque Las Palmas, Tercer Piso, El Panecillo que fueron seleccionados por la plusvalía que tienen.

d) Diseño de la Investigación

- i. Elaborar el diseño de la entrevista y encuesta, redactando preguntas claves que nos proporcionen la información necesaria para conocer lo concerniente al servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición.
- ii. Tomar una muestra representativa del universo al cual se dirijan los servicios del proyecto.
- iii. Elegir en qué sectores se desarrollará la investigación, tomando en cuenta la segmentación del mercado realizada.
- iv. Realizar un cronograma de trabajo, que indique la cantidad de encuestas y entrevistas diarias a efectuar
- v. Realizar las encuestas y las entrevistas según el cronograma de trabajo.
- vi. Tabulación y análisis de los resultados

e) Tamaño de la Muestra

El número de encuestas a realizar al sector de las familias esmeraldeñas se determinó mediante el cálculo del tamaño de la muestra, considerando como universo el total de viviendas de tipo casa, villa y departamento, ocupadas en el área urbana de la ciudad de



Esmeraldas sobre todo en la parroquia Luis Tello, en los sectores socioeconómico alto – medio, debido a que representan nuestro segmento potencial de mercado.

Tabla N° 1
GRÁFICO VIVIENDAS OCUPANTES EN EL CANTÓN ESMERALDAS

N° Hogar	Casa o Villa	Departamento	Cuarto	Mediagua	Rancho	Covacha	Choza	Otra Particular	Total
1	17.184	2.101	1.545	618	683	215	3	115	22.464
2	22	–	–	1	–	–	–	–	23
3	2	–	–	–	–	–	–	–	2
TOTAL	17.208	2.101	1.545	619	683	215	3	115	22.489

Fuente: INEC (Censo Poblacional y Vivienda 2001)

Elaborado: Autora del Proyecto

Calculo consiste en lo siguiente:

Fórmula utilizada:

$$N = \frac{Z^2}{(N - 1)E + Z P Q}$$

Donde:

N= Universo; P= Probabilidad de éxito; Q= Probabilidad de fracaso; Z= Nivel de confianza deseado; E= Error máximo permitido

**Datos:**

N= 20.854; P= 50%; Q= 50%; Z= 1,96; E= 8%

$$N = \frac{1.96^2}{(20854-1)0.08 + 1.96(0.50)(0.50)}$$

Nota: N= 20.854 según datos de la INEC, tome como referencia suma las tres primeras categorías Casa o Villa; Departamento; y Cuarto

$$N = 149,7$$

De los cálculos se desprende la siguiente información sobre el tamaño de la muestra:

Tabla N° 2
TAMAÑO DE LA MUESTRA

Área	Encuestas a Aplicar
Vivienda-Hogar	150
TOTAL	150

Elaborado: Autora del Proyecto

En cuanto a las entrevistas a realizar tenemos que se desarrollará por la importancia de la información que puedan otorgar varias organizaciones en relación a la competencia que tuviese el proyecto a ejecutar. También vale recalcar que se empleara entrevistas a posibles clientes organizacionales en donde podemos brindar el servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición a los empleados de la misma.

f) Trabajo de Campo

Las encuestas y las entrevistas fueron realizadas por la parte interesada, del cual esta capacitada para realizar la recopilación de los datos, y a la vez coordina y organiza toda la



información. Además se contó con los recursos económicos, técnicos y los materiales necesarios para la realización de la investigación.

En lo referente a las encuestas en las diferentes familias del sector de la parroquia Luis Tello, la investigación duro una semana, gracias al plan de trabajo trazado de realizar 30 encuestas diarias por parte de la autora del proyecto, culminado al quinto día de la semana con el tamaño de la muestra de (150 encuestas).

Por otro lado, realizamos las entrevistas en un período de 15 días, dirigiéndonos a la competencia indirecta existente en el mercado de la ciudad de Esmeraldas, y así adquirir información relevante para incursión en el mercado el servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición.

g) Verificación de la Información

Fue la autora quien realizo la investigación por lo que certificamos la veracidad y objetividad de la información obtenida de las encuestas y entrevistas, asegurando que el proyecto quedará fundado sobre bases sólidas que permitirán su desarrollo.

h) Tabulación

La tabulación de las encuestas es de forma manual porque el número de datos son limitados. La recopilación de datos se la hizo a través de entrevistas a directivos de alguna organizaciones y encuestas a personas que podrían convertirse en nuestros clientes potenciales, estos datos son presentados de manera descriptiva y a través de tablas estadísticas. Las técnicas utilizadas son las del porcentaje y lo podemos visualizar a través de los gráficos pastel, mostrando sus respectivos indicadores.



TABULACIÓN Y GRÁFICOS DE LA ENCUESTAS APLICADA A LA MUESTRA DE LA DEMANDA POTENCIAL EN EL SECTOR DE LA PARROQUIA "LUIS TELLO"

Tabla N° 3

1. ¿Sigue Ud. algún orden alimenticio o dieta en especial?

Alternativas	Cantidad	%
Siempre	26	17%
Casi Siempre	49	33%
A veces	39	26%
Nunca	36	24%
TOTAL	150	1,0

Fuente:
Elaborado:

Encuestas
Autora del Proyecto

❑ Análisis del Resultado

Como podemos observar en cuantos a los datos que otorgaron los encuetados en relación al orden alimenticio o dieta que persiguen, tomaron como mayor opción CASI SIEMPRE con un 33%; lo cual indica que en nuestra sociedad le da importancia a la obligación alimenticia que se debe ingerir en día a día, sin olvidar que relacionando los porcentaje de las otras opciones no es mucha la diferencia.



En análisis tenemos que nuestros posibles clientes que persiguen dieta sería óptimo el servicio a incursionar, por lo que nuestros especialistas buscarían la estrategia de asesorar y llevar control de la dieta saludable y viable del cliente. En cuanto a los que no rigen dieta tampoco sería problema ya que el servicio cuenta con un proceso de cultura nutricional lo cual llevaría al cliente a presidir un orden alimenticio que es lo ideal para llevar vida sana.

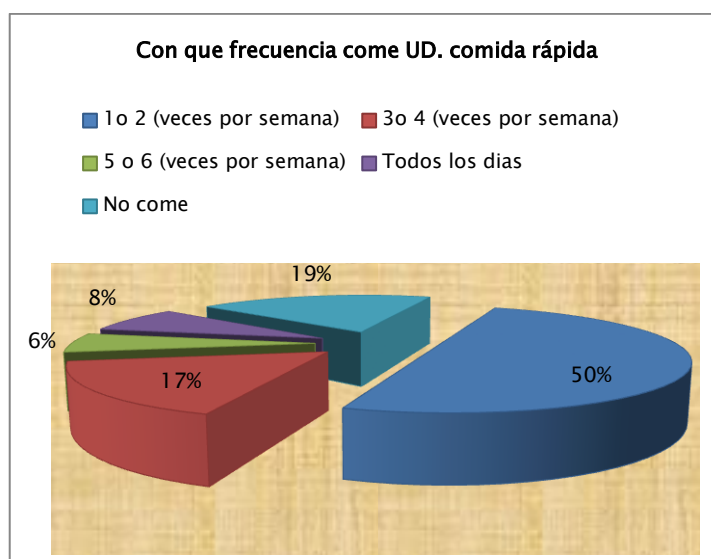


Tabla N° 4

2. ¿Con que frecuencia come UD. comida rápida?

Alternativas	Cantidad	%
1 o 2 (veces por semana)	75	50%
3 o 4 (veces por semana)	25	17%
5 o 6 (veces por semana)	9	6%
Todos los días	12	8%
No come	29	19%
TOTAL	150	1,0

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autora del Proyecto



□ Análisis del Resultado

Los resultados refieren que un 50% de las personas encuestadas consumen de 1 o 2 veces por semana comida rápida.



Por lo general los encuestados supieron manifestar quienes ingieren comida rápida en mayor cantidad son los niños y jóvenes tanto en casa como fuera de ella es decir en los centros de educativos, parques entre otros. Por lo tanto aplicando el servicio de asesoramiento de nutrición y dietas alimenticias podríamos inculcar una educación y cultura nutricional con el cual sustituiría la comida chatarra en comida ligera, nutritiva y rápida de hacer.

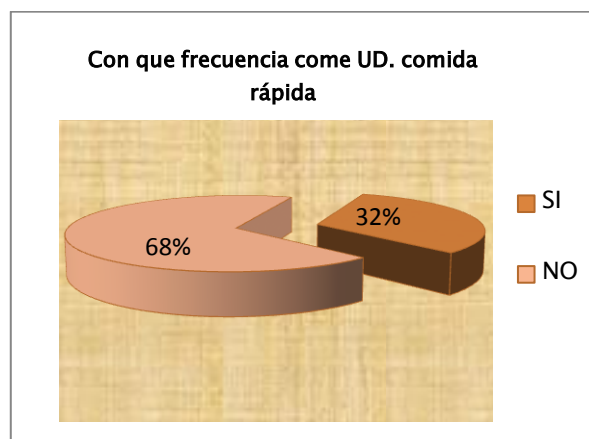


Tabla N° 5

3. ¿Se fija UD. en las calorías que ingiere al momento de alimentarse?

Alternativas	Cantidad	%
SI	48	32%
NO	102	68%
TOTAL	150	1,0

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autora del Proyecto



❑ Análisis del Resultado

Es claro y evidente que nuestra sociedad esmeraldeña no se fija realmente en la cantidad de nutrientes que consume a la hora de alimentarse, lo que perjudica en totalidad la nutrición del individuo. El alto porcentaje de la alternativa del NO indica que no realizamos la acción de establecer las calorías que consumaremos para conseguir todas



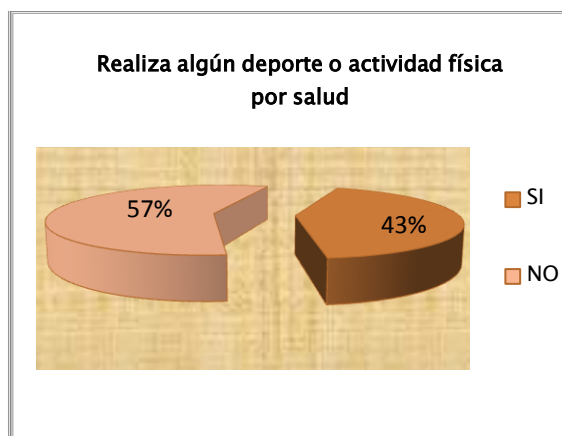
las energías que necesitamos en el día, dependiendo de nuestra edad, labor, sexo, entre otros aspectos.

Tabla N° 6

4. ¿Realiza algún deporte o actividad física por salud?

Alternativas	Cantidad	%
SI	64	43%
NO	86	57%
TOTAL	150	1,0

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autora del Proyecto



❑ Análisis del Resultado

En cuanto a las actividades físicas o deporte que realiza las personas, los datos de los encuestados no varía; es decir la alternativa del NO es del 57% en relación al SI es del



43%. Estos resultados manifiestan que la mayoría no realiza actividad física por falta de tiempo, no hay cultura física y otros aspectos.

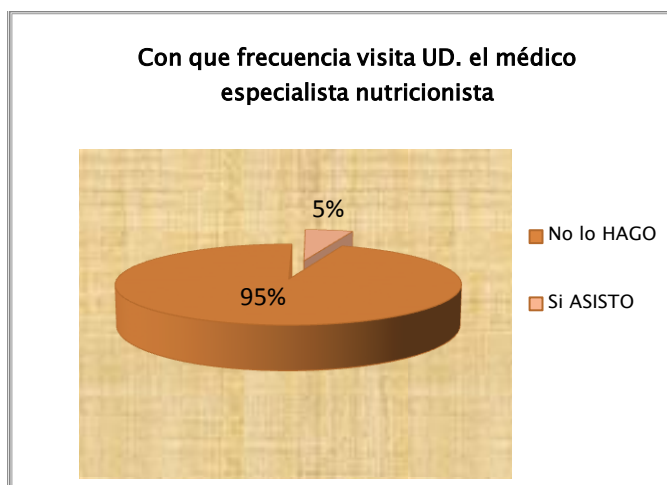
El servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición ejecuta un papel fundamental en la parte física del cliente por lo tanto se podría sustituir la actividad física o realizar un deporte con dietas, estrategias exitosas que servirán para mantener cuerpo y alma sana.

Tabla N° 7

5. ¿Con que frecuencia visita UD. el médico especialista nutricionista?

Alternativas	Cantidad	%
No lo HAGO	142	95%
Si ASISTO	8	5%
TOTAL	150	1,0

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autora del Proyecto



□ Análisis del Resultado

Los datos acerca de esta interrogación tenemos que nuestros encuestados un 95% no asisten al especialista de nutrición por la obvia razón de que no hay en la ciudad de Esmeraldas, el restante es decir el 5% lo realiza pero fuera de nuestra provincia. Este 95%



de encuestado manifestaron que su régimen nutricional lo consideran con su medico de cabecera o médico general.

Por lo tanto incursionando el servicio de nutrición y dietas alimenticias cubriríamos las necesidades de la demanda existen en la ciudad. Se satisfaría a los posible cliente, ahorrándole trasladarse a otra provincia para cuidar de su salud.

Tabla N° 8

6. ¿Tiene UD. una alimentación saludable?

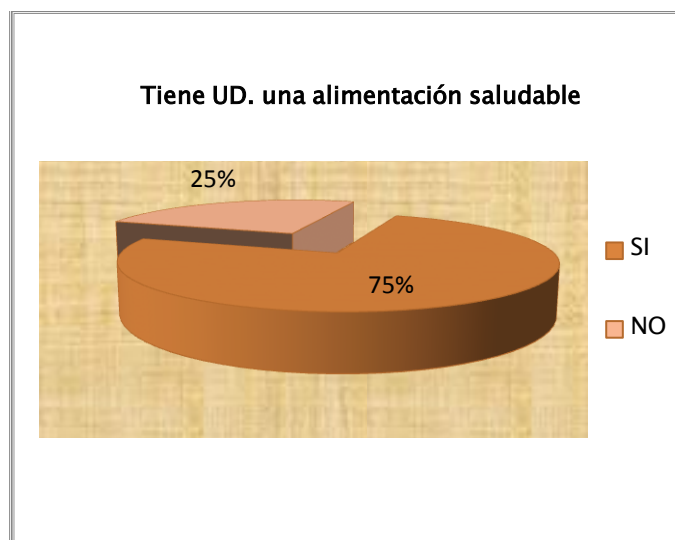
Alternativas	Cantidad	%
SI	112	75%
NO	38	25%
TOTAL	150	1,0

Fuente:

Elaborado:

Autora del Proyecto

Encuestas



❑ Análisis del Resultado

Un porcentaje del 75% manifiesta que posee una alimentación saludable, por lo cual podemos referir que es principal ya que la cultura y el asesoramiento que deseamos



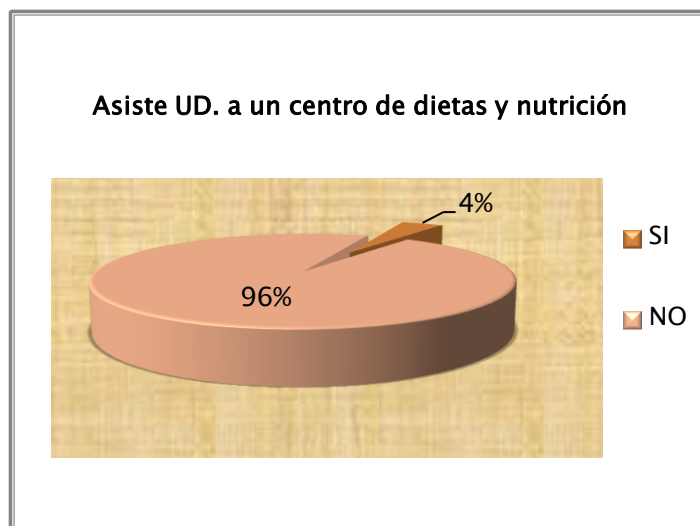
incursionar a través del proyecto será optimo por la debida importancia que le da las personas a la alimentación que persigue cada día

Tabla N° 9

7. ¿Asiste UD. a un centro de dietas y nutrición?

Alternativas	Cantidad	%
SI	6	4%
NO	144	96%
TOTAL	150	1,0

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autora del Proyecto





❑ Análisis del Resultado

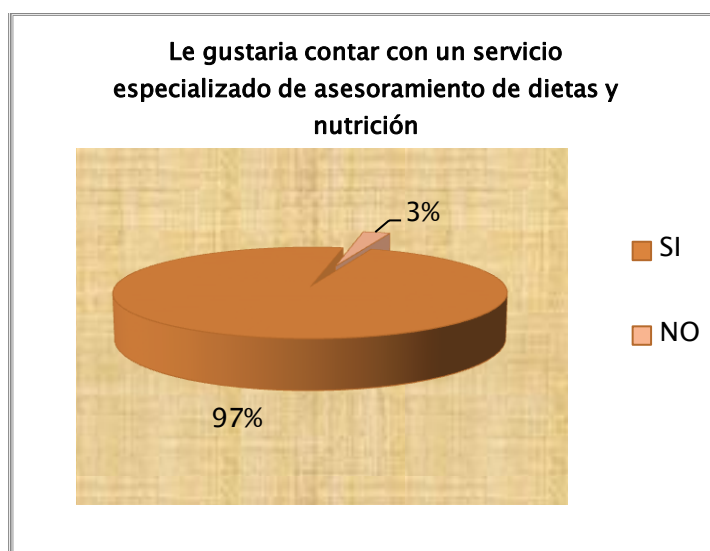
Tenemos que el 96% de los encuestados no asisten a un centro que brinde el servicio de dietas y nutrición, por la razón de que no existe en la ciudad de Esmeraldas; por lo tanto es una ventaja competitiva ya que cubriríamos con el servicio a brindar a la demanda insatisfecha que hay en el mercado.

Tabla N° 10

8. ¿Le gustaría contar con un servicio especializado de asesoramiento de dietas y nutrición?

Alternativas	Cantidad	%
SI	146	97%
NO	4	3%
TOTAL	150	1,0

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autora del Proyecto



❑ Análisis del Resultado



Como podemos observar del total encuestados el 97% desean contar con el servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición, que tiene como propósito el proyecto en tanto el de incursionar en el mercado de Esmeraldas. Esta es información notable para la ejecución del proyecto ya que consideraríamos como una posible demanda que requiere de nuestros servicios.

Con el servicio innovador a incursionar se espera captar a muchos clientes y sobre todo la aceptación del mismo en el mercado de la ciudad de Esmeraldas.

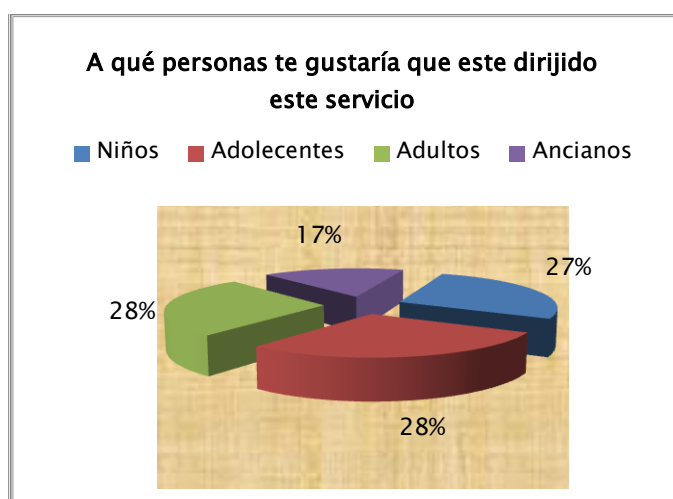
Tabla N° 11

9. ¿A qué personas te gustaría que este dirigido este servicio?

Alternativas	Cantidad	%
Niños	99	27%
Adolescentes	103	28%
Adultos	101	28%
Ancianos	62	17%
TOTAL	365	1,0

Fuente: Encuestas

Elaborado: Autora del Proyecto



□ Análisis del Resultado



Las personas encuestadas supusieron manifestar el servicio a ofertar este dirigido sobre todo a niños, adolescentes y adultos sin desertar a los adultos mayores que son los ancianos. Por lo tanto no hay límite de edad del cual este restringido el servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición.

Tabla N° 12

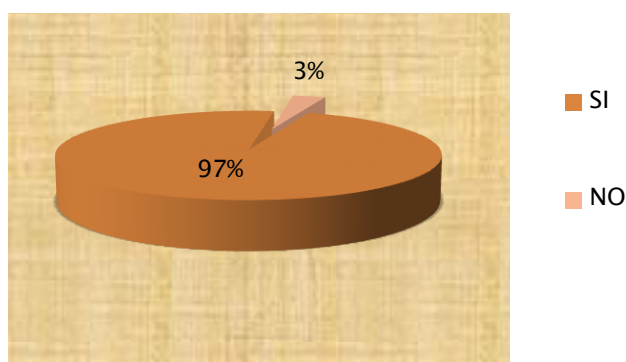
10. ¿Le gustaría contar con un verdadero SPA (salud por medio del agua) dentro del centro de nutrición y dietas alimenticias?

Alternativas	Cantidad	%
SI	145	97%
NO	5	3%
TOTAL	150	1,0

Fuente: Encuestas

Elaborado: Autora del Proyecto

Le gustaría contar con un verdadero SPA dentro del centro de nutrición y dietas alimenticias



☐ Análisis del Resultado



Con un 97% se presenta en la gráfica la conformidad de la implementación de un SPA en el centro de dietas alimenticias y nutrición, que serviría mucho tanto para la innovación del servicio a ofertar como la atracción de nuevos clientes que se beneficiarán de un servicio especializado en salud, nutrición y estética.

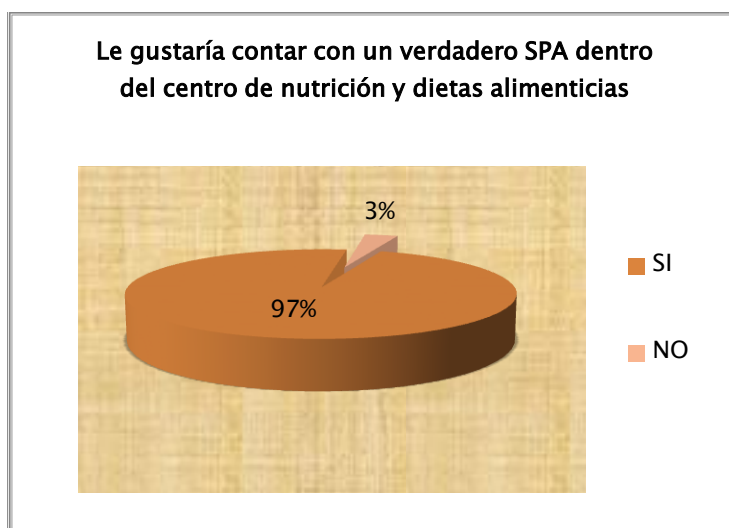
Tabla N° 13

11. ¿Le gustaría contar con un servicio especializado de asesoramiento de nutrición y dietas alimenticias a domicilio?

Alternativas	Cantidad	%
SI	137	91%
NO	13	9%
TOTAL	150	1,0

Fuente: Encuestas

Elaborado: Autora del Proyecto





❑ Análisis del Resultado

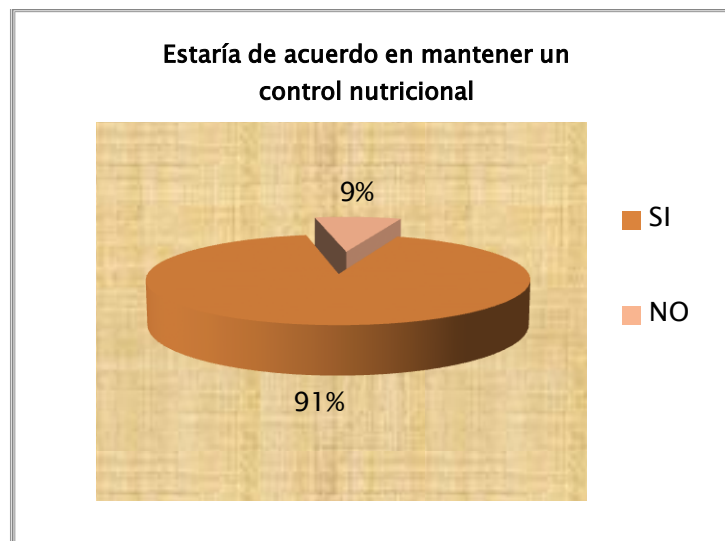
Un 97% de los encuestados manifestaron que le interesaría recibir un servicio especializado de nutrición a domicilio, lo cual es favorable ya que tendría un atributo el servicio a ofertar por dicho mejora.

Tabla N° 14

12. ¿Estaría de acuerdo en mantener un control nutricional?

Alternativas	Cantidad	%
SI	137	91%
NO	13	9%
TOTAL	150	1,0

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autora del Proyecto





❑ Análisis del Resultado

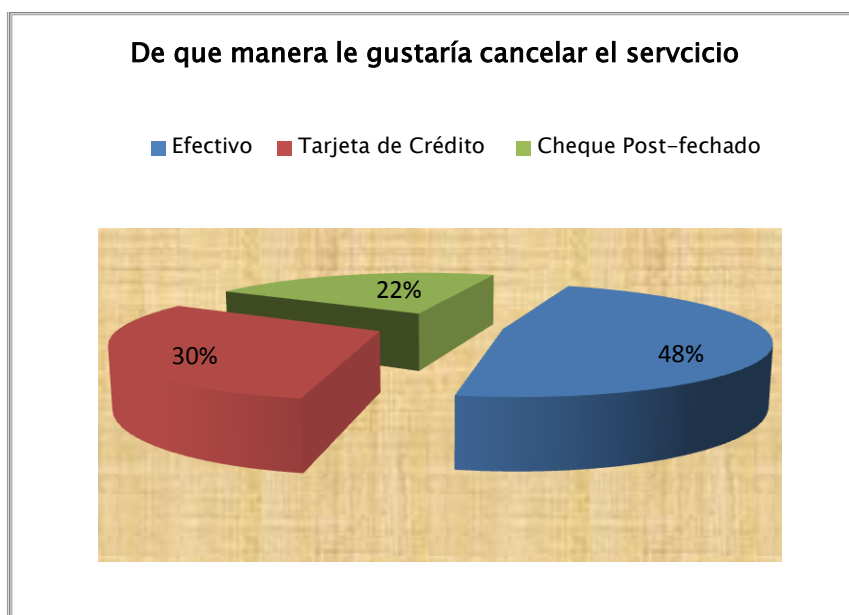
Como podemos observar en la gráfica, del total de los encuestados el 91% desea un control del servicio nutricional, esto llevaría a un seguimiento de nuestros clientes en relación al servicio a perseguir con el propósito de contar la fiabilidad y calidad del mismo.

Tabla N° 15

13. ¿De que manera de gustaría cancelar el servicio?

Alternativas	Cantidad	%
Efectivo	88	48%
Tarjeta de Crédito	56	30%
Cheque Post-fechaado	41	22%
TOTAL	185	1,0

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autora del Proyecto





❑ Análisis del Resultado

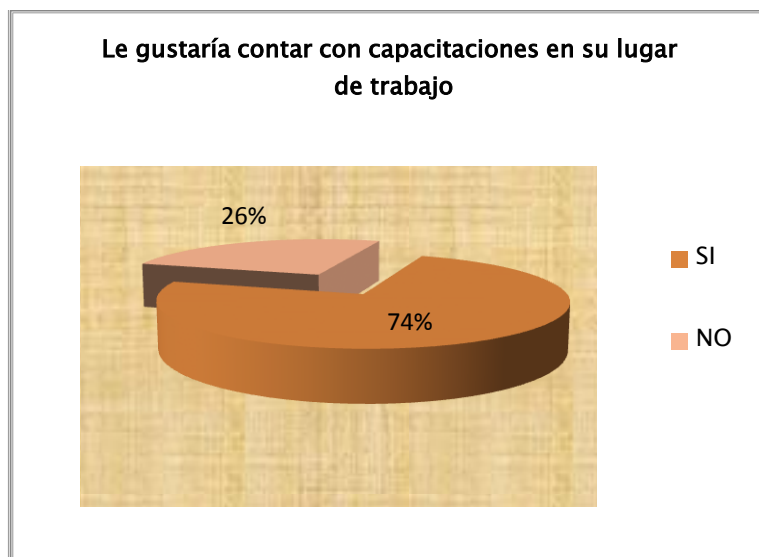
Las formas de pagos con respecto al servicio a recibir por parte de nuestros posibles clientes varían mucho; ya que observamos que un 48% desea cancelar en efectivo, un 30% con tarjeta de crédito y un 22% con cheques post-fecha. Como conclusión obtenemos que las opciones presentadas a los encuestados todas sean viables por lo que no hay mayor preocupación en las diferentes maneras de cancelar el servicio sin destacar las políticas de pagos.

Tabla N° 16

14. ¿Le gustaría contar con capacitaciones en su lugar de trabajo?

Alternativas	Cantidad	%
SI	111	74%
NO	39	26%
TOTAL	150	1,0

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autora del Proyecto





❑ Análisis del Resultado

En la gráfica se observa que un 74% aspira un servicio de nutrición en su lugar de trabajo, refiriendo también la probabilidad de fomentar a través de los directivos de organizaciones como clientes en el que sus empleados cuenten con asesoramiento en dietas alimenticias y nutrición con correlación a las horas de trabajos que influye mucho en la nutrición de las personas que laboran. Con esto se busca nuevas brechas de mercado para introducir nuestros servicios.

1.2.3. Proyección de la Demanda

Para obtener el consumo histórico del área urbana del cantón Esmeraldas, hemos tomado en consideración los datos obtenidos en la investigación de mercado, mediante la información recopilada respecto al consumo futuro de nuestro servicio, basándonos en el total de las viviendas ocupantes en la ciudad (INEC).

Para determinar el consumo actual del servicio de dietas y nutrición en la ciudad de Esmeraldas, fue necesario recurrir a las encuestas realizadas, lo cual nos permitió obtener un estimado del número de personas que utilizan el servicio. Para poder obtener los valores históricos del consumo, se utilizó la tasa de crecimiento del consumo suministrado por el INEC (1.35% anual)

Tabla N° 17

CONSUMO ACTUAL E HISTORICO DEL SERVICIO DE ASESORAMIENTO DE DIETAS ALIMENTICIAS Y NUTRICION EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS EN LA AREA FAMILIAR Y INSTITUCIONAL

AÑOS	CONSUMO APARENTE (# consumidores)	X	X X-X	XY	X ²
------	--------------------------------------	---	----------	----	----------------



2004	14668.14	1	-2	-29336.28	4
2005	14866.16	2	-1	-14866.16	1
2006	15066.85	3	0	0	0
2007	15270.25	4	1	15270.25	1
2008	15476.40	5	2	30952.80	4
TOTAL	75347.80	15	0	2020.61	10

Fuente: Encuestas-Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)

Elaborado: Autora del Proyecto

Aplicación de la formula de Regresión Lineal para la Proyección de la Demanda:

$$A = \frac{\sum Y}{N} \longrightarrow A = \frac{75347.80}{5} \longrightarrow 15069.56$$

$$B = \frac{\sum XY}{\sum X^2} \longrightarrow B = \frac{2020.61}{10} \longrightarrow 202.061$$

$$Y = A + BX$$

$$Y (2009) = 15069.56 + 202.06 (3) = 15675.74$$

$$Y (2010) = 15069.56 + 202.06 (4) = 15877.80$$

$$Y (2011) = 15069.56 + 202.06 (5) = 16079.86$$

$$Y (2012) = 15069.56 + 202.06 (6) = 16281.92$$

$$Y (2013) = 15069.56 + 202.06 (7) = 16483.98$$

Tabla N° 18
PROYECCION DE LA DEMANDA



Años	Demanda Futura
2009	15675.74
2010	15877.80
2011	16079.86
2012	16281.92
2013	16483.98

Fuente: Cálculo realizado por la autor basada en formula de regresión lineal
Elaborado: Autora del Proyecto

1.3. ANALISIS DE LA OFERTA

1.3.1. Competencia Directa e Indirecta

Una vez realizado el estudio de mercado, estamos en condiciones de conocer quienes son la competencia directa e indirecta que hubiese en nuestros servicios; de acuerdo a las entrevistas realizadas a las empresas oferentes en la ciudad de Esmeraldas que se dedican al servicio de nutrición y dietas alimenticias, se identifican como competencia directa a los especialistas en nutrición locales y a varios centros que se ofertan servicio de asesoramiento en el área de nutrición conjunto con la comercialización de productos de carácter natural con correlación a la nutrición del ser humano, sin embargo no cuentan con la organización ni la capacitación requerida para brindar el debido servicio.

Por parte de la competencia indirecta tenemos a las empresas tales como: DELI-DIET, CLÍNICA NUTRUCIONISTA, y los diferentes especialistas nutricionistas que no han ingresado aún en el mercado esmeraldeño pero que presentan sus servicios en otras ciudades como Quito, Santo Domingo, Guayaquil.



1.3.2. Aspectos Competitivos

Los diferentes centros existen que consideramos como competencia por brinda el servicio de nutrición y comercialización de productos naturales, proporcionan el servicio de manera domiciliaria a través de los agentes de ventas, aprovechando así la comercialización del producto que conlleva la conjugación del producto y servicio al cliente adquiriendo el resultado esperado.

Tienen como ventajas competitivas por ser los pioneros en el mercado, por lo que permitió captar un buen segmento del mercado, logrando mantener en ellos, por su experiencia y sus precios competitivos. Otras de las ventajas competitivas es que los agentes de ventas que poseen, los capacitan periódicamente en temas de ventas y atención al cliente pero no en la entrega del servicio especializado del asesoramiento en nutrición.

1.3.2.1. Servicios que ofrece la Oferta

El principal servicio que brinda la competencia es la comercialización de productos de carácter natural que aportan a la salud nutricional y mantenerla, hacia como también combate varias enfermedades como la obesidad entre otras.

Tabla N° 19
SERVICIOS QUE BRINDA LA OFERTA

Centros/Consultorios	Servicios	Variaciones del Servicio	Sector al que sirven
Hospital NAVAL	Asesoramiento en el área de Nutrición	Ninguna	Ciudad de Esmeraldas



Clínica COLON	Asesoramiento en el área de Nutrición	Ninguna	Ciudad de Esmeraldas
Centro Dietético RENACER-Individual	Asesoramiento en el área de Nutrición	Comercialización de Productos Naturales para la salud nutricional	Varios cantones de la Prov. Esmeraldas

Fuente: Entrevistas a la Competencia

Elaborado: Autora del Proyecto

1.3.2.2. Canales de Comercialización de la Oferta

Los profesionales en el campo de la nutrición existente en la ciudad de Esmeraldas, utilizan su canal de comercialización a través de las clínicas u hospitales en donde prestan sus servicios. Es decir quien realmente se encarga de su propagación son las instituciones en donde se desempeña sin descarta su propia vía para llegar al consumidor final.

Las empresas oferentes han dirigido la presentación de sus servicios exclusivamente al consumidor final, utilizan la comercialización de sus servicio/producto por línea directa; es decir poseen agentes de ventas que a través de la venta por catálogo.

Cabe recalcar que los oferentes actuales del servicio de salud nutricional no prestan realmente el servicio de asesoramiento especialista de nutrición a sus clientes sino más bien comercializan productos que ayudan a la salud nutricional.

1.3.2.3. Estrategias de Mercadeo



Las estrategias de mercado que administran los diferentes oferentes existen son como el de publicidad a través de la cual reflejan la experiencia conseguida a través de los años que mantienen en el mercado, recalcando la imagen de un servicio altamente confiable.

Como ya lo había mencionado anteriormente, la oferta utiliza la venta directa por catalogo lo que conlleva a tener ventaja competitiva como son las buenas relaciones que los asocias y mantienen con el consumidor final.

Se enfocan en sus clientes que han tenido éxito en los tratamientos con sus productos y son ellos los que garantizan el servicio/producto atrayendo más clientela.

1.3.3. Aspectos Cuantitativos de la Oferta

1.3.3.1. Oferta Actual e Histórica

El mercado de Esmeraldas cuenta con un total de cinco consultorios de nutricionista de los cuales tres provienen de otras ciudades, además cuenta con más de siete centros que ofertan asesoramiento de salud nutricional mediante medicamentos naturales

Para determinar la oferta actual el servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición en la ciudad de Esmeraldas, fue necesario recopilar información mediante encuestas realizadas, las cuales permitieron estimar la cantidad de servicios que los consumidores utilizan de las empresas existentes en el mercado. Así mismo, para obtener los valores históricos de la oferta, empleamos la tasa de crecimiento derivada de la formula del monto.

Tabla N° 20
OFERTA ACTUAL E HISTORICA



AÑOS	OFERTA HISTORICAS (consumidores)
2004	2456.63
2005	2489.80
2006	2523.41
2007	2557.47
2008	2592.00

Fuente: Entrevistas a la Competencia

Elaborado: Autora del Proyecto

1.3.3.2. Precios y Rendimientos

De los diferentes consultorios de los cuales el profesional nutricionista brinda el asesoramiento de nutrición y dietas, el costo del servicio varía entre consulta y tratamiento. Para tener una referencia la persona entrevistada nos comento que consulta se cobra un valor de aproximadamente 20.00 USD y la sección de tratamiento es de 45.00 con facilidades de pagos.

1.3.4. Proyección de la Oferta

Para determinar la oferta futura partimos del comportamiento histórico y de la situación actual de la oferta, para la cual trabajamos con la tasa de crecimiento de la oferta, la misma que se calcula con la fórmula siguiente, derivada de la fórmula del monto.

Fórmula utilizada:

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{C_n}{C_o}} - 1$$

Donde:



i= Tasa de Crecimiento de la Oferta; n= Numero de años a Proyectar; Cn= Oferta Actual;
Co= Oferta Histórica Inicial

Datos:

i=? n= 5; Cn= 2592; Co= 2456.63

Aplicación de la Fórmula:

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{C_n}{C_o}} - 1$$

i = 3.00 %

Este valor de 3.00% representa la tasa a la cual la oferta se ha ido incrementando de año en año, desde 2004 al 2009, por lo que conservamos la tendencia de crecimiento en el mismo porcentaje para la proyección. Así a partir de la tasa de crecimiento de la oferta calculada en 3.00% procedimos a determinar la proyección de la oferta en los próximos cinco años, teniendo como base para el cálculo de cada año proyectado, el año anterior a este como se puede ver en la tabla siguiente:

Tabla N° 21
PROYECCION DE LA OFERTA

Años	OFERTA HISTÓRICA (consumidores)	OFERTA POTENCIAL (consumidores)
2004	2456.63	
2005	2489.80	
2006	2523.41	
2007	2557.47	



2008	2592.00	
2009		2669.76
2010		2749.85
2011		2832.35
2012		2917.32
2013		3004.84

Fuente: Entrevistas a la Competencia

Elaborado: Autora del Proyecto

1.4. ANALISIS COMPARATIVO DE OFERTA Y DEMANDA

1.4.1. Cuadro Comparativo

Tabla N° 22
OFERTA vs. DEMANDA

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	Oferta-Demanda
2009	15675.74	2669.76	-13005.98
2010	15877.80	2749.85	-13127.95
2011	16079.86	2832.35	-13247.51
2012	16281.92	2917.32	-13364.60
2013	16483.98	3004.84	-13479.14

Fuente: Tabla # 18 Proyección de la Demanda – Tabla # 21 Proyección de la Oferta

Elaborado: Autora del Proyecto

Como se puede observar, los resultados de la columna oferta-demanda arrojan resultados negativos, lo cual indica que la demanda es mayor que la oferta, por lo que es



claro que los próximos cinco años se observa la presencia de Demanda Insatisfecha en el mercado, la misma que tiene tendencia creciente. Indicativo que nos permite avanzar en el desarrollo del presente proyecto.

1.5. DETERMINACION DE LA DEMANDA DEL PROYECTO

1.5.1. Demanda del Proyecto

Tabla N° 23
DEMANDA DEL PROYECTO

AÑOS	DEMANDA ANUAL INSATISFECHA	PARTICIPACION N %	DEMANDA PROYECTO N° DEMANDANTES		
			Anual	Mensual	Diario
2009	13005.98	0.30	3901.79	325.15	13.55
2010	13127.95	0.30	3938.39	328.20	13.68
2011	13247.51	0.30	3974.25	331.19	13.80
2012	13364.60	0.30	4009.38	334.12	13.92



2013	13479.14	0.30	4043.74	336.98	14.04
-------------	-----------------	-------------	----------------	---------------	--------------

Fuente: Tabla # 22 Oferta vs. Demanda

Elaborado: Autora del Proyecto

De la demanda insatisfecha obtenida en el análisis comparativo entre oferta y demanda potencial, tenemos como meta en los dos primeros años satisfacer el 30 de la misma, debido a que se ha tomado en consideración varios factores como: el crecimiento de la oferta por parte de los actuales o nuevos oferentes del servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición, además hemos decidido esta participación ya que estamos recién incursionando en el mercado.

En los años siguientes, estimamos tener un crecimiento en el porcentaje de participación del 5% gracias al posicionamiento de nuestro servicio en el mercado.

Una vez calculada la demanda insatisfecha y decidida el porcentaje de participación anual que la empresa tendrá en el mismo, procederemos a detallar un estimado del consumo de nuestro servicio en el mercado anual, mensual y diariamente. Además, de acuerdo a la investigación realizada calcule un supuesto del consumo diario de nuestro servicio en las distintas aéreas de trabajo lo cual permitirá realizar las proyecciones de ventas.

1.6. PLAN DE MARKETIN DEL PROYECTO

1.6.1. Plaza

El presente proyecto se desarrollara en un mercado de competencia casi monopolística o imperfecta, en el cual los servicios son diferenciados, es decir con características



distintivas importantes en el mercado. Por lo cual, el presente trabajo plantea desarrollar ventajas competitivas, estableciendo estrategias de diferenciación en cuanto a variedad, calidad y flexibilidad de los servicios ofrecidos a nuestra clientela.

1.6.2. Precio

La determinación de los precios es bastante compleja dada la infinidad de variables que inciden en su comportamiento, por lo cual la política de fijación de precios estará basada en la metas y objetivos financieros que la empresa se ha propuesto, tomando en cuenta los costos por hora del servicio mas al margen de utilidad establecido.

El tratamiento para determinar el precio del servicio será en lo referente tanto a la comunidad familiar como al personal de organizaciones se brindaran paquetes promocionales diferentes para cada sector, se define de la siguiente manera:

Tabla N° 24
PRECIOS DEL SERVICIO DE NUTRICION

ÁREAS/PAQUETES	PRECIOS	SECCIONES
Individual	26.00	3/cada semana
Paquete-Familia *5miembros	45.00	3/cada semana
Personal-Organizaciones	Especial	2/cada semana

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Autora del Proyecto

Los paquetes son promocionales y son opcionales por el cliente con la perspectiva del especialista del cual se dan por secciones, que aportaran al mejoramiento y mantener una salud nutricional.



1.6.3. Comercialización

NUTRILIVE S.A. utilizara un canal directo de comercialización para llegar a los clientes ofreciendo sus servicios directamente el usuario final, sin requerir de intermediarios para llegar a ellos.

Por tal motivo contaremos con un gerente de ventas, quien estará encargado de vender nuestro servicio, a través de estrategias que implementara con la contribución de agentes de ventas. Para lo cual tendrá que valerse de los sistemas adecuados de promoción y publicidad, para así captar más clientes.

Por otro lado, emplearemos un canal indirecto de comercialización, realizando convenios con instituciones, otorgando un 10% de descuento al servicio, beneficiando de este porcentaje a la institución con un 5% sobre ventas. Se favorecerán a todo el personal que elabore en la organización afiliada dentro del cual obtendrán el servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición.

1.6.4. Promoción

Realizaremos una publicidad del servicio ha ofertar en el mercado del Cantón de Esmeraldas a través de radio y TV de mayor sintonía así también en la prensa escrita de aceptación que tenga la Provincia, además de letreros luminosos y vallas.

Tabla N° 25
PUBLICIDAD PROYECTADA

MEDIOS DE COMUNICACION	CONTRATACION	HORARIOS	FORMA DE TRASMISION O PUBLICACION
------------------------	--------------	----------	-----------------------------------



RADIO	Tres Meses	Lunes a Domingo (Siete días de semana)	6 pullas (seis avisos publicitarios al día)
TV	Tres Meses	Días Ordinarios y Domingo	
PRENSA ESCRITA	Tres Meses	Lunes a Sábado Domingo	¼ pagina Pagina Completa

Fuente: Estudio realizado a diferentes medios de comunicación
Autora del Proyecto

Elaborado:

Una de las grandes promociones que se dará por inauguración del centro, es el conceder durante el mes de apertura el 8% de descuento a todos los clientes que adquieren el paquete individual o familiar y que cancelen el servicio de contado.

1.6.5. Ventaja Competitiva

El servicio a ofertar posee cualidades distintivas, ya que pretendemos cubrir de manera optima las expectativas del cliente aun no satisfechas con los servicios actuales, abarcando no solo a los sectores de la comunidad familiar en si, sino que ampliaremos el uso del mismo a sectores del personal de las organizaciones que requieran del servicio, ofreciéndoles calidad, confianza y eficiencia, aumentado así el valor de nuestro servicio en el mercado, sin que esto afecte la competitividad de nuestros precios, es decir brindar un servicio eficiente manteniendo los precios de existente en el mercado.

Sin duda en el mercado a incursionar oferta un servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición es muy innovador por la obvia razón de que no hay empresas que



realice dicha actividad directamente en la ciudad de Esmeraldas, lo que crea una gran ventaja competitiva para el presente proyecto.

1.6.6. Estrategias Genéricas para Competir

Con el propósito de lograr establecer ventajas competitivas, NUTRILIVE S.A. plantea utilizar estrategias de diferenciación que nos permitirán competir y posesionarnos en el mercado, logrando suplir las necesidades insatisfechas de la clientela.

Enfocaremos nuestros servicios hacia:

- La calidad obtenida gracias a la capacitación del personal encargado de suministrar el servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición y provisiones a utilizar.
- Mayor diversidad y campo del servicio
- Servicio altamente confiable y garantizado
- Eficiencia en los procesos.



Capítulo II

2. ESTUDIO TECNICO E INGENERIA DEL PROYECTO

2.1. ESTUDIO TECNICO

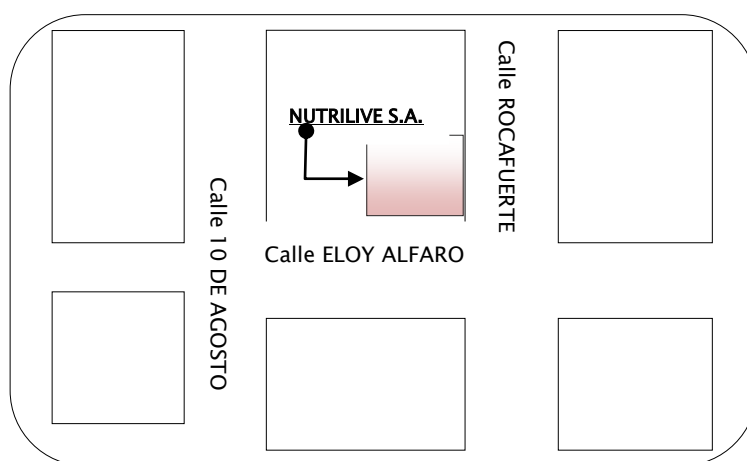
2.1.1. Determinación del Tamaño Optimo del Proyecto

Para determinar el tamaño adecuado del proyecto, dependerá directamente de la demanda potencial del servicio en el mercado; según la investigación realizada existen 13.006 demandantes de nuestro servicio al año, de los cuales planteamos como objetivo satisfacer el 30% de ellos, debido a los recursos que dispondré en cuanto a capital, mano de obra y maquinaria.

2.1.2. Localización Optima del Proyecto



Una vez analizado los diferentes factores que intervienen para la decisión de la correcta localización de la empresa. Se determinó que NUTRILIVE S.A. funcionara en el edificio arrendatario segunda planta, ubicada en la esquina de la calle Eloy Alfaro y Rocafuerte de la ciudad de Esmeraldas. Por ser un lugar céntrico, esta considerada como un lugar de rápido y fácil acceso, al alcance de todos.



Ubicación de la Empresa NUTRILIVE S.A.

2.2. INGENIERIA DEL PROYECTO

2.2.1. Diseño del Servicio



NUTRILIVE S.A. es una empresa dedicada a la prestación del servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición en el cantón Esmeraldas, dirigido al público en general.

Consultoría Personalizada Médica Nutricional

Se llevará acabo un correcto diagrama del cual esquematizara el diseño en si del servicio a prestar, vale recalcar que cada paciente requiere de un tratamiento especifico; para entonces concurrirá el debido seguimiento en el centro nutricional.

- Adelgazamiento personalizado
- Dietas terapéuticas (hipercolesterinemia, hiperuricemia, diabetes...)
- Programas adaptados postparto, lactancia, menopausia y deporte
- Alimentación en infancia y adolescencia
- Educación nutricional

El Proceso de la asesoría nutricional consiste en que el especialista en este caso dietista-nutricionista (persona cualificada y legalmente reconocida para poder aconsejar una buena alimentación, tanto para grupos de personas o de individuos en buen estado de salud, como de los que necesitan un régimen terapéutico); realiza el debido chequeo y análisis del estado de salud nutricional del paciente, para luego diagnosticar el caso que presente y por ultimo otorgar el mas adecuado y eficiente tratamiento que combatirá la enfermedad si hubiese o mantendrá la salud nutricional del mismo.

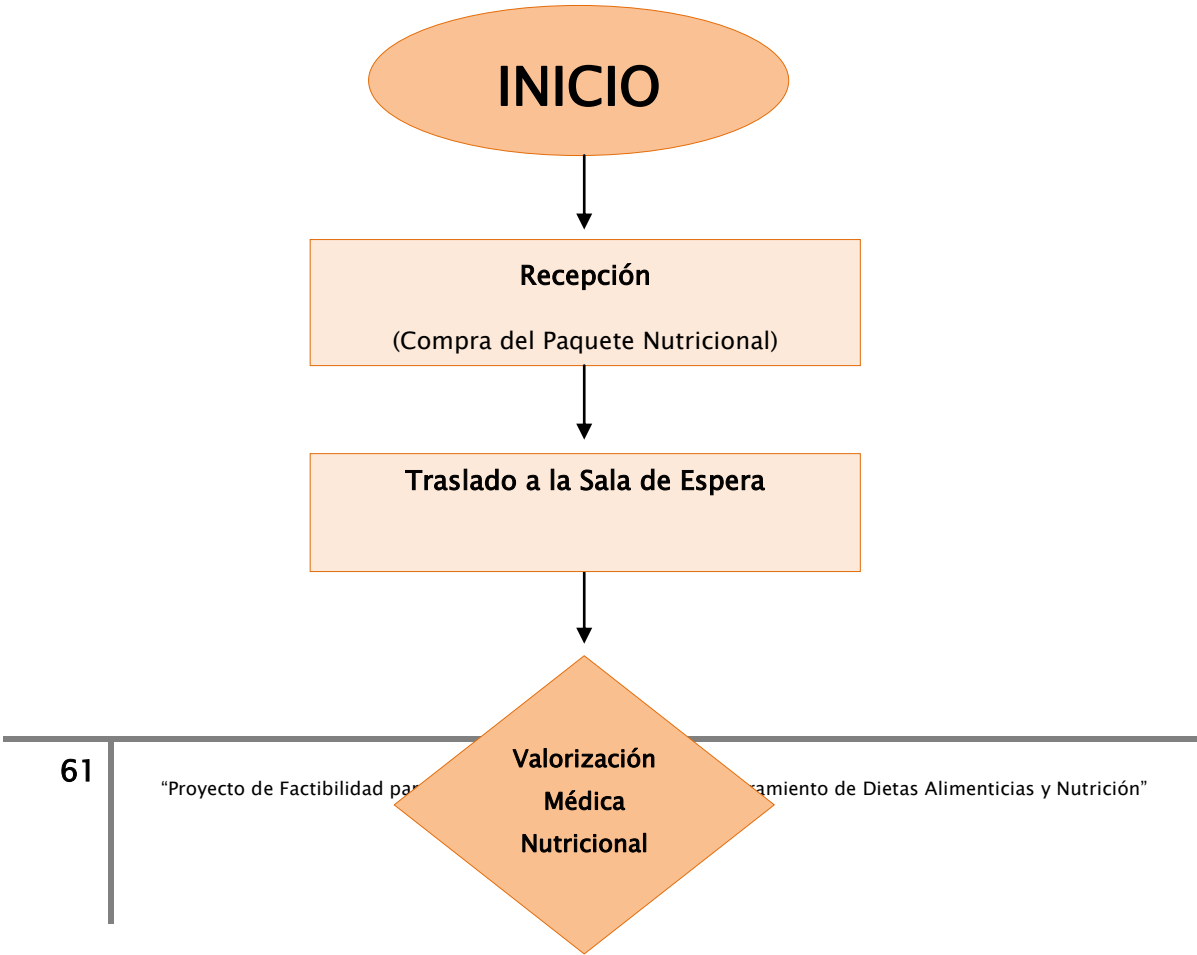
2.2.2. Diseño de los Procesos del Servicio

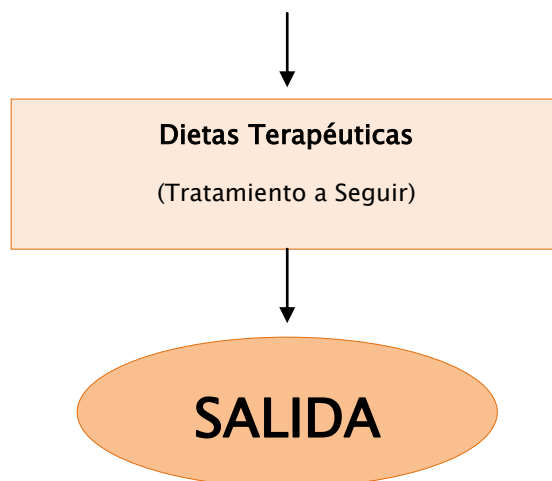
2.2.2.1. Diagrama y Manuales de Procedimientos



2.2.2.1.1. El Proceso en General

a. Diagrama de Bloque





b. Manual General de Procedimiento

1) Recepción (Compra del Paquete Nutricional):

Al llegar al Centro Nutricionista, nuestros clientes se dirigirán a la recepción, en el cual la funcionaria encargada informara de los paquetes promocionales nutricionales para luego concurrir a la toma de datos del paciente; se dispone de un total de dos empleadas en esta área para su adecuada atención al cliente.

2) Traslado a la Sala de Espera

El paciente deberá asistir al área de preparación; donde se le desarrollara una prevaloración del estado de salud nutricional. Luego de esto pasara a la amplia sala de



espera, del cual podrá disfrutar de la charla televisiva previa de nutrición, mientras persigue su turno al chequeo del especialista nutricional

3) Valorización Médica Nutricional

Este es el punto más relevante del servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición, ya que el especialista realizará su trabajo, a través del chequeo y la prevalorización nutricional analizará y así llegará al diagnóstico para posteriormente dar asistencia al mismo.

4) Dietas Terapéuticas (Tratamiento a seguir):

Luego de dar el especialista dietista–nutricionista la valorización médica; se llevará a cabo el tratamiento que deberá seguir el paciente para el bien de su salud nutricional. Vale destacar que a todos los procesos nutricionales se le hará el debido seguimiento con el fin de lograr el éxito en la aplicación de las dietas terapéuticas.

2.2.2.1.2. El Proceso del Servicio Individual Nutricional

a. Diagrama del Proceso del Servicio Individual Nutricional



OPERACIÓN : Asesoramiento Nutricional		RESUMEN:						
SERVICIO: Nutrición/Dietética			OPERACIÓN					
ESPECIALISTA: Dietista–Nutricionista			TRANSPORTE					
SUJETO DE LA GRAFICA: Consultoría Medica			INSPECCIÓN					
PRINCIPIO: Entrada al Centro Nutricional			DEMORA					
FINAL: Salida del Centro Nutricional			ALMACENAMIENTO					
No	ACTIVIDAD						T(H)	DIST.
1	Entrada al Centro Nutricional		x					
2	Compra paquete/ticket para el especialista		x					
3	Apertura de la historia clínica si no existiera	x						



4	Prevalorización del paciente	x						
5	Traslado a la sala de espera		x					
6	Espera del especialista				x			
7	Entrada al consultorio del especialista		x					
8	Revisión o chequeo de la paciente	x						
9	Diagnostico del especialista	x						
10	Indicaciones del especialista	x						
11	Salida del consultorio		x					
12	Traslado a la farmacia		x					

b. Manual de Procedimientos de las actividades

Actividad # 1: Entrada al Centro Nutricional

El cliente deberá dirigirse al Centro de Asesoramiento de Dietas Alimenticias y Nutrición para obtener el eficiente servicio que se brindara en el mismo.

Actividad # 2: Compra del paquete/ ticket para el especialista

Los funcionarios(as) deberán otorgar la correcta información al cliente para mayor entendimiento del proceso del servicio nutricional. En esta etapa esta la adquisición del paquete promocional del servicio por parte del cliente, en este caso el paquete a oferta es de carácter individual, en el cual consiste en dos asesoramientos nutricionales.



Actividad # 3: Apertura de la historia clínica si no existiera

En la misma área de recepción en donde el cliente adquirió el paquete promocional, el funcionario(a) le tomara los datos para la apertura de la historia clínica; si fuese por primera vez la atención médica nutricional que asistiría el cliente

Actividad # 4: Prevalorización del paciente

Los especialistas destacados en el área de prevalorización, desarrollara la ficha nutricional del paciente, así también la preparación previa a la consultoría nutricional; con el fin de dar la adecuada prevalorización. En esta área el paciente recibirá un pre asistencia médica nutricional, por parte del personal capacitado dando apoyo al especialista del cual diagnostica realmente la situación del paciente.

Actividad # 5: Traslado a la Sala de Espera

Luego de dar la prevalorización al paciente, el funcionario(a) responsable deberá trasladar al paciente a la sala de espera, para lo consecutivo del chequeo médico.

Actividad # 6: Espera del Especialista

Desde primera instancia un funcionario(a) encargado del área de prevalorización deberá tener listo la conferencia televisiva para los pacientes en espera de la consultoría médica nutricional. En la sala de espera podrá disfrutar de una pequeña conferencia televisiva el



paciente en relación al tema de nutrición que aportara muchos mas conocimientos para mantener una vida saludable a través de la buena alimentación; y mientras tanto espera el turno otorgado para la asistencia médica nutricional.

Actividad # 7: Entrada al consultorio del especialista

El especialista ya teniendo la prevalorización del paciente deberá llamarlo para dar ingreso al consultorio medico, así el dietista-nutricionista brindara el servicio de asesoramiento nutricional.

Actividad# 8: Revisión o chequeo del paciente

El especialista tendrá en su poder la prevalorización del paciente, del cual permitirá una mejor visión y objetividad para el diagnostico en si. Realizara el adecuado chequeo, tomara datos históricos relevantes del paciente en relación a la salud nutricional.

Actividad # 9: Diagnóstico del especialista

En esta etapa se determinará por parte del especialista dietista-nutricionista la situación de la salud nutricional del paciente, previo al análisis de la prevalorización y chequeo que haya realizado el especialista.

Actividad #10: Indicaciones del especialista



El especialista dará a conocer al paciente todas las recomendaciones e indicaciones de lo que deberá seguir estrictamente en cuanto a las dietas. Vale recalcar que deberá dejar constancia del tratamiento que seguirá el paciente para el adecuado seguimiento del proceso nutricional.

Actividad # 11: Salida del consultorio

El especialista deberá acompañar al paciente a la puerta del consultorio, agradeciendo por su visita para el cual formalizara la entrega eficiente del servicio de asesoramiento de nutrición.

Actividad #12: Traslado a la farmacia

El especialista luego de dar las indicaciones del tratamiento que deberá regir el paciente, informara del servicio farmacéutico que brinda el centro nutricional, en cual podrá acceder el cliente a la adquisición de tratamientos si lo sugiere el dietista-nutricionista

2.2.2.1.3. El Proceso del Servicio Grupal–Organizacional Nutricional

a. Diseño del Servicio Grupal–Familiar Nutricional

OPERACIÓN : Asesoramiento Nutricional	RESUMEN:		
SERVICIO: Nutrición/Dietética		OPERACIÓN 	
ESPECIALISTA: Dietista–Nutricionista		TRANSPORTE 	
SUJETO DE LA GRAFICA: Consultoría Medica		INSPECCIÓN 	



PRINCIPIO: Entrada al Centro Nutricional			DEMORA 					
FINAL: Salida del Centro Nutricional			ALMACENAMIENTO 					
No	ACTIVIDAD						T(H)	DIST.
1	Entrada al Centro Nutricional		x					
2	Compra paquete/ticket para el especialista		x					
3	Traslado a Sala de Conferencia		x					
4	Charla Asesoramiento Nutricional	x						
5	Indicaciones del Especialista	x						
6	Salida de Sala de Conferencia		x					
7	Traslado a la farmacia		x					

b. Manual de Procedimientos de las actividades

Actividad # 1: Entrada al Centro Nutricional

El grupo familiar deberá dirigirse al Centro de Asesoramiento de Dietas Alimenticias y Nutrición para obtener el eficiente servicio que se brindara en el mismo.

Actividad # 2: Compra del paquete/ ticket para el especialista

Los funcionarios(as) deberán otorgar la correcta información al cliente para mayor entendimiento del proceso del servicio nutricional. En esta etapa esta la adquisición del paquete promocional del servicio por parte del cliente, en este caso el paquete a oferta es de carácter grupal, en el cual consiste en dos asesoramientos nutricionales.



Actividad # 3: Traslado a la Sala de Conferencia

El funcionario encargado del área de prevalorización deberá trasladar al grupo de paciente a la sala de conferencia en donde se desarrollara el servicio en general de nutrición grupal.

Actividad # 4: Charla Asesoramiento Nutricional

Los especialistas destacados en el área de prevalorización, desarrollaran la conferencia nutricional que estará dirigida al grupo de paciente, así también elaborara talleres dinámicos coordinados a la salud nutricional por edades de los paciente.

Actividad # 5: Indicaciones del Especialista

Luego de dar la conferencia nutricional por parte del personal del área de prevalorización al grupo de paciente, el especialista dietista-nutricionista dará a conocer toda la importancia de la salud nutricional, aplicando la educación y cultura de la prevención de enfermedades a través de la buena y correcta alimentación que deberá seguir el cliente. Deberá aplicar el especialista el mejor método, para lograr el éxito del servicio, además dejará constancia del mismo para dar seguimiento el proceso nutricional grupal.

Actividad # 6: Salida de Sala de Conferencia



El especialista deberá acompañar al grupo de pacientes a la puerta de la sala, despidiendo a los clientes y a la vez formalizar la entrega eficiente del servicio de asesoramiento de nutrición.

Actividad # 7: Traslado a la farmacia

El especialista luego de dar las recomendaciones e indicaciones en cuanto a la educación y cultura de la salud nutricional que deberá impartir el paciente, informara del servicio farmacéutico que brinda el centro nutricional, en cual podrá acceder el cliente a la adquisición de tratamientos si lo sugiere el dietista-nutricionista

2.2.3. Requerimientos del Proyecto

Para la consecución del presente proyecto se efectuó el debido análisis de los diferentes equipos, materiales, muebles en el mercado de acuerdo a los requerimientos en cuanto a costos, calidad y accesibilidad a los mismos.

Tabla N° 26
REQUERIMIENTOS MATERIAL DIDACTICO

Detalle	Unidad	Cantidad (Mensual)
Folletos SALUD NUTRICIONAL	unidad	50
Libretas DIETAS TERAPEUTICAS	unidad	50

Fuente: Estimación realizada por la autora

Elaborado: Autora del Proyecto



Tabla N° 27
REQUERIMIENTOS SUMINISTRO DE OFICINA

Detalle	Unidad	Cantidad (Anual)
Resmas de hojas	unidad	6
Caja Esferos BIC	unidad	24
Caja Lápiz BIC	unidad	12
Perforadora pequeña	unidad	2
Grapadora pequeña	unidad	3
Caja Grapas	unidad	10
Caja Clic	unidad	5
Borradores	unidad	6
Carpetas Cartón	unidad	48
Caja Resaltador	unidad	3
Agenda Telefónica	unidad	10
Tarjetas de Presentación	unidad	100
Recetarios	unidad	100

Fuente: Estimación realizada por la autora

Elaborado: Autora del Proyecto

Tabla N° 28
REQUERIMIENTOS MUEBLES Y ENSERES

Detalle	Unidad	Cantidad (Anual)
---------	--------	------------------



Escritorios Metal a cajones	unidad	4
Mesas Escritorios	unidad	4
Sillas accesibles al movimiento	unidad	6
Sillas sencillas	unidad	10
Muebles Modulares	unidad	1
Archivadores Pequeño Oficina	unidad	6
Archivadores Grandes	unidad	2
Sillones unidos para sala de espera (16 asientos)	unidad	1
Camilla estable consultorio	unidad	2
Percha	unidad	3
Equipo Médico Estetoscopio	unidad	2
Equipo Tensiómetro Arterial	unidad	1
Vestuario Médico	unidad	12
Dispensador de Agua	unidad	1
Pizarra	unidad	2

Fuente: Estimación realizada por la autora

Elaborado: Autora del Proyecto

Tabla N° 29
REQUERIMIENTOS EQUIPO DE OFICINA

Detalle	Unidad	Cantidad (Anual)
Computadoras Pentium Dual Core 2.8Ghz incluidos; programas (software para servicio de nutrición), monitor 19", teclado, mouse, parlantes, impresora a color	unidad	6
Laptop (Computador Portátil)	unidad	1
Fotocopiadora HP	unidad	1
Retroproyector HP	unidad	1
Fax LG	unidad	1
TV. a color 19" LCD	unidad	1



Teléfono Inalámbrico 900 MHz	unidad	2
Aire Acondicionado	unidad	2

Fuente: Estimación realizada por la autora

Elaborado: Autora del Proyecto

Tabla N° 30
REQUERIMIENTOS PERSONAL OPERATIVO

Detalle	Unidad	Cantidad (Anual)
Equipo Médico		
Dietista–Nutricionista	unidad	2
Dietista–Docente	unidad	1
Equipo de Enfermería		
Profesional	unidad	1
Auxiliar	unidad	1

Fuente: Estimación realizada por la autora

Elaborado: Autora del Proyecto

Tabla N° 31
REQUERIMIENTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO

Detalle	Unidad	Cantidad (Anual)
Gerente General	unidad	1
Secretaría	unidad	1
Jefe de Personal	unidad	1
Jefe Financiero	unidad	1
Jefe de Ventas–Marketing	unidad	1
Recepcionista	unidad	1
Asistente	unidad	1



Auxiliar de Servicio	unidad	1
-----------------------------	---------------	----------

Fuente: Estimación realizada por la autora
Elaborado: Autora del Proyecto

Tabla N° 32
REQUERIMIENTOS DE SERVICIO BASICOS

Servicio Básico	Consumo Estimado	Unidad	Sector
Luz Eléctrica	1100 Kw/h	Kilovatio/Hora	Comercial
Agua Potable	65 m ³	Metro cúbico	Comercial
Teléfono	1083 m	Minuto	Comercial

Fuente: Estimación realizada por la autora
Elaborado: Autora del Proyecto

Tabla N° 33
REQUERIMIENTOS DE GASTOS PUBLICIDAD

Detalle	Unidad	Cantidad (Mensual)
¼ pagina a color	¼ pagina	2
Radio	cuñas	1

Fuente: Estimación realizada por la autora
Elaborado: Autora del Proyecto

Tabla N° 34

**REQUERIMIENTOS DE ENSERES Y SUMINISTROS DE LIMPIEZA**

Detalle	Unidad	Cantidad (Anual)
Aspiradora/Enceradora	unidad	1
Escalera	unidad	1
Tachos Pequeños	unidad	6
Desinfectantes	galón	6
Cloro en polvo	unidad	6
Cepillos de Baños	unidad	6
Escobas	unidad	10
Trapeador	unidad	6
Fundas	unidad	3
Espanjas	unidad	24
Rociador	unidad	2
Guantes	unidad	6
Limpia vidrios	unidad	3
Mascarillas	unidad	2
Estropajo de baño	unidad	12
Palas	unidad	3
Cientos Papel Higiénico	unidad	5

Fuente: Estimación realizada por la autora

Elaborado: Autora del Proyecto

2.2.4. Distribución de las Instalaciones



2.2.4.1. Distribución del área Administrativa y Operacional

La distribución del área administrativa de la empresa estará dada por cuatro oficinas: una de ellas servirá para la Gerencia General, las tres restantes serán utilizadas como los Departamentos de Personal, Departamento Financiero y Departamento de Ventas–Marketing. Además contaremos con sala de reunión y cuarto de bodega.

En cuanto al área operacional dispondremos de tres oficinas consultorio, sala de recepción, sala de espera y sala de conferencia.

2.2.4.1.1. Plano de Distribución del área Administrativa

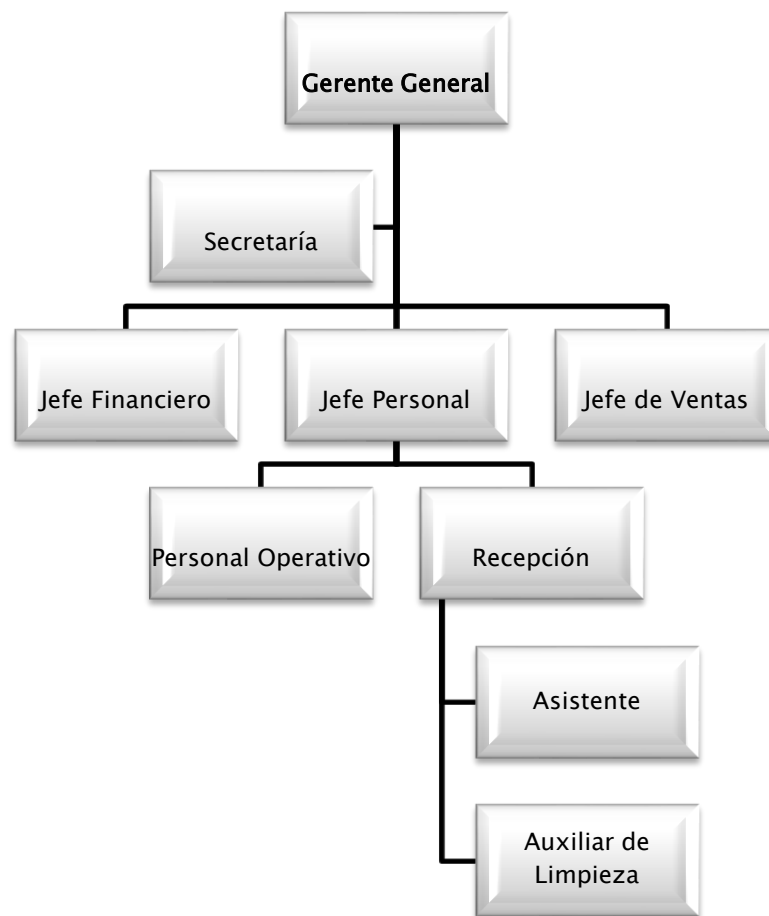


2.2.4.1.2. Plano de Distribución del área Operacional



2.2.5. Organización Funcional y Organigrama General de la Empresa

2.2.5.1. Organigrama Estructural



2.2.5.2. Organización Funcional

PUESTO: Gerente General

NIVEL: Primero

MISIÓN DEL PUESTO

Dirigir, administrar y gestionar la empresa, a fin de cumplir eficientemente los objetivos preestablecidos para el buen funcionamiento de la empresa.

PRINCIPALES FUNCIONES



- Presentar un informe anual a los propietarios, con los estados financieros y la rentabilidad de la empresa.
- Organizar y supervisar las actividades de los jefes departamentales.
- Administrar y dirigir la empresa atendiendo a una serie de procedimientos y reglamentos mediante la coordinación y organización de recursos disponibles para cumplir los objetivos propuestos.
- Estudiar y controlar los riesgos que puedan sugerirle a la empresa en sus actividades
- Analizar las necesidades financieras de la empresa mediante la búsqueda, elección y control de los recursos financieros necesarios para la consecución de objetivos; así también fijar presupuestos para cada actividad y en lo posterior comparar con los resultados reales obtenidos para corregir posibles errores.

PUESTO: Secretaría

NIVEL: Tercero

MISIÓN DEL PUESTO

Facilitar a la organización el flujo de la correspondencia, entre el gerente y los mandos medios y con personas ajenas a la empresa mediante la redacción, recepción y custodia de los documentos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa y adecuada interacción con el entorno que le rodea

PRINCIPALES FUNCIONES



- Redactar cartas, actas, estatutos, acuerdos, solicitudes y demás escritos que solicite la gerencia general y los jefes departamentales.
- Extender las actas
- Reservar y registrar reuniones de gerencia
- Custodiar la información confidencial
- Llevar un registro diario de actividades en la agenda de gerencia
- Organizar la agenda de gerencia, consultando al Gerente las actividades más relevantes.

PUESTO: Jefe Financiero

NIVEL: Segundo

MISIÓN DEL PUESTO

Velar con el correcto desenvolvimiento del área contable y financiera de la empresa, analizar las necesidades financieras de la empresa mediante la búsqueda, elección y control de los recursos financieros necesarios para la consecución de objetivos.

Fijar presupuestos para cada actividad y en lo posterior comparar con los resultados reales obtenidos para corregir posibles errores.

PRINCIPALES FUNCIONES



- Elaborar presupuestos para cada período productivo
- Elaborar el estado de resultados, balance general, etc.
- Analizar cualquier actividad que implique gastos a la empresa
- Autorizar los pagos a proveedores, empleados, etc.

PUESTO: Jefe de Personal

NIVEL: Segundo

MISIÓN DEL PUESTO

Dirigir a todo el equipo de personal, sean estos los supervisores y personal de operación, mostrando los procesos de calidad que el servicio debe tener. Las condiciones y capacidades de los empleados dependerán básicamente de su supervisión, además debe aplicar las estrategias para optimizar los recursos que estén bajo su supervisión.

Logra contar con un personal altamente eficiente, mediante capacitaciones mensuales a los empleados, mejorando su productividad.

PRINCIPALES FUNCIONES

- Analizar adecuadamente los procesos del servicio.
- Controlar la calidad del servicio
- Emplear capacitaciones del personal de la empresa
- Realizar los seminarios para la capacitación de los empleados



PUESTO: Personal Operativo

NIVEL: Tercero

MISIÓN DEL PUESTO

Dirigir al equipo operativo de la empresa, mostrando los procesos de calidad que el servicio debe tener. Las condiciones y capacidades de los empleados dependerán básicamente de su supervisión, además debe aplicar las estrategias para optimizar los recursos que estén bajo su responsabilidad.

PRINCIPALES FUNCIONES

- Será el responsable de organizar, dirigir y controlar las actividades del personal a su cargo.
- Repartir los materiales y equipos que se utilizarán y que facilitarán las labores del servicio de nutrición.
- Valorar el trabajo del personal, según los estándares establecidos por la empresa.
- Medir el grado de satisfacción del cliente para conocer si se ha cubierto con sus expectativas.

PUESTO: Recepcionista-Cajero

NIVEL: Tercero

MISIÓN DEL PUESTO



Satisfacer las necesidades de comunicación del personal de la unidad, operando una central telefónica pequeña, atendiendo al público en sus requerimientos de información y entrevistas con el personal, ejecutando y controlando la recepción y despacho de la correspondencia, para servir de apoyo a las actividades administrativas de la unidad.

PRINCIPALES FUNCIONES

- Opera una central telefónica pequeña, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones.
- Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida.
- Anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado.
- Mantiene el control de llamadas locales y a larga distancia mediante registro de número de llamadas y tiempo empleado.
- Recibe la correspondencia y mensajes dirigidos a la unidad.
- Anota los mensajes dirigidos a las diferentes personas y secciones de la unidad.
- Entrega la correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.



PUESTO: Conserje

NIVEL: Cuarto

MISIÓN DEL PUESTO

Tiene por profesión el cuidado, mantenimiento y limpieza de las instalaciones de la empresa, del cual mantendrá en impecable medida de orden y limpieza los consultorios, oficinas, salas, bodega y demás distribuciones de la planta

PRINCIPALES FUNCIONES

- Limpieza y orden de las instalaciones de la organización
- Se ocupa del mantenimiento del sistema de aire acondicionado
- Se encarga de la recogida de la basura de los cestos correspondiente, para luego depositarlos en los cubos colectivos de la empresa
- Tendrá a su cargo la puntual apertura y cierres del portal y accesos
- Realiza pequeñas reparaciones de orden eléctrico o mecánico.
- Sustituye los filtros del aire acondicionado, repara enchufes e interruptores, reemplaza las bombillas fundidas, arregla y engrasa puertas, etc.



PUESTO: Jefe de Ventas

NIVEL: Segundo

MISIÓN DEL PUESTO

Mostrar y vender el servicio de calidad que ofrece la empresa, promoviendo los mismos y captando nuevos clientes. La consecución de nuevos contratos dependerá básicamente de su hábil negociación, además debe establecer estrategias de promoción y ventas (marketing) para estructurar el plan de ventas para el nuevo período.

PRINCIPALES FUNCIONES

- Hallar nuevas perspectivas de ventas y captar nuevos clientes
- Conocer y utilizar campañas de promoción y publicidad de la empresa
- Evaluar la eficiencia de la publicidad
- Vigilar las tendencias del mercado y la aparición de nuevos servicios que puedan ser competencia para la empresa.
- Organizar el servicio post-venta
- Estructurar el plan de ventas para el nuevo período

2.2.5.3. Aspectos Legales de la Empresa



2.2.5.3.1. Constitución

De acuerdo a la Superintendencia de Compañías para constituir una empresa, es necesario elegir un nombre y esperar a que el mismo sea aprobado por la institución. Una vez aprobado esto, se procede a elaborar los estatutos de la empresa que deben también ser aprobados por la Superintendencia. Además debemos abrir una cuenta corriente a nombre de la empresa en cualquier institución bancaria, teniendo que realizar un depósito de 770.00 USD mínimo.

Como requisito posterior, debemos acercarnos a la Cámara de Comercio para afiliarnos, y al Servicio de Rentas Internas para obtener el correspondiente R.U.C. (Registro Único Contribuyente)

El Centro de Asesoramiento de Dietas Alimenticias y Nutrición por el momento no se va constituir, sino que funcionará como sociedad de hecho del cual será accionista la autora del proyecto.

2.2.5.3.2. Aspectos Relacionados con la Empresa

a) Normas, Reglamentos y Leyes relacionada con la salud nutricional

Una empresa que oferte el servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición, para la eficiencia de sus labores necesita de recurso humano y materiales, que cumplan con las garantías del cual estén orientados a disminuir los probables riesgos para la salud humana.

Por esta razón los profesionales que brindarán el servicio de nutrición, en este caso los nutricionistas deberán estar afiliados a los diferentes organismos que garanticen su



profesionalismo para ejercer el mismo; tales como la Federación Médica Ecuatoriana, Colegio de Médicos, Asociación de Nutricionista Ecuatorianos, etc.

El Reglamento a la Ley de la Federación Médica Ecuatoriana establece que: “La Federación Médica Ecuatoriana se compone de todos los profesionales médicos, nacionales y extranjeros, que hayan revalidado su título en el país y que se afiliaren al Colegio Médico Provincial del lugar en que ejercen su profesión, con carácter de obligatoriedad. Por el solo hecho de la afiliación a un Colegio Médico, los profesionales a que se refiere el inciso anterior, adquieren la calidad de federados, esto es, Miembros de la Federación, con los derechos y obligaciones establecidos en la Ley de la Federación Médica Ecuatoriana, en la Ley de Escalafón y en este Reglamento.” (Art.1)

También dentro de la Ley Orgánica de Salud rige la ley que regula las empresas privadas de salud y medicina prepagada, para lo cual se deberá tener bien en claro para no cometer una contravención que establezca la misma.

b) Sistema Tributario y Legal

i. Obligación Tributaria

Para que una empresa pueda prestar servicios de asesoramiento de nutrición en el Ecuador, es necesario obtener un Registro Único de Contribuyente (RUC)

Esta obligada a declarar mensualmente en el Servicio de Rentas Internas (SRI) el impuesto al valor agregado (IVA) del 12%, así mismo si se convirtiera en un Agente de Retención del 2%, y anualmente debe declarar el impuesto a la renta.



Además según la Ley Orgánica de Régimen Municipal se debe cancelar las respectivas patentes municipales la cual se establecerá en función del capital en giro, la localización, y el tamaño del negocio. Por otra parte según la Ley de Control Tributario y Financiero toda organización está obligada a pagar un impuesto anual sobre el 1.5 por mil de los activos totales de la empresa en el Municipio respectivo.

ii. Permisos de Funcionamiento del Centro

Para que una empresa pueda prestar servicios de asesoramiento de nutrición en el Ecuador, además del Registro Único de Contribuyente (RUC) es necesario también realizar varias diligencias que fundamentan permisos de funcionamiento, entre ellos están:

- Planilla de Inspección
- Solicitud Valorada de Permiso de Funcionamiento
- Reglamento Interno de Funcionamiento (DPSP)
- Certificado de la Comisión de Energía
- Título de la Profesión Médica (copia)
- Certificado del CONESUP
- Carnet de Salud Ocupacional (original y copia)
- Copia de la CI del Propietario (Representante Legal)
- Copia del RUC (Registro Único del Contribuyente)
- Copia del Certificado del Cuerpo de Bomberos.



c) Normas y Procedimientos

i. Reglamento Interno

La empresa contará con Normas y Procedimientos que rijan el comportamiento de los empleados que conlleven a un adecuado clima organizacional:

1. Todos los empleados deberán presentarse diariamente a sus labores, excepto domingos y días festivos que considere la empresa
2. El horario que deben cumplir es de lunes a viernes de 08:00 a 12:40 p.m. y de 15:00 a 18:00 p.m., el sábado de 09:00 a 13:00 p.m., a excepción del encargado de limpieza que se ajustara de acuerdo a los requerimientos de las instalaciones.
3. Todos los empleados deben checar su entrada según el programa de horario en la empresa, teniendo un período de 15 minutos como máximo para que no se les considere retardo, si por alguna causa no pueden llegar deberán avisar y la razón deberá ser justificada.
4. Esta prohibido leer revistas, periódicos o libros ajenos al trabajo durante horas de labor.
5. Deberán mantener limpio y en buen estado sus lugares de trabajo

ii. Préstamo Bancario

NUTILIVE S.A. recurrirá a un préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN) ya que no cuenta con suficiente capital para financiar la totalidad del proyecto, para lo cual se tomara lo opcional como proyecto emprendedor



Capítulo III

3. ESTUDIO ECONÓMICO

3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO ECONÓMICO

- Determinar cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.
- Definir los costos totales del servicio en cuanto a las funciones de operación, administración, financiera y venta.
- Valorar las ventas proyectadas en el Estudio de Mercado.
- Identificar el capital de trabajo con que la empresa va a iniciar su actividad económica, para conocer los orígenes financieros de la misma.



3.2. DETERMINACIÓN DE COSTOS

3.2.1. Detalles de Requerimientos

3.2.1.1. Costos de Enseres y Suministros de Limpieza

Tabla N° 35
COSTOS DE ENSERES Y SUMINISTROS DE LIMPIEZA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. Unitario	TOTAL
1	Escalera	30,00	30,00
6	Tachos pequeños	3,25	19,50
6	Galones de Desinfectantes	9,00	54,00
6	Cartón de Cloro en Polvo	2,30	13,80
5	Cientos de Papel Higiénico	18,00	90,00
10	Escobas	1,90	19,00
6	Trapeador	2,00	12,00
3	Cientos de Fundas para basura	2,35	7,05
2	Rociadores	3,90	7,80
3	Limpia vidrios	2,15	6,45
2	Mascarillas	5,75	11,50
24	Esponjas	0,35	8,40
12	Estropajos de baño	0,75	9,00
3	Palas	2,50	7,50
6	Cepillos de baño	1,00	6,00
6	Guantes de caucho	2,00	12,00
	TOTAL ANUAL		314,00

Fuente: Anexo # 3.1 Proforma

Elaborado: Autora del Proyecto



3.2.1.2. Costos de Suministros de Oficina

Tabla N° 36
COSTOS DE ENSERES Y SUMINISTROS DE LIMPIEZA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. Unitario	TOTAL
6	Resmas de papel	3,50	21,00
48	Esferos	0,25	12,00
12	Lápices	0,25	3,00
48	Carpetas	0,15	7,20
2	Perforadoras	6,00	12,00
3	Grapadoras	8,00	24,00
5	Cajas de clips	0,50	2,50
10	Agenda telefónica	3,60	36,00
10	Cientos de tarjetas de presentación	5,00	50,00
6	Resaltadores	0,30	1,80
12	Marcadores tiza líquida	0,55	6,60
6	Borradores	0,40	2,40
		-	-
	TOTAL ANUAL		178,50

Fuente: Anexo # 3.2 Proforma
Elaborado: Autora del Proyecto



3.2.1.3. Costos de Inventario de Consumo

Tabla N° 37
COSTOS DE INVENTARIO DE CONSUMO

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
5	Ciento Folletos SALUD NUTRICIONAL	125,00	625,00
5	Ciento Libretas DIETAS TERAPEUTICAS	95,00	475,00
24	Talonarios Recetarios	7,25	174,00
	TOTAL ANUAL		1.274,00

Fuente: Anexo # 3.3 Proforma

Elaborado: Autora del Proyecto

3.2.1.4. Costos de Muebles y Enseres de Oficina

Tabla N° 38
COSTOS DE MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. Unitario	TOTAL
4	Escritorios Metal a cajones	139,95	559,80
4	Mesas Escritorios	87,15	348,60
6	Sillas accesibles al movimiento	78,03	468,18
10	Sillas sencillas	23,36	233,60
1	Mueble Modular Mesón	169,82	169,82
6	Anaqueles de Archivo	85,66	513,96
1	Archivadores Grandes	150,37	150,37
1	Sillones unidos para sala de espera (12 asientos)	300,00	300,00
1	Dispensador de agua	78,00	78,00
	AREA OPERATIVA		
2	Camilla estables consultorio	145,71	291,42
3	Perchas	110,00	330,00
1	Pizarras	45,00	45,00



12	Vestuario Médico	21,50	258,00
	TOTAL ANUAL		3.746,75

Fuente: Anexo # 3.4 Proforma

Elaborado: Autora del Proyecto

3.2.1.5. Costos de Equipo Tecnológicos

Tabla N° 39
COSTOS DE EQUIPO TECNOLÓGICOS

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. Unitario	TOTAL
6	Computador	580,36	3.482,16
1	Laptop (computador portátil)	696,43	696,43
1	Fotocopiadora	937,50	937,50
1	Retroproyector	658,00	658,00
	TOTAL ANUAL		5.774,09

Fuente: Anexo # 3.5 y 3.6 Proforma

Elaborado: Autora del Proyecto



3.2.1.6. Costos de Equipo de Oficina

Tabla N° 40
COSTOS DE EQUIPO DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	Tele-Fax	174,11	174,11
1	T.V. a color 26" LCD	529,00	529,00
1	Mini central Telefónica 3*1 Inalámbrico	98,93	98,93
2	Aire Acondicionado	647,32	1.294,64
	TOTAL ANUAL		2.096,68

Fuente: Anexo # 3.5 y 3.6 Proforma

Elaborado: Autora del Proyecto

3.2.1.7. Costos de Maquinaria y Equipo

Tabla N° 41
COSTOS DE MAQUINARÍA Y EQUIPO

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
2	Equipo Médico Estetoscopio	26,00	52,00
1	Equipo Tensiómetro Arterial	63,22	63,22
3	Equipo Médico Nutricional	61,00	183,00
		-	-
	TOTAL ANUAL		298,22

Fuente: Página Web (www.medwoow.com)

Elaborado: Autora del Proyecto



3.2.1.8. Costos de Personal Operativo

Tabla N° 42
COSTOS DE PERSONAL OPERATIVO

Cantidad	Función	Remuneración Unificada (Tabla Sectorial)	Horas Extras	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	Aporte Patronal 12.15%	Fondo Reserva (A partir de 2do Año)	Liquidación Años Servicio	Vacaciones	Total Beneficios Sociales	Total Sueldo y Beneficios
2	Dietista Nutricional	600,00		1200,00	100,00	36,33	145,80	1200,00	25,00	50,00	1557,13	2757,13
1	Dietista Nutricional Docente	490,00		490,00	40,83	18,17	59,54	490,00	10,21	20,42	639,16	1129,16
1	Enfermera Profesional	360,00		360,00	30,00	18,17	43,74	360,00	7,50	15,00	474,41	834,41
1	Enfermera Auxiliar	180,00		180,00	15,00	18,17	21,87	180,00	3,75	7,50	246,29	426,29

Total Mes 5146,99

Fuente: Tabla Sectorial de la Inspectoría del Trabajo
Elaborado: Autora del Proyecto



3.2.1.9. Costos de Personal Administrativo

Tabla N° 43
COSTOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO

Cantidad	Función	Remuneración Unificada (Tabla Sectorial)	Horas Extras	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	Aporte Patronal 12.15%	Fondo Reserva (A partir de 2do Año)	Liquidación Años Servicio	Vacaciones	Total Beneficios Sociales	Total Sueldo y Beneficios
1	Administrador Gerente	500,00		500,00	41,67	18,17	60,75	500,00	10,42	20,83	651,83	1151,83
1	Secretaría	220,00		220,00	18,33	18,17	26,73	220,00	4,58	9,17	296,98	516,98
1	Jefe de Personal	325,00		325,00	27,08	18,17	39,49	325,00	6,77	13,54	430,05	755,05
1	Jefe Financiero	325,00		325,00	27,08	18,17	39,49	325,00	6,77	13,54	430,05	755,05
1	Jefe de Ventas	290,00		290,00	24,17	18,17	35,24	290,00	6,04	12,08	385,69	675,69
1	Recepcionista-Cajero	235,00		235,00	19,58	18,17	28,55	235,00	4,90	9,79	315,99	550,99
1	Asistente-Cajero	180,00		180,00	15,00	18,17	21,87	180,00	3,75	7,50	246,29	426,29
1	Auxiliar de Servicio	235,00		235,00	19,58	18,17	28,55	235,00	4,90	9,79	315,99	550,99

Total Mes 5382,87

Fuente: Tabla Sectorial de la Inspectoría de Trabajo
Elaborado: Autora del Proyecto



3.2.1.10. Costos de Servicio Básico

Tabla N° 44
COSTOS DE SERVICIO BÁSICO

SERVICIO	CONSUMO ESTIMADO	UNIDAD	SECTOR	P. UNITARIO	TOTAL
Luz Eléctrica	1100 Kw/hora	Kilovatio/Hora	Comercial	0,15	165,00
Agua Potable	65 m³	Metro cúbico	Comercial	0,30	19,50
Teléfono	1083 m	Minuto	Comercial	0,08	86,84
				-	-
	TOTAL MES	271,14			

Fuente: Estimación calculada de acuerdo a una empresa ubicada en el sector comercial de Esmeraldas

Elaborado: Autora del Proyecto



3.3. INVERSIÓN TOTAL INICIAL

Tabla N° 45
Inversión Total Inicial

DESCRIPCION	PARCIAL			TOTAL
Capital de Trabajo				
Materiales Utilizados en el Servicio			1.274,00	1.274,00
Suministros de Oficina			178,50	178,50
Enseres y Suministros de Limpieza			314,00	314,00
Sueldos Personal Administrativo	2	5.091,61	10.183,22	10.183,22
Sueldos Personal Operativo				
				-
Inversión Fija				-
Muebles y Enseres			3.746,75	3.746,75
Equipos de Oficinas			2.096,68	2.096,68
Equipos de Computación			5.774,09	5.774,09
Maquinaria y Equipos			298,22	298,22
				-
Inversión Diferida				-
Gastos de Constitución			1.655,00	1.655,00
Gastos de Alquiler del Local	2	980,00	1.960,00	1.960,00
TOTAL INVERSION INICIAL				27.480,46

Fuente: "El Asesor Contable" Mario Bedoya

Elaborado: Autora del Proyecto

En el Recurso Humano se coloca un apoyo para dos meses de sueldo, hasta que el funcionamiento del negocio sea normal; a si mismo el gasto del alquiler de las instalaciones.

En este cuadro podemos visualizar la totalidad de la inversión que requiere el negocio para iniciar su funcionamiento



3.4.DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

3.4.1. Depreciaciones de los Activos Fijos

Tabla N° 46
Depreciación anual de MUEBLES DE OFICINA

CENTRO DE DIETAS ALIMENTICIAS Y NUTRICIÓN TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		MUEBLES Y ENSERES	
COSTO		3.746,75	
VIDA UTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	374,68
DEPRECIACION ANUAL			337,21
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			3.746,75
1	337,21	337,21	3.409,54
2	337,21	674,42	3.072,34
3	337,21	1.011,62	2.735,13
4	337,21	1.348,83	2.397,92
5	337,21	1.686,04	2.060,71
6	337,21	2.023,25	1.723,51
7	337,21	2.360,45	1.386,30
8	337,21	2.697,66	1.049,09
9	337,21	3.034,87	711,88
10	337,21	3.372,08	374,68
	3.372,08		



Tabla N° 47
Depreciación anual de EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

CENTRO DE DIETAS ALIMENTICIAS Y NUTRICIÓN TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	
COSTO		5.774,09	
VIDA UTIL		3 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	577,41
DEPRECIACION ANUAL			1.732,23
V.U.	DEPRECIACION ANNUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			5.774,09
1	1.732,23	1.732,23	4.041,86
2	1.732,23	3.464,45	2.309,64
3	1.732,23	5.196,68	577,41
	5.196,68		



Tabla N° 48
Depreciación anual de MAQUINARIAS Y EQUIPOS

CENTRO DE DIETAS ALIMENTICIAS Y NUTRICIÓN TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		MAQUINARIA Y EQUIPOS	
COSTO		298,22	
VIDA UTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	29,82
DEPRECIACION ANUAL			26,84
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			298,22
1	26,84	26,84	271,38
2	26,84	53,68	244,54
3	26,84	80,52	217,70
4	26,84	107,36	190,86
5	26,84	134,20	164,02
6	26,84	161,04	137,18
7	26,84	187,88	110,34
8	26,84	214,72	83,50
9	26,84	241,56	56,66
10	26,84	268,40	29,82
	268,40		



Tabla N° 49
Depreciación anual de EQUIPOS DE OFICINA

CENTRO DE DIETAS ALIMENTICIAS Y NUTRICIÓN TABLA DE DEPRECIACION ANUAL			
NOMBRE DEL ACTIVO		EQUIPOS DE OFICINA	
COSTO		2.096,68	
VIDA UTIL		10 AÑOS	
VALOR RESIDUAL		10%	209,67
DEPRECIACION ANUAL			188,70
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			2.096,68
1	188,70	188,70	1.907,98
2	188,70	377,40	1.719,28
3	188,70	566,10	1.530,58
4	188,70	754,80	1.341,88
5	188,70	943,51	1.153,17
6	188,70	1.132,21	964,47
7	188,70	1.320,91	775,77
8	188,70	1.509,61	587,07
9	188,70	1.698,31	398,37
10	188,70	1.887,01	209,67
	1.887,01		



3.4.2. Resúmenes de Depreciaciones de los Activos Fijos

Tabla N° 50
RESUMEN DE DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS

NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA UTIL	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
MUEBLES Y ENSERES	10	3.746,75	28,10	337,21	374,68
EQUIPOS DE OFICINA	10	2.096,68	15,73	188,70	209,67
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3	5.774,09	144,35	1.732,23	577,41
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	298,22	2,24	26,84	29,82
TOTAL		11.915,74	190,41	2.284,98	1.191,57

Fuente: "El Asesor Contable" Mario Bedoya

Elaborado: Autora del Proyecto

Como se podrá observar aquí están las depreciaciones de los activos fijos que el negocio utilizará para su operación de acuerdo al tipo de activo, donde se considera un valor residual o de salvamento, y se aplica un valor mensual y anual a ser depreciado, el mismo que aparecerá en los gastos mensuales operativos



3.4.3. Amortización del Crédito

Tabla N° 51
AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO CFN

METODO		CUOTA FIJA		12
CAPITAL	24.820,46	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL	10,25%	PERIODOS		120
PLAZO	10	AÑOS		
PAGOS ANUALES	12			
INTERES	0,85%	PAGO PERIODICO		331,45
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				24.820,46
1	331,45	212,01	119,44	24.701,02
2	331,45	210,99	120,46	24.580,56
3	331,45	209,96	121,49	24.459,07
4	331,45	208,92	122,53	24.336,54
5	331,45	207,87	123,58	24.212,96
6	331,45	206,82	124,63	24.088,33
7	331,45	205,75	125,70	23.962,63
8	331,45	204,68	126,77	23.835,87
9	331,45	203,60	127,85	23.708,01
10	331,45	202,51	128,94	23.579,07
11	331,45	201,40	130,05	23.449,02
12	331,45	200,29	131,16	23.317,87
TOTAL	3.977,40	2.474,81	1.502,59	
13	331,45	199,17	132,28	23.185,59
14	331,45	198,04	133,41	23.052,19
15	331,45	196,90	134,55	22.917,64
16	331,45	195,75	135,70	22.781,94
17	331,45	194,60	136,85	22.645,09
18	331,45	193,43	138,02	22.507,07



19	331,45	192,25	139,20	22.367,86
20	331,45	191,06	140,39	22.227,47
21	331,45	189,86	141,59	22.085,88
22	331,45	188,65	142,80	21.943,08
23	331,45	187,43	144,02	21.799,06
24	331,45	186,20	145,25	21.653,81
TOTAL	3.977,40	2.313,35	1.664,05	
25	331,45	184,96	146,49	21.507,32
26	331,45	183,71	147,74	21.359,58
27	331,45	182,45	149,00	21.210,58
28	331,45	181,17	150,28	21.060,30
29	331,45	179,89	151,56	20.908,74
30	331,45	178,60	152,85	20.755,89
31	331,45	177,29	154,16	20.601,73
32	331,45	175,97	155,48	20.446,25
33	331,45	174,65	156,80	20.289,45
34	331,45	173,31	158,14	20.131,30
35	331,45	171,95	159,50	19.971,81
36	331,45	170,59	160,86	19.810,95
TOTAL	3.977,40	2.134,53	1.842,86	
37	331,45	169,22	162,23	19.648,72
38	331,45	167,83	163,62	19.485,10
39	331,45	166,44	165,01	19.320,09
40	331,45	165,03	166,42	19.153,66
41	331,45	163,60	167,85	18.985,82
42	331,45	162,17	169,28	18.816,54
43	331,45	160,72	170,73	18.645,81
44	331,45	159,27	172,18	18.473,63
45	331,45	157,80	173,65	18.299,97
46	331,45	156,31	175,14	18.124,84
47	331,45	154,82	176,63	17.948,20
48	331,45	153,31	178,14	17.770,06
TOTAL	3.977,40	1.936,51	2.040,89	
49	331,45	151,79	179,66	17.590,40
50	331,45	150,25	181,20	17.409,20
51	331,45	148,70	182,75	17.226,45
52	331,45	147,14	184,31	17.042,14



53	331,45	145,57	185,88	16.856,26
54	331,45	143,98	187,47	16.668,79
55	331,45	142,38	189,07	16.479,72
56	331,45	140,76	190,69	16.289,04
57	331,45	139,14	192,31	16.096,72
58	331,45	137,49	193,96	15.902,77
59	331,45	135,84	195,61	15.707,15
60	331,45	134,17	197,28	15.509,87
TOTAL	3.977,40	1.717,21	2.260,19	
61	331,45	132,48	198,97	15.310,90
62	331,45	130,78	200,67	15.110,23
63	331,45	129,07	202,38	14.907,84
64	331,45	127,34	204,11	14.703,73
65	331,45	125,59	205,86	14.497,88
66	331,45	123,84	207,61	14.290,26
67	331,45	122,06	209,39	14.080,88
68	331,45	120,27	211,18	13.869,70
69	331,45	118,47	212,98	13.656,72
70	331,45	116,65	214,80	13.441,92
71	331,45	114,82	216,63	13.225,29
72	331,45	112,97	218,48	13.006,80
TOTAL	3.977,40	1.474,34	2.503,06	
73	331,45	111,10	220,35	12.786,45
74	331,45	109,22	222,23	12.564,22
75	331,45	107,32	224,13	12.340,09
76	331,45	105,40	226,05	12.114,05
77	331,45	103,47	227,98	11.886,07
78	331,45	101,53	229,92	11.656,15
79	331,45	99,56	231,89	11.424,26
80	331,45	97,58	233,87	11.190,39
81	331,45	95,58	235,87	10.954,53
82	331,45	93,57	237,88	10.716,65
83	331,45	91,54	239,91	10.476,73
84	331,45	89,49	241,96	10.234,77
TOTAL	3.977,40	1.205,37	2.772,03	
85	331,45	87,42	244,03	9.990,75
86	331,45	85,34	246,11	9.744,63



87	331,45	83,24	248,21	9.496,42
88	331,45	81,12	250,33	9.246,08
89	331,45	78,98	252,47	8.993,61
90	331,45	76,82	254,63	8.738,98
91	331,45	74,65	256,80	8.482,18
92	331,45	72,45	259,00	8.223,18
93	331,45	70,24	261,21	7.961,97
94	331,45	68,01	263,44	7.698,53
95	331,45	65,76	265,69	7.432,84
96	331,45	63,49	267,96	7.164,87
TOTAL	3.977,40	907,50	3.069,90	
97	331,45	61,20	270,25	6.894,62
98	331,45	58,89	272,56	6.622,07
99	331,45	56,56	274,89	6.347,18
100	331,45	54,22	277,23	6.069,95
101	331,45	51,85	279,60	5.790,34
102	331,45	49,46	281,99	5.508,35
103	331,45	47,05	284,40	5.223,95
104	331,45	44,62	286,83	4.937,12
105	331,45	42,17	289,28	4.647,85
106	331,45	39,70	291,75	4.356,10
107	331,45	37,21	294,24	4.061,85
108	331,45	34,70	296,75	3.765,10
TOTAL	3.977,40	577,62	3.399,78	
109	331,45	32,16	299,29	3.465,81
110	331,45	29,60	301,85	3.163,96
111	331,45	27,03	304,42	2.859,54
112	331,45	24,43	307,02	2.552,51
113	331,45	21,80	309,65	2.242,87
114	331,45	19,16	312,29	1.930,57
115	331,45	16,49	314,96	1.615,61
116	331,45	13,80	317,65	1.297,96
117	331,45	11,09	320,36	977,60
118	331,45	8,35	323,10	654,50
119	331,45	5,59	325,86	328,64
120	331,45	2,81	328,64	0,00
TOTAL	3.977,40	212,30	3.765,10	



	39.773,99	14.953,53	24.820,46	

Fuente: CFN (Corporación Financiera Nacional)

Elaborado: Autora del Proyecto

Es la tabla de amortización que se va a aplicar al crédito que se vaya solicitar a la financiera o banco, la cual se construye bajo la modalidad de tabla fija, es decir que mientras los intereses bajan, el capital sube, considerándose una cuota de pago fija, se establece un tiempo de 10 años a un interés del 12,56%, donde el interés del préstamo es de 8,25%, con pagos mensuales de capital e interés de \$ 1.920,38

Como se puede observar la construcción de la tabla es considerada a 10 años.

3.4.4. Amortización de Activos Diferidos

Tabla N° 52
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Gasto de Constitución		
Monto	Vida Útil	Amortización Anual
1655,00	5 años	331,00

Fuente: Tabla N° 45

Elaborado: Autora del Proyecto



3.5. GASTOS OPERATIVOS

Tabla N° 53
Gastos Operativos

DESCRIPCION	VALOR
Sueldos	2.590,67
Luz	165,00
Agua	19,50
Teléfono	86,64
Publicidad	350,00
Pago de intereses crédito	124,61
Útiles de Aseo y Limpieza	70,00
Útiles de Oficina	30,00
Mantenimiento	81,00
Depreciación de Activos Fijos	190,41
Servicios Bancarios	10,00
Décimo Tercer Sueldo	378,33
Décimo Cuarto Sueldo	236,17
Provisión Años de Servicio	94,58
TOTAL GASTOS MENSUALES	4.427,72

Fuente: Tabla N° 42, 43, 44,45

Elaborado: Autora del Proyecto

Aquí se consideran todos los costos operativos que generará el proyecto y que se han determinado en función de las necesidades y capacidad operativa del negocio. Los sueldos, intereses del crédito, las depreciaciones vienen de los cuadros anteriormente analizados. Aquí se determina el gasto operativo mensual el cual se aplicará para los flujos en gastos anuales.



3.6. CAPITAL DE TRABAJO

Tabla N° 54
Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	PARCIAL			
Capital de Trabajo				
Materiales Utilizados en el Servicio			1.274,00	1.274,00
Suministros de Oficina			178,50	178,50
Enseres y Suministros de Limpieza			314,00	314,00
Sueldos Personal Administrativo	2	5.091,61	10.183,22	10.183,22
Sueldos Personal Operativo				
			TOTAL	11.949,72

Fuente: Tabla N° 45
Elaborado: Autora del Proyecto



3.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

3.7.1. Pronostico de Ventas

Tabla N° 55
PRONÓSTICO DE VENTAS DEL SERVICIO

Paquetes Nutricionales	Costo por Paquete	Precio por Paquete	Cant. Utilizada al Año	Total Costo Anual	Total Ingresos Anuales
Individual	7,25	26,00	1951	14.144,75	50.726,00
Familiar	14,50	45,00	1951	28.289,50	87.795,00
		TOTAL		42434,25	138.521,00
		TOTAL (MES)		3536,19	11543,42

Fuente: Tabla N° 23, 24
Elaborado: Autora del Proyecto

3.7.2. Costos

Tabla N° 56
CUADRO PARA CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos	5.091,61		5.091,61	61.099,32		61.099,32
Luz						



	165,00		165,00	1.980,00		1.980,00
Agua	19,50		19,50	234,00		234,00
Teléfono	86,64		86,64	1.039,68		1.039,68
Publicidad	350,00		350,00	4.200,00		4.200,00
Pago de intereses crédito	125,42		125,42	1.504,99		1.504,99
Útiles de Aseo y Limpieza	70,00		70,00	840,00		840,00
Útiles de Oficina	30,00		30,00	360,00		360,00
Mantenimiento	81,00		81,00	972,00		972,00
Depreciación de Activos Fijos	190,41		190,41	2.284,98		2.284,98
Servicios Bancarios	10,00		10,00	120,00		120,00
Décimo Tercer Sueldo	378,33		378,33	4.540,00		4.540,00
Décimo Cuarto Sueldo	236,17		236,17	2.834,00		2.834,00
Provisión Años de Servicio	94,58		94,58	1.135,00		1.135,00
Material Utilizado en el Servicio		1.274,00			15.288,00	15.288,00
Fondo de Reserva	-		-	-		-
TOTAL	6.928,66	1.274,00	8.202,66	83.143,92	15.288,00	98.431,92

Fuente: Tabla N° 53
Elaborado: Autora del Proyecto



3.7.3. Punto de Equilibrio

Tabla N° 57
CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO
Servicio Paquete Individual

	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	4.227,17	50.726,00
COSTOS FIJOS TOTALES	2.425,03	29.100,39
COSTOS VARIABLES TOTALES	445,90	5.350,80
PUNTO DE EQUILIBRIO	2.424,93	29.100,28

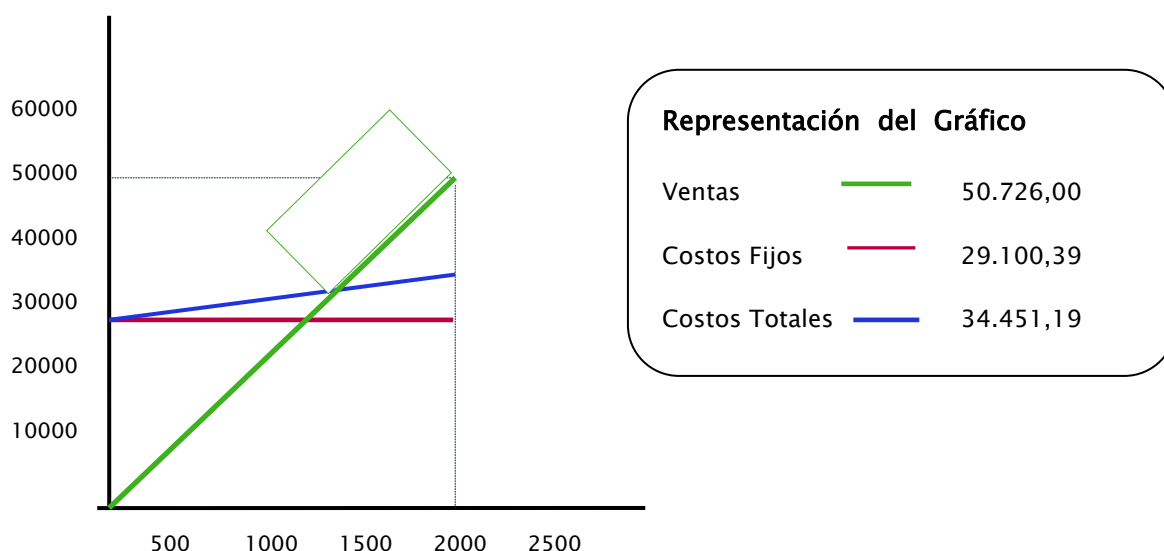
Fuente: Tabla N° 55, 56

Elaborado: Autora del Proyecto

$$\text{Punto de Equilibrio} = \text{Costos Fijos} / 1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas})$$

Por lo tanto tenemos que el valor de USD **29.100,28** es lo mismo que se debe vender anualmente para no perder ni ganar mensualmente, es decir se debe vender un total de 1120 unidades de paquete individual

Gráfico N° 01





Síntesis

Los costos fijos y variables aplicables para determinar el punto de equilibrio del servicio paquete individual, se considero un valor del 35% del total de los costos que genera el mismo. Esta asignación de costo se la hizo por la simple razón de que los paquetes individuales consumen menos que familiar, y a su vez se globalizo los costos, lo cual con lleva a determinar un porcentaje para cada paquete de servicio a ofertar

Tabla N° 58
CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO
Servicio Paquete Familiar

	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	7.316,25	87.795,00
COSTOS FIJOS TOTALES	4.503,63	54.043,58
COSTOS VARIABLES TOTALES	828,10	9.937,20
PUNTO DE EQUILIBRIO	4.503,52	54.043,47

Fuente: Tabla N° 55, 56

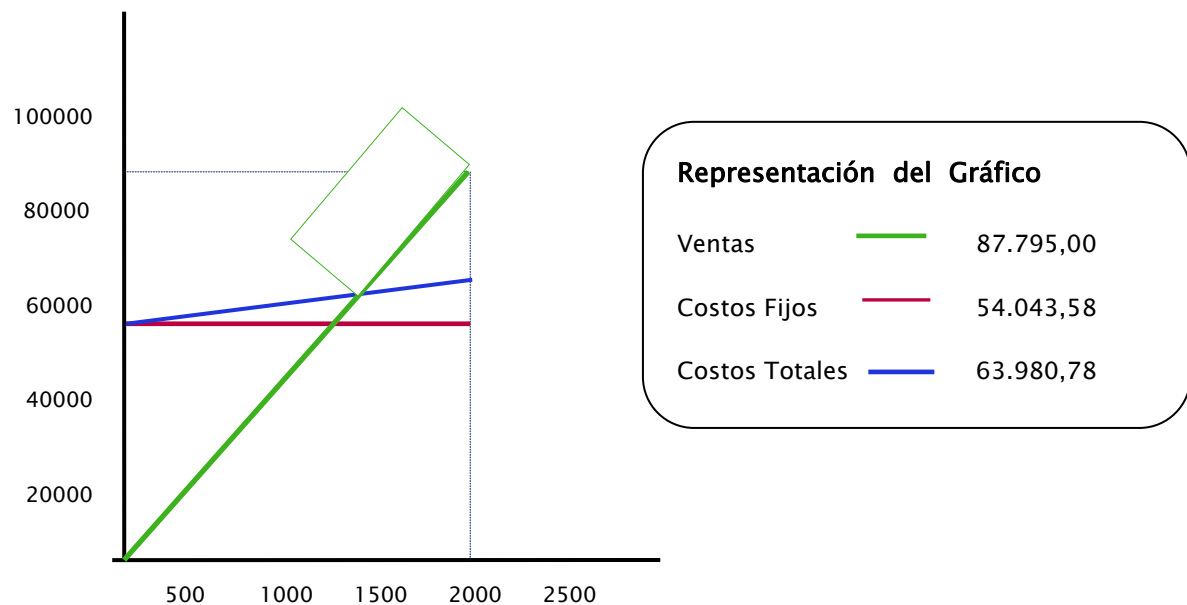
Elaborado: Autora del Proyecto

$$\text{Punto de Equilibrio} = \text{Costos Fijos} / 1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas})$$

Por lo tanto tenemos que el valor de USD **54.043,47** es lo mismo que se debe vender anualmente para no perder ni ganar mensualmente, es decir se debe vender un total de 1201 unidades de paquete individual



Gráfico N° 02



Síntesis

Los costos fijos y variables aplicables para determinar el punto de equilibrio del servicio paquete familiar, se considero un valor del 65% del total de los costos que genera el mismo. Esta asignación de costo se la hizo por la simple razón de que los paquetes familiares consumen mayor que individual, y a su vez se globalizo los costos, lo cual con lleva a determinar un porcentaje para cada paquete de servicio a ofertar





3.8. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

Tabla N° 59
Estado de Resultado Proyectado

Fuente: Anexo # 3.7, Tabla #50, 53, 55

Elaborado: Autora del Proyecto



RENTABILIDAD	=	138.521,00	18.661,17	13,47%	1ER. AÑO
---------------------	----------	------------	-----------	--------	----------

El Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado tiene un crecimiento anual del 5% en ingresos y del 2.5% en egresos. De acuerdo al índice de inflación anual.

En la construcción del Flujo anual se ha considerado el gasto mensual y este se lo multiplica por doce, el cual construye este flujo. Se ha considerado para el flujo, la inversión de inventarios y de recurso humano, como todos los ingresos, costos y gastos operacionales que genera el proyecto



3.9. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Tabla N° 60

Fuente: Tabla # 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41

Elaborado: Autora del Proyecto



Es la construcción del primer Estado Financiero, que es la compilación de activos, inventarios, préstamos a corto plazo préstamos a largo plazo y capital propio que aportan los socios.



Capítulo IV

4. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

4.1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Tabla N° 60

CENTRO DE ASESORAMIENTO DE DIETAS ALIMENTICIAS Y NUTRICIÓN FUENTES DE FINANCIAMIENTO COSTO DE CAPITAL						
INVERSION INICIAL	27.480,46	100%	TASA SISTEMA FINANCIERO		TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
TOTAL APOORTE DE SOCIOS	2.500,00	0,09097	Tasa Pasiva	4,25	0,0425	0,00387
PRESTAMOS ENTIDAD FINANCIERA	24.980,46	0,90903	TASA ACTIVA	10,25	0,1025	0,09318
		0,00000	Tasa Activa		0	0,00000
TOTAL INVERSION	27.480,46	1,00000	TASA DE RENTABILIDAD			0,097042
						9,70%

Fuente: "El Asesor Contable" Mario Bedoya

Elaborado: Autora del Proyecto

Las fuentes de financiamiento que ocupa el Proyecto son dos, la de los socios y la que se pide al sector financiero. La de los socios se debe considerar a una tasa pasiva que sería la que pagan los bancos, es decir a un 4.25%, pues el dinero de los socios también debe ser considerado como que genera un porcentaje de interés, y el de la CFN a un interés del 10.25%, al hacer un promedio nos da la tasa del proyecto, 9.70% que será ocupada



para establecer los índices financieros del proyecto, los que demostrarán la viabilidad o factibilidad financiera del mismo.

4.1.1. Indicadores Financieros del Proyecto

Tabla N° 61

CENTRO DE ASESORAMIENTO DE DIETAS ALIMENTICIAS Y NUTRICIÓN INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO

INVERSION INICIAL			27.480,46	TASA MENOR DEL	TASA MAYOR DE	
TASA PASIVA REFERENCIAL			4,25%	PROYECTO	INCERTIDUMBRE	
TASA ACTIVA REFERENCIAL			10,25%	0,097042	0,1970	
VIDA UTIL PROYECTO		10 AÑOS			0,10	
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO		FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBE	FLUJO PRESENTE NETO
0	-2.500,00					
1	18.661,17	0,0970416	0,9115425	17.010,45	0,9115	17.010,45
2	19.127,70	0,0970416	0,8309097	15.893,39	0,7089	13.559,67
3	19.605,89	0,0970416	0,7574095	14.849,69	0,5969	11.702,17
4	20.096,04	0,0970416	0,6904109	13.874,52	0,5025	10.099,12
5	20.598,44	0,0970416	0,6293389	12.963,40	0,4231	8.715,66
6	21.113,40	0,0970416	0,6293389	13.287,48	0,4231	8.933,56
7	21.641,23	0,0970416	0,6293389	13.619,67	0,4231	9.156,89



8	22.182,26	0,0970416	0,6293389	13.960,16	0,4231	9.385,82
9	22.736,82	0,0970416	0,6293389	14.309,17	0,4231	9.620,46
10	20.598,44	0,0970416	0,6293389	12.963,40	0,4231	8.715,66
	203.861,38					
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO				142.731,32		106.899,46
INVERSION INICIAL				27.480,46		27.480,46
VAN				115.250,86		79.419,00
PRC				1,3480		
TIR				41,87%		
R.C.B.				1,37		

Fuente: "El Asesor Contable" Mario Bedoya

Elaborado: Autora del Proyecto

4.2.CRITERIOS DE EVALUACIÓN

4.2.1. Explicación de los Resultados



VAN

VALOR ACTUAL NETO

115.250,86

Traído el dinero de los flujos de los 10 años a la actualidad el proyecto ganaría el valor señalado

PRC

RECUPERACION DE CAPITAL

Un año y cuatro meses

TIR

TASA INTERNA DE RETORNO

Tasa del proyecto a 9,70 % y retorna la tasa a 41,87%

RCB

RECUPERACION COSTO BENEFICIO

Por cada dólar invertido se gana 1,37 centavos

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO

91% Nivel de Endeudamiento

6% Concentración Endeudamiento a Corto Plazo

INDICADORES DE ACTIVIDAD.– indican o corresponde al volumen de ventas generado por la acción tomada (patrimonio, activos, pasivos)

73,02 RAT Rotación del Activo Total

161,86 RCT Rotación del Capital de Trabajo

INDICADORES DE RENTABILIDAD

52% Rentabilidad Bruta

14% Rentabilidad Operacional

10% Rentabilidad Neta



4.2.2. Valor Actual Neto (VAN)

Referente a este indicador tenemos que refleja un resultado de:

VAN= Total Flujo Presente Neto-Inversión Inicial

VAN= 142.731,32-27.480,46

VAN=115.250,86

Fuente: Tabla # 60 Indicadores Financieros

De acuerdo a los resultados obtenidos, el presente proyecto si es viable, ya que los flujos de efectivos a través de los diez años proyectados, traídos al tiempo presente justifican la inversión total del proyecto.

4.2.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para obtener la tasa interna de retorno "TIR" de acuerdo a la fórmula a utilizarse en el presente proyecto, es necesario emplear dos tasas (inferior-superior). Para lo cual podemos observar en el cuadro de resumen de los Indicadores Financieros que la Tasa Interna de Retorno indica un valor del 47,49% reafirmando la viabilidad del proyecto.

2.1.1. Período de Recuperación de Capital (PRC)

De acuerdo a la proyección y análisis que se ha realizado en el cuadro de indicadores financieros se conseguirá recuperar el capital en tiempo 0,3567 equivalente a cuatro meses.



Capítulo V

3. ANALISIS DEL IMPACTO DEL PROYECTO

3.1. IMPACTO CULTURAL

El presente proyecto no repercute en nada a la cultura que vive cada individuo más bien imparte en ella cultivarla, educándose a alimentarse y mantener siempre un orden alimenticios que corregirá y obtendrá una vida saludable.

Por esta razón el impacto es favorable en el cual hay que aprovecharlo al máximo porque emplea variedades de costumbres, conocimientos, hábitos, que con la debida importancia que se le de, en relación al servicio que ofertará NUTRILIVE S.A. en que consiste en el asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición dará como resultado una comunidad ejemplar de vida saludable nutricional.

3.2. IMPACTO SOCIOECONÓMICO

Tenemos en claro que estamos pasando por una crisis económica en donde se limita los gastos dentro de la familia, esto afectaría al Centro de Asesoramiento de Dietas Alimenticias y Nutrición, vale destacar que nuestro medio social poco consume este tipo de servicio por estar fuera de su alcance o por desinformación tanto de su alcance como lo económico.



3.2.1. Mecanismos para atenuar el Impacto Socioeconómico

Todo empezara con formular estrategias que partirá desde la toma de decisiones del cual se tomara la iniciativa de “ganar-ganar”, es decir buscar el beneficio tanto para la organización como para los clientes-consumidores.

No se puede olvidar que es un servicio innovador, creativo y muy necesario para la salud del ser humano-sociedad, solo faltaría la entrega total de información, publicidad que se dará antes del inicio de las actividades de la organización; así obtendríamos la confianza y sobre todo la aceptación en el mercado a oferta, en este caso la ciudad de Esmeraldas.



BIBLIOGRAFÍA

- ❑ ALVAREZ, Catalina, VELASTEGUI, Darío, “PROYECTOS”. Escuela de Formación Dual en Gerencia de Pequeñas y Medianas Empresas. Ediciones Universidad Católica de Chile. 1994
- ❑ BACA, Urbina Gabriel, “EVALUACIÓN DE PROYECTOS” Cuarta Edición. Editorial Mc Graw Hill
- ❑ CALDAS, Marcos. PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS; Quito 1998
- ❑ LEY ORGÁNICA DE LA SALUD; Ley que regula las empresas privadas de salud y medicina prepagada
- ❑ ENCARTA ® Biblioteca de Consulta Microsoft 2003 © 1993–2002 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos
- ❑ ENCICLOPEDIA PRÁCTICA DE ADMINISTRACIÓN: “MICRO EMPRESAS Y MEDIANAS EMPRESAS” Tomo I y II. Circulo de Lectores
- ❑ INTERNACIONAL DE FORMULACIÓN, EVALUACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS: “Análisis Financiero”
- ❑ INEC: VI censo nacional, 2001



- ❑ OCÉANO CENTRUM; “BIBLIOTECA PRÁCTICA DE ADMINISTRACIÓN DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESAS”. Volumen 3. Editorial Océano
- ❑ LAMBIN Jean-Jacques, “MARKETING ESTRATÉGICO”, Tercera Edición. Editorial Mc Graw Hill
- ❑ SAENZ, Rodrigo, MANUAL DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Quito 1999
- ❑ UNIVERSIDAD DE LOS ANDES: Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico. LA EVALUACIÓN ECONÓMICA DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN. Bogotá 1990
- ❑ INTERNET:
 - Búsqueda de GOOGLE (www.google.com.ec)
 - Innovación Empresarial (www.gestiopoli.com)
 - Líder en Monografía (www.monografía.com)
- ❑ FORTAIN, Ernesto R. “EVALUACIÓN SOCIAL DE PROYECTOS” Instituto de Economía. Segunda edición, Editorial Mc Graw Hill



CONCLUSIONES

Del Estudio de Mercado:

- De acuerdo a la investigación de mercado realizada, se obtuvo que la presentación de servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición tiene una buena aceptación en el mercado de la ciudad de Esmeraldas, específicamente en la zona urbana en los sectores de nivel socioeconómico medio-alto, es así que al 91% de los encuestados les gustaría contar con una empresa que brinde servicios especializado para la salud nutricional.
- El mercado del servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición es un mercado virgen ha incursionado, el cual exige como condición según las encuestas un servicio confiable, eficiente y económico.
- La prestación del servicio es muy innovador en referencia al tradicional servicio que los consumidores obtienen por parte de la competencia, por lo cual tenemos como conclusión que al prestar el este tipo de servicio en un mercado en donde no existe y a precios competitivos, nos permitirá ganar la aceptación en el mercado.



Del Estudio Técnico e Ingeniería del Proyecto:

- La implementación del servicio para la salud nutricional implica un tratamiento especializado de seguimiento, por lo que necesitaríamos capacitar a nuestro personal. Esto nos permitirá, ofrecer un servicio eficiente y ampliar nuestra gama de servicios.
- Se ha llegado a la conclusión, que para alcanzar la calidad del servicio es necesario estandarizar los procesos de nutrición, permitiéndonos prestar un servicio sistemático donde se optimice tiempo y recursos
- El éxito de la empresa NUTRILIVE S.A. se encuentra en el recurso humano, ya que representa el instrumento para poder satisfacer los requerimientos y necesidades del cliente, para los cual es necesario capacitarlos constantemente para ofrecer un servicio confiable y efectivo.

Del Estudio Económico:

- Dentro de los costos totales del servicio de asesoramiento de dietas alimenticias y nutrición, el rubro Personal Operativo representa el mayor porcentaje, debido a



que es el recurso más valioso que se dispone, siendo indispensable para realizar las operaciones

- De acuerdo al punto de equilibrio obtenido en los diferentes años, se puede observar que el alcanzar aproximadamente la mitad de las ventas pronosticada, se cubriría el total de los costos del servicio, es así que para el primer año se requiere vender 1120 unidades de paquetes individuales del servicio que representa 29.100,28 USD para alcanzar el punto de equilibrio, es decir se cubriría los costos totales del servicio

Del Estudio Financiero:

- Tomando en consideración la aplicación del VAN sobre los flujos de efectivos proyectados, se ratifica la viabilidad del proyecto al recuperar la inversión realizada, y quedar un excedente de 115.250,86 USD
- Otro criterio que permite evaluar el proyecto es la tasa interna de retorno (TIR), obteniendo el 41,87% como la tasa con que retornará nuestra inversión.
- Considerando el periodo de recuperación de la inversión, tenemos que al primer año y cuatro meses, se estaría recuperando el total del capital de inversión.



RECOMENDACIONES

- Dentro del estudio de mercado, en lo posterior se podría ampliar el abanico de servicios, diversificando las actividades, considerando la prestación del servicio al personal de las organizaciones que lo requieran.
- Una vez analizada la viabilidad del presente proyecto, se recomienda estudiar la posibilidad de ampliar nuestros servicios hacia otros mercados.
- Al momento de contratar personal operativo, se recomienda solicitar experiencias laborales de los mismos, para luego confirmarlos por la empresa, con el motivo de disponer y a la vez asegurar un servicio confiable y de calidad para el cliente.
- Para lograr la eficiencia del servicio, es necesario estandarizar los procesos, y por tal, el recurso humano debe estar consistente de la importancia en el cumplimiento del manual de procedimientos de la empresa, para la correcta realización de las labores y optimización de los recursos
- Siendo el personal, el recurso preciado de la empresa, se recomienda brindarles capacitaciones y cursos de motivación, para que realicen sus actividades eficientemente y se sienta incentivado a realizarlo.
- Actualizar el reglamento interno de la empresa cada año, de acuerdo a los requerimientos de los empleados y el cliente



- Una vez desarrollado el presente proyecto, se recomienda en la inversión del terreno y el edificio propio de la empresa, en donde se empleara las instalaciones de la misma para el desarrollo tanto de las actividades administrativa como las operacionales, esto resulta por lo que no cuenta con instalaciones propias y surge el arrendamiento de la infraestructura en que funciona el Centro de Asesoramiento de Dietas Alimenticias y Nutrición.



GLOSARIO

- ◆ **Asesoramiento.**– ******–acción de ilustración del cual genera capacitación, entendimiento, educación, cultura referente al tema a impartir.
- ◆ **Brechas de Mercado.**– se refiere a los nuevos segmentos de mercado para introducir dicho producto o servicio.
- ◆ **Canal de Distribución.**– esta formado por personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto a medida que este pasa del fabricante al usuario final en su forma actual.
- ◆ **Competencia.**– existe competencia cuando compradores y vendedores tratan de obtener mejores condiciones en el mercado.
- ◆ **Cuestionario.**– técnica de recolección de información que consiste en elaborar preguntas y anotar repuestas.
- ◆ **Demanda.**– es la voluntad y la capacidad de pagar una suma de dinero por alguna cantidad de un artículo o servicios determinados.
- ◆ **Dieta.**– es la alimentación diaria de las personas y es una de las funciones básicas de la vida. La dieta esta formada por los alimentos, combustibles del organismo, que nos proporcionan la energía necesaria para poder realizar todas nuestras actividades.
- ◆ **Distribución.**– es la gestión necesaria para transferir la propiedad de un producto y transportarlo de donde se elabora, hasta donde finalmente se consume.



- ◆ **Dietista.**– es un profesional de la salud, con titulación universitaria, reconocido como un experto en alimentación, nutrición y dietética, con capacidad para intervenir en la alimentación de una persona o grupo
- ◆ **Dietista clínico.**– actúa sobre la alimentación de la persona o grupo de personas sanas o enfermas (en este caso después del diagnóstico médico), teniendo en cuenta las necesidades fisiológicas (o patológicas si es el caso), preferencias personales, socioeconómicas, religiosas y culturales.
- ◆ **Dietista en la industria.**– Asesora en la innovación de nuevos productos y en el marketing social relacionado con la alimentación.
- ◆ **Dietista docente.**– actúa como formador en centros públicos y privados en los que se imparten conocimientos sobre alimentación, nutrición y salud.
- ◆ **Entrevista personal.**– método de recolección de la información que consiste en que el entrevistado realiza la entrevista cara a cara con el entrevistado.
- ◆ **Evaluación financiera.**– valoración de cifras de rendimiento, capital, inversión, ingresos, en función de requisitos que deben cumplir lo evaluado.
- ◆ **Flujo de caja.**– entradas y salidas de dinero generadas por un proyecto, inversión o cualquier actividad económica.
- ◆ **Investigación de Mercado.**– la reunión, registro y análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas e instituciones en general.
- ◆ **Intermediarios.**– son empresas o personas que se lucran por servicios relacionados directamente con la venta y/o compra de un producto.



- ◆ **Mercado.**– existe un mercado cuando compradores que deseen cambiar dinero por producto o servicios y entran en contacto con vendedores que deseen cambiar productos o servicios por dinero.
- ◆ **Mercado Potencial.**– para evaluar si debemos introducir un nuevo producto al mercado, un primer requisito es saber cuantos clientes existen que nos lo puedan comprar. Este es el mercado potencial. Aquél en el que será posible vender bienes y servicios, siempre y cuando los consumidores tengan la capacidad y características necesarias para efectuar la compra.
- ◆ **Mercado Real.**– parte del mercado que efectivamente ésta adquiriendo bienes o servicios.
- ◆ **Oferta.**– cantidad de mercancía que puedan ser vendidas a diferentes precios del mercado por un individuo o por un individuo o por el conjunto de individuos de la sociedad.
- ◆ **Precio.**– cantidad de dinero que es ofrecida a cambio de una mercancía.
- ◆ **Ventas.**– es el proceso personal e impersonal de ayudar a persuadir a un cliente potencial para que adquiera un producto o servicio.
- ◆ **Tasa Interna de Retorno.**– es el tipo de descuento que se hace el VAN sea igual a cero, es decir, el tiempo de descuento que igual el valor actual de los flujos de entrada positivos con el flujo de salida inicial, y otros flujos negativos actualizados de un proyecto de inversión.
- ◆ **Valor Actual Neto.**– criterio financiero para el análisis de proyectos de inversión, que consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan en



el transcurso de la inversión, tanto de los flujos positivos como de las salidas de capital.



ANEXOS 1.1

Formato de Encuesta Piloto Demanda

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ASesorAMINETO DE DIETAS ALIMENTICIAS Y NUTRICIÓN EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS

El siguiente cuestionario a responder tiene como finalidad recopilar información para el análisis del estudio del Proyecto de Factibilidad para la creación de un Centro de Dietas Alimenticias y Nutrición en la ciudad de Esmeraldas

ENCUESTA

I. ¿Sigue UD algún orden alimenticio o dieta en especial?

Siempre _____
Casi siempre _____
A veces _____
Nunca _____

II. ¿Con que frecuencia come UD comida rápida?

1 o 2 (por semana) _____
3 o 4 (por semana) _____
5 o 6 (por semana) _____
Todos los días _____
No come _____

III. ¿Se fija UD en las calorías que ingiere al momento de alimentarte diariamente?

SI ☐ NO ☐



IV. ¿Realiza algún deporte o actividad física por salud?

SI ☐ NO ☐

Si la respuesta es positiva; ¿Con que frecuencia lo realiza?

V. ¿Con que frecuencia visita UD un Nutricionista?

VI. ¿Tiene UD una alimentación saludable?

SI ☐ NO ☐

¿Por qué? _____

VII. ¿Asiste UD a un centro de dietas y nutrición?

SI ☐ NO ☐

¿Por qué? _____

VIII. ¿Le gustaría contar con un servicio especializado de asesoramiento de dietas y nutrición?

SI ☐ NO ☐

IX. ¿Con que tipos de dietas alimenticias le gustaría contar en un determinado centro de dietas y nutrición?



X. ¿A qué personas te gustaría que este dirigido este servicio de dietas y nutrición?

Niños _____
Adolescentes _____
Adultos _____
Ancianos _____

¿Por qué? _____

XI. ¿Le gustaría contar con un verdadero SPA dentro del centro de dietas y nutrición?

SI ☐ NO ☐

¿Por qué? _____

XII. ¿Le gustaría contar con un servicio especializado de asesoramiento de dietas y nutrición a domicilio?

SI ☐ NO ☐

XIII. ¿Estaría de acuerdo en mantener un control de nutrición?

SI ☐ NO ☐

XIV. ¿De qué manera le gustaría cancelar el servicio?

Efectivo _____
Tarjeta de Crédito _____
Cheques (pos-fecha) _____

XV. ¿Le gustaría contar con capacitaciones de nutrición en su lugar de trabajo?

SI ☐ NO ☐



¿Por qué? _____

Elaborado por: Autora del Proyecto



ANEXOS 1.2

Formato de Entrevista a realizar a las empresas oferentes del Servicio de Asesoramiento de Dietas Alimenticias y Nutrición en General

Proyecto de Factibilidad para la creación de un Centro de Dietas Alimenticias y Nutrición

- Nombre y Dirección de la Empresa
- En que fecha inicio sus operaciones
- A que mercado dirige sus servicios
- Que ventajas y desventajas ve al prestar el servicio
- Aspectos competitivos que posee su empresa
- Servicio que presta la empresa
- Como reclutan al personal que labora
- Brinda o no capacitación al personal
- Infraestructura que cuenta la empresa
- Variables que intervienen en determinar precios
- Precio del servicio
- De que forma esta Organizada la empresa
- Canales de Distribución
- Estrategias de Mercado
- Conocimiento de alguna empresa que preste el similar servicio, al que de su organización en el mercado COMPETENCIA



ANEXOS 3.1

Proforma Suministro de Oficina



ANEXOS 3.2

Proforma Suministro de Limpieza



ANEXOS 3.3

Proforma Material para el Servicio



ANEXOS 3.4

Proforma Muebles y Enseres



ANEXOS 3.5

Proforma Equipo de Oficina y Tecnológicos



ANEXOS 3.6

Proforma Equipo de Oficina y Tecnológicos



ANEXOS 3.7

Proforma Rol de Pago



ANEXOS 3.8

Proforma Pago al IESS de personal

NOMBRES Y APELLIDOS	SUELDO + H.EXTRAS	APORTE PERSONAL 9,35%	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL
Gerente	500,00	46,75	60,75	607,50
Secretaría	220,00	20,57	26,73	267,30
Jefe de Personal	325,00	30,39	39,49	394,88
Jefe Financiero	325,00	30,39	39,49	394,88
Jefe de Ventas	290,00	27,12	35,24	352,35
Recepcionista-Cajero	235,00	21,97	28,55	285,53
Asistente-Cajero	180,00	16,83	21,87	218,70
Auxiliar de Servicios	235,00	21,97	28,55	285,53
Dietista Nutricional	1.200,00	112,20	145,80	1.458,00
Dietista Nutricional- Docente	490,00	45,82	59,54	595,35
Enfermera Profesional	360,00	33,66	43,74	437,40
Enfermera Auxiliar	180,00	16,83	21,87	218,70
0	-	-	-	-
	4.540,00	424,49	551,61	5.516,10