



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**ESTABLECIMIENTO BASADO EN LA GASTRONOMÍA
ITALIANA QUE BRINDE PORCIONES ADECUADAS DE
NUTRIENTES Y CALORÍAS**

SUSTENTADO POR:

PATRICIA VALERIA COELLO IRÍAS

FABRICIO EDUARDO MATUTE LÓPEZ

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:

MÁSTER EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS, C.A.

ABRIL, 2016

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTINEZ MIRALDA

VICERRECTOR ACADÉMICO

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

JOSÉ ARNOLDO SERMEÑO LIMA

**ESTABLECIMIENTO BASADO EN LA GASTRONOMÍA
ITALIANA QUE BRINDE PORCIONES ADECUADAS DE
NUTRIENTES Y CALORÍAS**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MÁSTER EN**

DIRECCIÓN EMPRESARIAL

ASESOR METODOLÓGICO

CARLOS ZELAYA OVIEDO

ASESOR TEMÁTICO

AMY PAMELA FIGUEROA CHÁVEZ

MIEMBROS DE LA TERNA (O COMISIÓN EVALUADORA):

MANUELA FLORES

NORMA MARADIAGA

CARMEN ELENA VALLADARES

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2016

PATRICIA VALERIA COELLO IRÍAS
FABRICIO EDUARDO MATUTE LÓPEZ

Todos los derechos reservados.



FACULTAD DE POSTGRADO

ESTABLECIMIENTO BASADO EN LA GASTRONOMÍA ITALIANA QUE BRINDE PORCIONES ADECUADAS DE NUTRIENTES Y CALORÍAS

AUTORES

**PATRICIA VALERIA COELLO IRÍAS Y FABRICIO EDUARDO MATUTE
LÓPEZ**

RESUMEN

En la actualidad la población hondureña se encuentra padeciendo de malos hábitos alimenticios que originan sobrepeso y obesidad, finalmente se convierten en enfermedades crónicas no transmisibles. El objetivo de la investigación fue poder determinar cuáles son aquellos elementos que contribuyen a que no se tenga una dieta adecuada en calorías y nutrientes los cuales son necesarias para el correcto funcionamiento del cuerpo, dentro de los métodos de investigación se realizaron encuestas y entrevistas a profundidad con expertos del tema mediante un diseño de investigación mixta. Dentro de los hallazgos que se obtuvieron en la investigación fue que la población del Distrito Central no cuenta con el suficiente conocimiento sobre la ingesta adecuada de alimentos, es un mercado en donde hay un potencial de personas que estarían dispuestos a utilizar la gastronomía italiana como alternativa de alimentos frescos y saludables con el objetivo de mejorar los patrones alimenticios ya adquiridos y obtener una mejor calidad de vida en el futuro. Finalmente se recomienda el uso de la propuesta para ofrecer en el mercado una experiencia fresca y saludable que permita ampliar conocimientos y ofrecer nuevas alternativas de consumo.

Palabras claves: Calorías, Fomentar, Hábitos Alimenticios, Nutrientes.



GRADUATE SCHOOL

ESTABLISHMENT BASED ON ITALIAN CUISINE PROPER PORTIONS THAT PROVIDES NUTRIENTS AND CALORIES

AUTHORS

**PATRICIA VALERIA COELLO IRÍAS AND FABRICIO EDUARDO
MATUTE LÓPEZ**

ABSTRACT

Today the Honduran population is suffering from poor eating habits that cause overweight and obesity eventually become chronic noncommunicable diseases. The aim of the research was to determine what those elements that do not contribute to a diet adequate in calories and nutrients which are necessary for the proper functioning of the body, within the research methods surveys were conducted and in-depth interviews with subject matter experts through a mixed research design. Among the findings obtained in the research was that the population of the Central District does not have enough knowledge about proper food intake, and it is a market where there is a potential for people who would be willing to use Italian cuisine as an alternative fresh and healthy food with the aim of improving already acquired eating patterns and get a better quality of life in the future. Finally the use of the proposal is recommended to offer the market a fresh and healthy experience that expand knowledge and provide new consumption alternatives.

Keywords: Calories, Foster, Eating Habits, Nutrients.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado a mi creador por concederme la oportunidad de desarrollar mis aptitudes y habilidades en el ámbito del estudio. A mi familia y a todos aquellos que con su apoyo me alentaron en el desarrollo de esta tesis.

Patricia Valeria Coello Irías

Quiero dar gracias a Dios que inspiró mi espíritu para la conclusión de esta tesis. A mis padres que fueron de gran apoyo. También, le quiero agradecer a mi amiga María de Socorro Andino por su gran apoyo emocional durante el tiempo que se redactaba esta tesis.

Fabricio Eduardo Matute López

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestro creador Dios por habernos permitido realizar esta tesis como culminación de esta etapa de superación.

A nuestras familias que sin su incondicional apoyo y ayuda no hubiera sido posible realizar esta tesis.

A Glenda Patricia Iscoa por su esfuerzo y dedicación quien con sus conocimientos, su experiencia nos motivó para poder terminar con éxito nuestra tesis.

A la Lic. Dina Rojas por toda la atención que nos brindó con especial amabilidad a todas nuestras consultas.

A la Dra. Nutricionista Lenir Coltro de Sosa por la valiosa e importante información que nos permitió avanzar en nuestro proyecto.

A Rosa Amelia Rodas por sus consejos adicionales para la realización de nuestra tesis.

A todos mis amigos y parientes que aportaron ideas muy valiosas mi profundo agradecimiento.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA	3
1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	5
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	5
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	7
2.1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO.....	7
2.1.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO	26
2.1.3 ANÁLISIS INTERNO.....	27
2.2.1 TEORÍAS DE MASLOW.....	30
2.2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO	31
2.2.3 CONCEPTUALIZACIÓN.....	33
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	38
3.1.1 LA MATRIZ METODOLÓGICA.....	38
3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	39
3.1.3 HIPÓTESIS.....	42
3.3.1 POBLACIÓN.....	47
3.3.2 MUESTRA	47
3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS	47
3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA.....	48
3.4.1 INSTRUMENTOS (CUESTIONARIOS, FICHAS DE OBSERVACIÓN, ETC.).....	48
3.4.2 TÉCNICAS (ENCUESTAS, ENTREVISTAS, ETC).....	48
3.4.3 PROCEDIMIENTOS.....	48
3.5.1 FUENTES PRIMARIAS	49
3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS	49
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS	50
4.7.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA	67
4.7.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	69

4.7.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIA DE MERCADO	70
4.7.4 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS	70
4.8.1 DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO	76
4.8.2 INSTALACIONES Y PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN	77
4.8.3 PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	79
4.8.4 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL	79
4.9.1 REQUISITOS LEGALES	81
4.10.1 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	82
4.10.2 BALANCE GENERAL Y ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO	82
4.10.3 ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO	82
4.10.4 REQUERIMIENTOS DE CAPITAL Y ESTRATEGIA FINANCIERA	83
4.10.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	84
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	86
CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD.....	88
6.1 ESTABLECIMIENTO BASADO EN LA GASTRONOMÍA ITALIANA QUE BRINDE PORCIONES ADECUADAS DE NUTRIENTES Y CALORÍAS	88
6.2 INTRODUCCIÓN.....	88
6.3.1 PLAN DE ACCIÓN	89
6.3.2 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	90
6.3.3 ESCENARIOS.....	90
6.3.3.1 ESCENARIO PESIMISTA	90
6.3.3.2 ESCENARIO OPTIMISTA	91
6.3.3.3 ESCENARIO ESPERADO	91
6.4 PRESUPUESTO.....	91
6.5 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	92
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	94
ANEXOS	98

ÍNDICE DE TABLA

TABLA 1. RACIÓN DE OTROS ALIMENTOS, (SON PRESCINDIBLES).....	12
TABLA 2. RACIÓN DE BEBIDAS Y ACTIVIDAD FÍSICA	12
TABLA 3. RACIÓN DE ALIMENTOS PARA ADULTOS MAYORES DE VEINTE AÑOS ..	13
TABLA 4. INGESTA RECOMENDADA DE CADA NUTRIENTE EN UNA DIETA DE 2.500 KCAL DIARIAS.....	15
TABLA 5. VITAMINAS LIPOSOLUBLES	18
TABLA 6. VITAMINAS HIDROSOLUBLES	19
TABLA 7. LA MATRIZ METODOLÓGICA.....	38
TABLA 8. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	39
TABLA 9. DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN META.....	47
TABLA 10. SALIDA DE LAS 4 P'S	50
TABLA 11. PRINCIPALES COMPETIDORES EN EL DISTRITO CENTRAL.....	68
TABLA 12. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA	70
TABLA 13. PROYECCIONES DE LA DEMANDA	70
TABLA 14. PRESUPUESTO DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN	76
TABLA 15. EQUIPO REQUERIDO Y SUS COSTOS ASOCIADOS	78
TABLA 16. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DEL RESTAURANTE	79
TABLA 17. RECURSO HUMANO CLAVE.....	79
TABLA 18. PROYECCIÓN DE GASTOS DE TRÁMITES LEGALES	81
TABLA 19. PUNTO DE EQUILIBRIO	82
TABLA 20. PLAN DE INVERSIÓN	83
TABLA 21. AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO ANUAL	83
TABLA 22. FLUJO NETO DE EFECTIVO	83
TABLA 23. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD - AUMENTO DE COSTOS	84
TABLA 24. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD- DISMINUCIÓN DEL INGRESO	84
TABLA 25. VERIFICACIÓN DE CONCORDANCIA DEL DOCUMENTO CON LA PROPUESTA	92
TABLA 27. CÁLCULO DE VENTAS ANUAL.....	108
TABLA 28. PRESUPUESTO DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN	108
TABLA 29. CAPACIDAD ANUAL	109
TABLA 30. EQUIPO DE COCINA	109
TABLA 31. EQUIPO DE OFICINA	109
TABLA 32. MOBILIARIO DE COCINA, OFICINA Y RESTAURANTE.....	110
TABLA 33. UTENSILIOS Y SUMINISTROS DE COCINA / OFICINA	110
TABLA 34.DECORACIÓN Y SEGURIDAD	111
TABLA 35. PANILLA DE SALARIOS ANUAL.....	112
TABLA 36. PROYECCIÓN DE VENTA	112
TABLA 37. PROYECCIÓN DE GASTOS	112
TABLA 38. PLAN GLOBAL DE INVERSIÓN Y NECESIDAD DE CAPITAL	113
TABLA 40. AMORTIZACIÓN DIFERIDA	113

TABLA 41. ESTADO DE RESULTADOS	114
TABLA 42. FLUJO DE CAJA CONTABLE.....	114
TABLA 43. BALANCE GENERAL.....	115
TABLA 44. CÁLCULO DEL VPN Y TIR, FLUJO NETO EFECTIVO - SIN PRÉSTAMO ...	116
TABLA 45. FLUJO DE EFECTIVO NETO-SIN PRÉSTAMO	116
TABLA 46. CÁLCULO DEL VPN Y TIR, FLUJO NETO EFECTIVO - CON PRÉSTAMO .	117
TABLA 47. FLUJO NETO EFECTIVO - CON PRÉSTAMO	117
TABLA 48. CÁLCULO DEL VPN Y TIR, FLUJO NETO EFECTIVO - CON AUMENTO DE COSTOS 10%	118
TABLA 49. FLUJO NETO EFECTIVO - CON AUMENTO DE COSTOS 10%.....	118
TABLA 50. CÁLCULO DEL VPN Y TIR, FLUJO NETO EFECTIVO - CON AUMENTO DE COSTOS 12%	119
TABLA 51. FLUJO NETO EFECTIVO - CON AUMENTO DE COSTOS 12%.....	119
TABLA 52. CÁLCULO DEL VPN Y TIR, FLUJO NETO EFECTIVO - CON DISMINUCIÓN DE INGRESO DE 5%.....	120
TABLA 53. FLUJO NETO EFECTIVO - CON DISMINUCIÓN DE INGRESO DE 5%.....	120
TABLA 54. CÁLCULO DEL VPN Y TIR, FLUJO NETO EFECTIVO - CON DISMINUCIÓN DE INGRESO DE 10%.....	121
TABLA 55. FLUJO NETO EFECTIVO - CON DISMINUCIÓN DE INGRESO DE 10%.....	121

ÍNDICE DE FIGURA

FIGURA 1. DIAGRAMA DE ISHIKAWA – MALOS HÁBITOS ALIMENTICIOS.....	4
FIGURA 2. DETERMINANTES DE HÁBITOS SALUDABLE	9
FIGURA 3. PIRÁMIDE ALIMENTICIA	11
FIGURA 4. GRASAS	17
FIGURA 5. VARIEDADES DE PASTAS	30
FIGURA 6. PIRÁMIDE DE MASLOW.....	31
FIGURA 7. LAS DESPROPORCIONES	32
FIGURA 8. EL PLATO DEL BIEN COMER.....	33
FIGURA 9. TAMAÑO DE RACIONES.....	34
FIGURA 10. TAMAÑO DE PORCIONES	35
FIGURA 11. DIAGRAMA DE LAS VARIABLES.....	39
FIGURA 12. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	46
FIGURA 13. FRECUENCIA DE CONSUMO EN RESTAURANTE.....	51
FIGURA 14. IMPORTANCIA DE SELECCIÓN DE RESTAURANTE.....	52
FIGURA 15. PAGO ESTIMADO POR LA COMPRA DE UN TIEMPO DE COMIDA.....	53
FIGURA 16. GUSTO DE TIPO DE COMIDA.....	54
FIGURA 17. CONOCIMIENTO DE CALORÍAS Y NUTRIENTES.....	55
FIGURA 18. RAZONES DE CONSUMO DE PRODUCTOS SALUDABLE.....	56
FIGURA 19. LIMITANTES DE MENÚ SALUDABLE.....	57
FIGURA 20. FORMA ELECCIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS.....	58
FIGURA 21. PREFERENCIAS ALIMENTARIAS.....	59
FIGURA 22. FORMA ADQUISICIÓN DE CONOCIMIENTO.....	60
FIGURA 23. ADQUISICIÓN DE CONOCIMIENTO.....	61
FIGURA 24. MODELO DE NEGOCIO.....	65
FIGURA 25. LOGOTIPO Y LEMA.....	71
FIGURA 26. PÁGINA WEB.....	74
FIGURA 27. EJEMPLO DEL MENÚ.....	75
FIGURA 28. PLANO DEL LOCAL L-301.....	76
FIGURA 29. DISEÑO INTERIOR DEL RESTAURANTE.....	77
FIGURA 30. PROCESO ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO DEL RESTAURANTE.....	78
FIGURA 31. PROCESO DE LA CREACIÓN DE UN NUEVO PLATO.....	78
FIGURA 32. ORGANIGRAMA PROPUESTO.....	79
FIGURA 33. DIAGRAMA DE ISHIKAWA - ESTABLECIMIENTO DE SERVICIO ALIMENTICIO.....	85
FIGURA 34. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN.....	92

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Este capítulo es el punto de partida del proyecto porque se describe el problema que se va a investigar, las preguntas de investigación, objetivos del proyecto y justificación.

1.1 INTRODUCCIÓN

Los hábitos alimenticios se definen como aquellos hábitos que se adquieren en el transcurso de la vida que logran influir en la alimentación. Llevar a cabo una dieta equilibrada, variada y acompañada de ingredientes frescos y saludables es la fórmula que se requiere para poder mejorar la calidad de vida de las personas. Además, contribuye que estas sean menos propensas a adquirir enfermedades como sobrepeso y obesidad que se pueden desarrollar con el paso del tiempo en enfermedades crónicas no transmisibles.

Una correcta alimentación debe ser variada e incluir alimentos de todos los grupos (cereales, frutas, verduras, carnes, lácteos y grasas) tomando en consideración que se debe de regular la correcta porción y ración de los alimentos que se consumen. La finalidad de brindar al cuerpo la cantidad suficiente de energía y nutrientes para un mejor funcionamiento de los órganos que conforman la estructura humana.

La falta de conocimiento sobre los alimentos que consume la población en cantidades cuantificables o medibles de nutrientes y calorías, es uno de los factores determinantes para que la población adquiera malos hábitos alimenticios desde muy temprana edad. Esta conducta afecta los estilos alimenticios a tal grado que puede llegar a convertirse en elementos que favorecen a un desgaste del organismo que puede llegar a causar la muerte en algunos casos al degenerarse enfermedades.

En el capítulo I se desarrolló el planteamiento de la investigación en cual, se observó la falta de establecimientos del rubro de servicio alimenticio que brinde información nutricional de sus platos y/o productos. Debido a esta razón el objetivo de la investigación se efectuó en ofrecer al mercado hondureño una alternativa alimenticia a través de la gastronomía italiana que cumpla con los niveles calóricos adecuados que contribuye a incrementar la ingesta de ingredientes frescos y

saludables. En el capítulo II se detalló toda la información recolectada y las teorías de otros autores que validen la investigación. En el capítulo III se desarrolló un instrumento de investigación con el objetivo de recopilar información cuantitativa, posteriormente se desarrolló una técnica de entrevista con expertos en la rama de la nutrición para analizar la información cualitativa.

En el capítulo IV se evaluó los resultados y se formuló un análisis a profundidad sobre la información recopilada de los instrumentos y técnicas. Posteriormente, se llegó a las conclusiones y recomendaciones del proyecto para finalizar con la aplicabilidad del mismo garantizando una respuesta inmediata que satisfaga al problema de investigación y cumplimientos de objetivos.

En nuestro país hay una tendencia muy alta a que la población tenga malos patrones alimenticios debido a que actualmente hay una gran cantidad de personas que viven con sobrepeso según los expertos en el tema, el estudio va orientado a conocer cuáles son aquellos aspectos por los cuales esta tendencia se ha ido incrementando y proponer una alternativa que contribuya al fomento de los buenos hábitos alimenticios con el fin de mejorar la calidad de vida de la población. El gobierno actual ha iniciado un programa propio del poder ejecutivo llamado “Honduras Actívate” el cual ofrece educación nutricional con actividades físicas para promover la buena alimentación y el ejercicio. La investigación se realizó en la ciudad de Tegucigalpa y Comayagüela.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Organización Mundial de la Salud (2015) afirma que estadísticas del año 2014 en cuanto a la prevalencia mundial de la obesidad se ha duplicado en los periodos comprendidos entre 1980 y 2014. Más de 1900 millones de adultos de 18 o más años tenían sobrepeso, de los cuales, más de 600 millones eran obesos. En general, alrededor del 13% de los habitantes adultos a nivel mundial (un 11% de los hombres y un 15% de las mujeres) eran obesos. El 39% de los adultos de 18 o más años (un 38% de los hombres y un 40% de las mujeres) tenían sobrepeso.

Al menos 2,8 millones de personas mueren cada año por sobrepeso u obesidad. La prevalencia de sobrepeso es mayor en los países de ingresos medios altos, pero también se detectan niveles muy elevados en algunos países de ingresos medios bajos. En la Región de Europa, la Región del Mediterráneo Oriental y la Región de las Américas de la OMS, más de la mitad de las mujeres presentan sobrepeso. La mayor prevalencia del sobrepeso entre lactantes y niños pequeños se observa en las poblaciones de ingresos medios altos, mientras que el mayor aumento del sobrepeso se detecta en el grupo de ingresos medios bajos. (Chan, 2010, p. 11)

Organización Mundial de la Salud (2015) afirma la causa primordial del sobrepeso y la obesidad se encuentra relacionada con la inestabilidad energética tomando en consideración el total de calorías ingeridas y consumidas que generan un incremento en el uso de alimentos hipercalóricos que son altos en grasa, sal y azúcar pero bajos en vitaminas, minerales y otros micronutrientes.

En este mundo globalizado son cada día más las personas que disponen de menos tiempo para satisfacer sus necesidades básicas, principalmente su alimentación, es por ello que buscan una manera simple, flexible y rápida de saciar dicha necesidad, razón que ha permitido el crecimiento acelerado de los restaurantes de servicio rápido, lugares que ofrecen ahorrar tiempo, esfuerzo y en algunas ocasiones dinero por lo que los empleos en este rubro van en alza. (Paredes & Matute Torres, 2012, p. 114)

A menudo los cambios en los hábitos de alimentación y actividad física son consecuencia de cambios ambientales y sociales asociados al desarrollo y de la falta de políticas de apoyo en sectores como la salud, educación, medio ambiente, agricultura, planeamiento urbano, transporte, procesamiento - distribución y comercialización de alimentos. Aunque son muchos los factores socio-económicos que influyen en el sobrepeso y obesidad, los hábitos alimentarios constituyen uno de los más relevantes.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Actualmente en Honduras la población en general posee malos hábitos alimenticios, debido a varios factores, mencionando entre ellos productos con altos contenidos de hidratos de carbono, calorías, grasas saturadas, productos refinados, etc., sobreabundancia de productos procesados a bajo costo, crecimiento de restaurantes o cadenas de comida rápida que ofrecen una variedad de productos no saludables, entre otros, desencadenando obesidad y sobrepeso, que éstos perjudican a largo plazo la salud, presentando daños en los órganos que realizan las funciones vitales del cuerpo (enfermedades crónicas no transmisibles).

La educación sobre la correcta alimentación actualmente se está promoviendo a través de organizaciones internacionales como la Organización Mundial para la Salud (OMS), la Organización Panamericana para la Salud (OPS) y otros organismos con el objetivo que la

población pueda conocer cuál es la importancia de ingerir alimentos saludables. Sin embargo, en nuestro país tanto la industria alimentaria y los entes gubernamentales correspondientes no poseen un plan establecido para fomentar los buenos hábitos alimenticios en la población. La falta de establecimientos que fomente el buen hábito alimenticio y el conocimiento de la ingesta de productos saludables que permita proporcionar las propiedades nutricionales y calóricas con las que son elaboradas.

El conocimiento y la ingesta de una correcta alimentación son características esenciales que se deben llevar a cabo para garantizar el correcto funcionamiento del cuerpo y llegar a tener en la vejez una mejor calidad de vida.

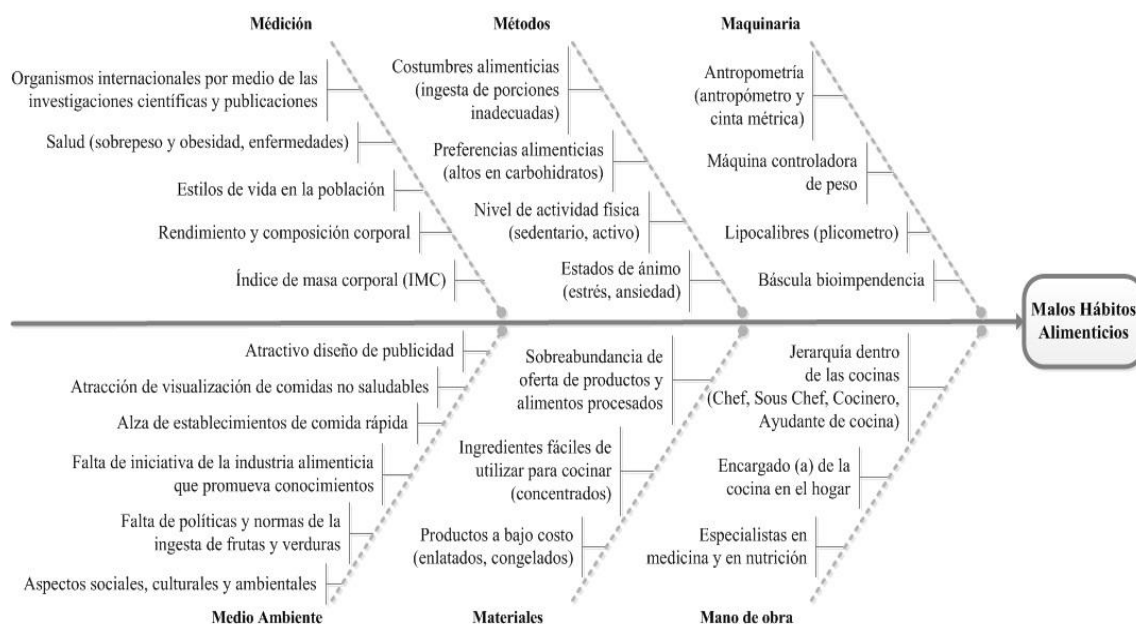


Figura 1. Diagrama de Ishikawa – Malos Hábitos Alimenticios

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La falta de establecimientos del rubro de servicio alimenticio que brinde la información nutricional de sus platos y/o productos. ¿Qué tan factible es como oportunidad de negocio desde el punto de mercado meta la oferta de una alternativa que fomente el buen hábito alimenticio y el conocimiento de la ingesta de productos saludables?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Cuál sería la alternativa más viable para ofrecer alimentos nutricionales y calóricos a la población hondureña?
2. ¿Cómo es actualmente la disponibilidad y acceso a la información sobre los hábitos alimenticios en la población local y en la industria alimenticia?
3. ¿Cuáles son las motivaciones y barreras en relación al consumo de ingredientes frescos y saludables en la población local?
4. ¿Cuál es el medio de adquisición del conocimiento de los buenos hábitos alimenticios en la población local?

1.4 OBJETIVOS DE PROYECTO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Contribuir a fomentar el buen hábito alimenticio de la población meta, mediante un establecimiento basado en la gastronomía italiana con la finalidad de incrementar y adecuar la ingesta de ingredientes frescos y saludables.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar la disponibilidad y acceso a la información sobre los hábitos alimenticios en la población meta y en la industria alimenticia.
2. Analizar las motivaciones y barreras en relación al consumo de ingredientes frescos y saludables en la población meta.
3. Definir la aceptación de la población meta por el arte culinario italiano como alternativa de comida saludable.
4. Proponer la creación de un establecimiento basado en la gastronomía italiana para incrementar y adecuar la ingesta de ingredientes frescos y saludables.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Los buenos hábitos alimenticios son de vital importancia para el individuo, es necesario adoptar patrones alimenticios adecuados para que la ingesta de alimentos brinde los beneficios y el buen funcionamiento del organismo de cada individuo. Los hábitos inapropiados producen un desgaste más rápido en los órganos internos comparado con los que tienen una dieta balanceada y saludable con las cantidades adecuadas de nutrientes y calorías. Cuando se come más sano hay altas probabilidades de tener más años de vida con menos incidencias de enfermedades.

De acuerdo a estudios realizados por los diferentes organismos internacionales (OMS, OPS, FAO) hay un interés y preocupación de las consecuencias por los malos patrones alimenticios por lo que se debe iniciar por parte de la empresa privada y de las instituciones públicas el fomento de la ingesta adecuada de los alimentos.

La industria alimentaria puede desempeñar una función importante en la promoción de una alimentación saludable vigilando la inocuidad y calidad de los alimentos ofrecidos, asegurando la disponibilidad de alimentos sanos y proponiendo una práctica de comercialización responsable.

En base a lo anterior se propone que a través de una oportunidad de negocio se pueda ofrecer a la población meta acceso a alimentos saludables y a la vez fomentar los buenos hábitos alimenticios informando los valores nutritivos y beneficios de los alimentos ofrecidos.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En el capítulo de marco teórico se desea indagar información fundamentada en la evidencia empírica de trabajos realizados por autores anteriormente sobre el tema para esquematizar la investigación. La información de las teorías y principios se desarrollan en una forma organizada y coherente análisis de la situación actual a nivel macro y micro.

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

2.1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

En los últimos años a nivel mundial ha surgido interés por realizar estudios sobre los patrones alimentarios para examinar la relación entre dieta y riesgo de enfermedades crónicas. Estos estudios del consumo de alimentos son de aspecto muy importantes ya que va ligado a factores que condicionan la salud de los individuos y como consecuencia al comportamiento del mismo en la sociedad. En la actualidad se tiene suficiente evidencia de la relación que existe entre el modelo de consumo y algunas enfermedades crónicas-degenerativas (enfermedades no transmisibles) contribuido por la obesidad y el sobrepeso. Algunos estudios revelan que dichas enfermedades matan más de 36 millones de personas cada año, de estas el 80% se producen en los países de ingresos bajos y medios (Mozaffarian et al., 2014).

En la actualidad se reconoce la relación que existe entre dieta y salud, a pesar de ello se presentan muchos problemas de salud en países desarrollados en su mayoría se debe a los malos hábitos alimenticios, esto quiere decir que la conducta al momento de alimentarse tiene un papel significativo sobre la salud (Belmonte, 2008).

SALUD

La salud es uno de los elementos más importantes en el desarrollo de una larga vida, es por esta razón que la importancia de la salud radica en permitir que nuestro organismo pueda captar todo lo que necesita para funcionar adecuadamente y poder desarrollar las actividades rutinarias sin afectar la calidad de vida.

La salud se define como un estado de bienestar físico, mental y social completo. La salud de las personas depende de muchos factores: la biología humana, el estilo de vida, la organización de la atención de salud y los entornos físicos y sociales que rodean al individuo. (Secretaría de Estado en el Despacho de Salud, 2005, p. 9)

Una mala alimentación puede llegar a afectar el equilibrio mental por lo que es muy frecuente que se presente ansiedad o depresión, existen en la actualidad sustancias necesarias para equilibrar el cerebro como la dopamina que aumenta la motivación y gozo la cual se puede obtener en alimentos como plátanos, aguacate, almendras, frutas y hortalizas que presenten hojas verdes ya que son ricos en antioxidantes. La Noradrenalina permite regular el estrés, energía mental y física, para evitar el exceso de noradrenalina que produce estrés y ansiedad se debe de masticar bien los alimentos, sentarse adecuadamente en un espacio dedicado. Finalmente la serotonina la cual estimula el apetito y se encuentra en huevos, pollo, cereales integrales, lácteos poco grasos, calabaza, etc.

El bienestar emocional está íntimamente ligado a la salud general e influida además, por los mismos determinantes sociales. Los vínculos entre salud física y mental son bidireccionales; una mala salud física incide negativamente en la salud mental, de la misma manera que una salud mental deficiente reduce la salud física de la persona. (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, 2014)

La salud mental no solo está compuesta por características individuales como la capacidad para utilizar nuestros pensamientos, emociones, comportamientos e interacción con las personas del entorno, sino que también está compuesta de factores sociales, culturales, económicos, políticos y ambientales. Dentro de los trastornos mentales más comunes que predominan en los bajos niveles socioeconómicos se encuentra el consumo de alcohol y el estrés que van acompañadas de enfermedades no transmisibles (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, 2014).

La promoción de la salud consiste en proporcionar a los pueblos los medios necesarios para mejorar su salud y ejercer un mayor control sobre la misma. Para alcanzar un estado adecuado de bienestar físico, mental y social un individuo o grupo debe ser capaz de identificar y realizar sus aspiraciones, de satisfacer sus necesidades y de cambiar o adaptarse al medio ambiente. La salud se percibe pues, no como el objetivo, sino como la fuente de riqueza de la vida cotidiana. Se trata por tanto de un concepto positivo que acentúa los recursos sociales y personales así como las aptitudes físicas. Por consiguiente, dado que el concepto de salud como bienestar trasciende la idea de formas de vida sanas, la promoción de la salud no concierne exclusivamente al sector sanitario. (OMS, 2000, p.1)

ESTILO DE VIDA

Una alimentación equilibrada, practicar ejercicio físico y un estilo de vida saludable juegan un papel muy importante para mantener una buena salud tanto a nivel físico como psicológico. Cabe recalcar que hay múltiples factores que influyen en el comportamiento alimentario que contribuyen a tomar las mejores decisiones por lo que se debe incitar a cambiar hábitos alimentarios, uso de dietas adecuadas y practicar algún deporte.

La consideración de estilos de vida como condicionantes de la salud, representa una corriente importante que realza el protagonismo de los individuos y las comunidades en el cuidado de su salud. El estilo de vida, visualizado a través de comportamientos tales como el tabaquismo, los malos hábitos de alimentación, y el consumo de alcohol y drogas, incrementa el riesgo de sufrir problemas de salud. (Secretaría de Estado en el Despacho de Salud, 2005, p. 22)

Determinantes de Hábitos Saludables Una Oportunidad para el Control de ECNT



Figura 2. Determinantes de Hábitos Saludable

Fuente: (Rigotti, 2013)

Por lo tanto, el término *estilo de vida saludable* tiene en cuenta tanto aquellos comportamientos que implican un riesgo para la salud como aquellos otros que la protegen, tal y como defiende Dellert S. Elliot (1993), uno de los estudiosos en la materia con más relevancia internacional. Según este autor, el estilo de vida saludable se entiende cada vez más como un patrón de comportamientos relacionado con la salud que se llevan a cabo de un modo relativamente estable. Una de las aportaciones más importantes de Elliot ha sido su planteamiento sobre las características fundamentales del estilo de vida saludable, resumidas en los siguientes cuatro apartados:

a. Posee una naturaleza conductual y observable. En este sentido, las actitudes, los valores y las motivaciones no forman parte del mismo, aunque sí pueden ser sus determinantes.

b. Las conductas que lo conforman deben mantenerse durante un tiempo. Conceptualmente, el estilo de vida denota hábitos que poseen alguna continuidad temporal, dado que supone un modo de vida habitual. Así, por ejemplo, el haber probado alguna vez el tabaco no es representativo de un estilo de vida de riesgo para la salud. Por la misma regla, si un comportamiento se ha abandonado ya no forma parte del estilo de vida.

c. El estilo de vida denota combinaciones de conductas que ocurren consistentemente. De hecho, se considera al estilo de vida como un modo de vida que abarca un amplio rango de conductas organizadas de una forma coherente en respuesta a las diferentes situaciones vitales de cada persona o grupo.

d. El concepto de estilo de vida no implica una etiología común para todas las conductas que forman parte del mismo, pero sí se espera que las distintas conductas tengan algunas causas en común. («Estilos de Vida y Promoción de la Salud.», s. f., pp. 4-5)

ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN

Se considera que una persona está suficientemente alimentada si ha consumido muchos alimentos, pero puede que este mal nutrida si los alimentos que consume no contienen la cantidad de nutrientes que necesita el organismo para trabajar correctamente. El destino final de los nutrientes son las células, si estas reciben todos los nutrientes necesarios nuestro organismo estará sano.

Se define como alimentación el conjunto de acciones que permiten introducir en el organismo humano los alimentos, o fuentes de las materias primas que precisa obtener, para llevar a cabo sus funciones vitales. La alimentación incluye varias etapas: Selección, Preparación e Ingestión de los alimentos. Consiste en un proceso voluntario. (Palencia, s. f., p. 1)

La nutrición se define como la serie de procesos que se realizan de manera involuntaria en donde el organismo incorpora, convierte y utiliza todos los nutrientes obtenidos de los alimentos para posteriormente realizar las funciones vitales. La nutrición está compuesta por la digestión de los alimentos, absorción y metabolismo de todos los nutrientes obtenidos para que finalmente se desarrolle el proceso de excreción de desechos que no fueron absorbidos por el metabolismo celular (Palencia, s. f.).

La nutrición es la ciencia que tiene como objeto de estudio la relación que existe entre los alimentos y los seres vivos. En el caso de la nutrición humana los estudios se dirigen a conocer las necesidades de nutrientes que tienen el hombre y las enfermedades que se producen por la ingestión insuficiente o excesiva. También se dedica al estudio de la calidad de los alimentos. (Izquierdo Hernández, 2004, pp. 1-1)

La pirámide como figura es muy fácil de visualizar y comprender, dichos alimentos aparecen en grupos o bloques según su aporte nutricional, estos a su vez se dividen en niveles. Los niveles de la pirámide indican la importancia de todos los niveles en donde se debe consumir alimentos de todos los niveles para llevar a cabo una dieta equilibrada. Cada grupo de alimentos está compuesto de diferentes nutrientes que se requieren para la buena salud. Todos los grupos son importantes, ninguno es más importante que otro. Todos los grupos de alimentos se encuentran representados en la pirámide, organizándose en 6 bloques distribuidos en 4 filas:

1. Fila: Pan, cereales, pastas, patatas: Todos estos alimentos se encuentran en el mismo bloque.
2. Fila: Hortalizas + frutas: Distribuidos en dos bloques.
3. Fila: Leche, yogur y queso + carnes, huevos, pescados, aves y legumbres: En esta fila también hay dos bloques de alimentos
4. Fila: Grasas, aceites y dulces: Todos en un bloque, en la cúspide de la Pirámide. (Serna, 2009, p. 4)

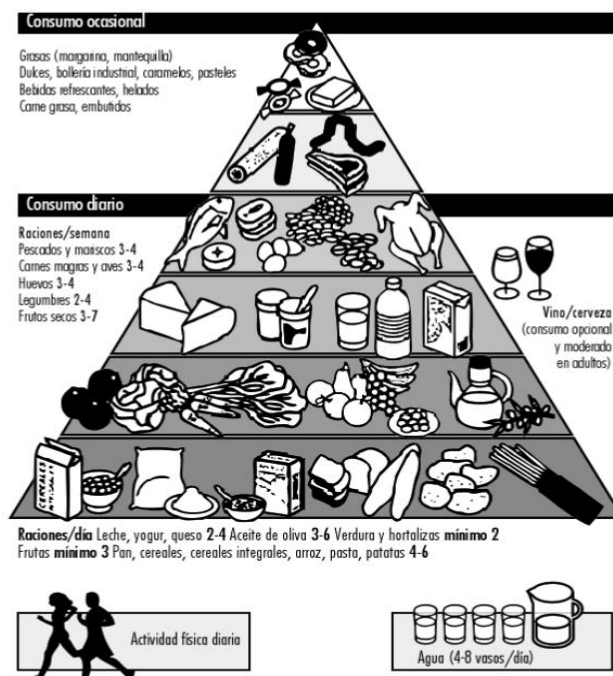





Figura 3. Pirámide Alimenticia

Fuente: (Matarese & Gottschlich, 2004)

La pirámide de alimentos recalca algunos conceptos de suma importancia: **Variedad:** Uno de los problemas más habituales en la alimentación lo constituye la monotonía: comer siempre lo mismo. La variedad es la base del equilibrio nutricional. Ningún alimento aporta todos los nutrientes necesarios. Se debe consumir una amplia selección dentro y entre los principales grupos de alimentos. Ningún grupo es más importante que otro (salvo el de grasas y dulces, que se deben restringir) ya que ellos nos aportan distintos nutrientes. **Proporcionalidad:** se debe consumir mayor cantidad de los alimentos que se encuentran en la base de la pirámide y menos de los que se encuentran en la parte superior (de ahí su forma). Hay que tomar las cantidades adecuadas, suficientes pero no demasiadas, de cada grupo de alimentos. **Moderación:** sugiere el número y el tamaño de porciones a consumir de cada grupo de alimentos según las necesidades de energía. La cantidad de cada grupo dependerá de cada persona en particular, pero la moderación nos prevendrá de muchas enfermedades por exceso como la obesidad. (Serna, 2009, p. 5)

Tabla 1. Ración de Otros Alimentos, (Son Prescindibles)

Alimentos	Tamaño de una ración	Frecuencia de consumo
Mantequilla o margarina 	Pequeñas cantidades	Ocasional o Esporádicamente
Dulces, pasteles, bollería y caramelos 	Pequeñas cantidades	Ocasional o Esporádicamente
Embutidos y carnes grasas 	Pequeñas cantidades	Ocasional o Esporádicamente
Snacks, helados	Pequeñas cantidades	Ocasional o Esporádicamente






Fuente: (Serna, 2009)

Tabla 2. Ración de Bebidas y Actividad Física

N° de Raciones	Bebidas y Actividad Física	Tamaño de una ración	Frecuencia de consumo
4-8	Agua	200 ml	Diario
1-2 veces al día (opcional)	Vino o Cerveza 	100 ml	Opcional y moderado
1 vez al día (opcional)		200 ml	
Alguna vez	Refrescos 	Pequeñas cantidades	Ocasional o Esporádicamente
Al menos 1 vez al día	Actividad Física	Más de 30 minutos	Diario

Fuente: (Serna, 2009)

Tabla 3. Ración de Alimentos para Adultos Mayores de Veinte Años

Nivel en la Pirámide	N° de Raciones al día	Alimentos	Tamaño de una ración	Frecuencia de consumo
Pico de la Pirámide	3-5 Raciones al día	Aceite de oliva (o semillas) 	10 ml	Diario
3er nivel de la Pirámide	3-4 Raciones al día	Leche o derivados	250 ml	Diario
		Yogur 	200-250 ml	Diario
		Quesos Curados	40-60 g	Diario
		Quesos Frescos	80-125 g	Diario
	2 Raciones al día	Carne Magra	100-125 g	2 veces/semana
		Aves (pollo)	160 g	2 veces/semana
		Pescado blanco	150 g	2 veces/semana
		Pescado azul	150 g	2 veces/semana
		Huevos 	60-75 g	3-4 veces/semana
Legumbres		60-80 g	3 veces/semana	
3er nivel de la Pirámide	2-3 Raciones al día	Verduras 	200 g	Diario
	2-3 Raciones al día	Frutas	200 g	Diario
Base de la Pirámide	4-6 Raciones al día	Pan	50-100 g	Diario
		Arroz y pastas 	50-80 g	4 veces/semana
		Patatas	150-200 g	Diario
		Frutos secos	20-30 g	3-7 veces/semana

Fuente: (Serna, 2009)

Entre los factores que determinan la selección y consumo de los alimentos que componen las dietas son muchos, y estos se originan en un enfoque fisiológico y psicológico. Estos procesos son desarrollados por el cerebro quien cumple la función de integrador de señales logrando equilibrar adecuadamente el gasto y recepción de energía a través de los alimentos. La cantidad de alimentos que consume el ser humano tiene mucha dependencia con las respuestas a aspectos sensitivos y cognoscitivos las cuales tienen una relación directa con la cantidad energética y los nutrientes que se absorben a través de las sustancias alimentarias y nutricionales (Visser, 2012).

Se considera suficiente la alimentación que proporciona las cantidades óptimas de la energía y los nutrientes esenciales para la vida, es decir, las proteínas, grasas, hidratos de carbono, vitaminas, minerales y agua; así como la cantidad de fibra dietética necesaria para una correcta función intestinal.(Palencia, s. f., p. 1)

ENERGIA Y CARBOHIDRATOS

Los carbohidratos son importantes para el organismo ya que estos contienen un gran aporte de energía, estos ayudan a controlar peso, tienen una importancia para el funcionamiento intestinal, cerebro y otros músculos. En caso que no se ingiera la cantidad de carbohidratos requeridos pueden aparecer problemas digestivos, los niveles de energía se reducen (menor capacidad para realizar actividades físicas), pérdida de coordinación y capacidad de coordinación. Los carbohidratos son vitales para el correcto funcionamiento del cuerpo.

Cálculo de las necesidades de energía y macronutrientes, para establecer las necesidades de energía de un individuo en particular es necesario tomar en cuenta:

- 1) La energía mínima para el mantenimiento del organismo y sus funciones en ausencia de actividad física, es decir, el metabolismo basal.
- 2) La energía que se requiere para la actividad física.
- 3) La energía que se requiere para la digestión y metabolismo de los alimentos, así como para el almacenamiento y transporte de los metabolitos producidos, llamado convencionalmente efecto térmico de los alimentos.

Una dieta balanceada es aquella que provee al individuo con la energía alimentaria y las cantidades requeridas de las diferentes categorías químicas nutrimentales necesarias para la realización de los diferentes tipos de trabajo biológico. (Caballero, 2005, p. 352)

La necesidad energética del individuo se satisface mediante la ingestión de las llamadas categorías químicas alimentarias energéticas o simplemente alimentos energéticos: los carbohidratos o azúcares (de un 55 a un 60%), las grasas neutras (de un 25 a un 30%) y las proteínas (de un 10 a un 15%) y, según ésta, así será el resto de la composición nutrimental de la dieta ingerida, en correspondencia con el concepto de Densidad Nutrimental o cantidad requerida de un nutrimento en particular por cada 1000 kcal de necesidad energética. (Visser, 2012, p. 35)

Tabla 4. Ingesta Recomendada de Cada Nutriente en una Dieta de 2.500 kcal Diarias

Compuesto	Porcentaje (%)	Aporte energético (kcal)
Glúcidos	60	1.500
Proteínas	15	375
Lípidos	25	625

Fuente: (Wagner & Cuellas, 2011)

Cumplen una función fundamentalmente energética. Un gramo de hidratos de carbono aporta unas 4 kcal. Constituyen el principal combustible para el músculo durante la práctica de actividad física, por ello es muy importante consumir una dieta rica en hidratos de carbono, que en el deportista deben suponer alrededor de un 60-65% del total de la energía del día. Con estas cantidades se pueden mantener sus reservas (en forma de glucógeno) necesarias para la contracción muscular. Hay dos tipos diferentes de hidratos de carbono:

1. Simples o de absorción rápida: Monosacáridos y disacáridos que se encuentran en las frutas, las mermeladas, los dulces y la leche (lactosa).
2. Complejos o de absorción lenta: Los polisacáridos están en los cereales y sus derivados (harina, pasta, arroz, pan, maíz, avena...), en las legumbres (judías, lentejas y garbanzos) y en las patatas. Tomar una dieta rica en hidratos de carbono es uno de los principios fundamentales que deben regir la dieta del deportista. Son fundamentalmente energéticas. Un gramo de grasa suministra aproximadamente 9 kcal. Deben proporcionar entre el 20-30% de las calorías totales de la dieta. (Nieves & Zigor, 2009, p. 6)

Dentro de los polisacáridos se puede mencionar al almidón, glicógeno y celulosa. El almidón se conoce por ser una fuente significativa de energía para el ser humano. Este componente está presente en los granos y cereales, raíces comestibles como papas y yuca. El almidón pasa por un proceso de liberación al momento de realizar la cocción cuando el calor rompe los gránulos. El glicógeno es producido por el ser humano y en ocasiones es conocido como almidón animal. Este se forma a partir de los monosacáridos que resultan de la digestión del almidón. El almidón de arroz o yuca logra dividirse en los intestinos y formar moléculas de monosacáridos los cuales ingresan al torrente sanguíneo. Los excedentes de los monosacáridos que no fueron utilizados para

producir energía se unen en conjunto para formar un polisacárido, o glicógeno. El glicógeno se puede encontrar en los músculos y el hígado en pocas cantidades (Latham, 2002).

Cuando cualquiera de los carbohidratos digeribles se consume por encima de las necesidades corporales, el organismo los convierte en grasa que se deposita como tejido adiposo debajo de la piel y en otros sitios del cuerpo. La celulosa, hemicelulosa, lignina, pectina y gomas, algunas veces se denominan carbohidratos no disponibles, debido a que los humanos no los pueden digerir. La celulosa y hemicelulosa, son polímeros vegetales principales componentes de las paredes celulares. Son sustancias fibrosas. La celulosa, un polímero de glucosa, es una de las fibras de las plantas verdes. La hemicelulosa es un polímero de otros azúcares, por lo general hexosa y pentosa. La lignina es el componente principal de la madera. Las pectinas se encuentran en los tejidos vegetales y en la savia y son polisacáridos coloidales. Las gomas son además carbohidratos viscosos extraídos de las plantas. Las pectinas y las gomas se utilizan en la industria alimenticia. El trato alimentario humano no puede dividir estos carbohidratos o utilizarlos para producir energía. (Latham, 2002, p. 100)

En los seres humanos, cualquiera de los carbohidratos no disponible pasa a través del tracto gastrointestinal. Forman gran parte del volumen y desecho alimentario que se elimina en las heces, y con frecuencia se denominan “fibra dietética”. Ahora hay un interés creciente en la fibra alimentaria, debido a que las dietas altas en fibra se consideran saludables. Una clara ventaja de las dietas altas en fibra es a menor incidencia de estreñimiento con respecto a las personas que tiene una dieta baja en fibra. El volumen en las dietas de alto contenido de fibra puede contribuir a una sensación de llenura o saciedad, que puede llevar a un menor consumo de energía, y esto, a su vez, ayuda a reducir la probabilidad de obesidad. Una dieta alta en fibra resulta en un tránsito más rápido de los alimentos a través del tracto intestinal y por lo tanto, se considera de ayuda para un funcionamiento intestinal normal y saludable. (Latham, 2002, p. 100)

PROTEINAS

Un aporte significativo de proteínas se puede obtener de aquellos alimentos de origen animal como lo son la carne y sus derivados, huevos, lácteos etc. Las carnes rojas poseen una cantidad concentrada de proteínas, las carnes blancas como la de los pescados contienen proteínas más sanas y magras. Otros productos donde se pueden encontrar proteínas en menor concentración pueden ser las legumbres, almendras y cereales.

Las proteínas son las sustancias que forman la base de nuestra estructura orgánica. Están constituidas por un total de veinte aminoácidos diferentes, que se dividen en dos grandes grupos:

1. Los aminoácidos esenciales: Fenilalanina, isoleucina, leucina, lisina, metionina, treonina, triptófano y valina (y sólo para los niños: arginina, histidina). Es preciso recibirlos de los alimentos porque el organismo no es capaz de producirlos.

2. Los aminoácidos no esenciales. Nuestro organismo sí puede fabricarlos: Una proteína de buena calidad es aquella que contiene una cantidad adecuada de todos los aminoácidos esenciales. Su

función es controlar y regular el metabolismo. No son nutrientes energéticos, pero son esenciales para el ser humano ya que no pueden ser producidos por el propio organismo sino que se reciben del exterior mediante la ingestión de alimentos. (Nieves & Zigor, 2009, p. 8)

GRASAS

Las grasas son nutrientes que logran aportar una carga de energía al organismo, colaboran con a regular la temperatura corporal ya que forman parte de las membranas celulares que contienen ácidos grasos insaturados que tienen la función de permitir la entrada y salida de nutrientes del organismo. Se dice que una dieta media contiene muchos componentes de ácidos grasos saturados y presentan pocos ácidos insaturados generándose obesidad y otras enfermedades.

La grasa es una fuente de energía importante y ayuda a su cuerpo a absorber las vitaminas. También es importante para tener un crecimiento adecuado y para mantenerse sano. No sería saludable llevar una alimentación sin ningún tipo de grasa; sin embargo, es importante consumir grasa con moderación. Es importante tener en cuenta que la grasa es lo que más calorías tienen en comparación con cualquier otro nutriente. El control del consumo de grasa es uno de los pasos más importantes para bajar de peso y mantenerlo, y para evitar o retrasar la diabetes tipo 2. (Programa Nacional de Prevención de la Diabetes 1, s. f., p. 1)

¿Cuáles son los diferentes tipos de grasa y cuáles son saludables?

Existen 4 tipos de grasa principales:

1. Grasas mono insaturadas	Grasas SALUDABLES
2. Grasas poliinsaturadas	
3. Grasas saturadas	Grasas NO SALUDABLES
4. Grasas trans	

La meta es tratar de elegir más grasas saludables, comer menos grasas no saludables y mantenerse dentro de la meta de gramos de grasa.

Figura 4. Grasas

Fuente: (Programa Nacional de Prevención de la Diabetes 1, s. f.)

Las grasas mono insaturadas y poliinsaturadas se consideran “saludables para el corazón” y pueden ayudar a mejorar el colesterol cuando se utilizan en lugar de las grasas no saludables. Algunas de las fuentes de estas grasas incluyen el aguacate, semillas, aceite de oliva, aceitunas, y mantequilla de maní. Los ácidos grasos Omega-3 son una grasa especialmente saludable para el corazón y pueden ayudar a reducir los valores de triglicéridos de la sangre. Las grasas Omega-3 pueden encontrarse en el pescado, tofu y otros productos de soja. Las grasas saturadas se encuentran principalmente en los alimentos provenientes de los animales (como la carne y los productos lácteos), pero también se

encuentran en las comidas fritas y en algunas comidas envasadas. Las grasas saturadas no son saludables porque aumentan los niveles de LDL, (“el colesterol malo”) en el cuerpo y aumentan el riesgo de padecer enfermedades al corazón. Las grasas trans son simplemente aceites líquidos transformados en grasas sólidas durante el procesamiento de las comidas. También hay pequeñas cantidades de grasas trans que se encuentran naturalmente en la carne y en algunos productos lácteos, pero las grasas trans que se encuentran en los alimentos procesados son más nocivas para la salud. Las grasas trans tienen un efecto doblemente nocivo para el colesterol porque aumentan el LDL (colesterol “malo”) y reducen el HDL (colesterol “bueno”). (Programa Nacional de Prevención de la Diabetes 1, s. f., p. 2)

Las vitaminas son el conjunto de moléculas de composiciones diversas, el objetivo de ellas es participar en el control de todos los procesos para obtener energía de los carbohidratos, lípidos y proteínas. Otro uso de las vitaminas es la sintetización de sustancias y estructuras como el caso de las enzimas, hormonas y proteínas. Algunas vitaminas tienen funciones ya definidas como es la vitamina A que se relaciona con la visión o la vitamina K que va ligada a los procesos de coagulación en la sangre (Nieves & Zigor, 2009).

Tabla 5. Vitaminas Liposolubles

VITAMINAS LIPOSOLUBLES			
Vitaminas	Principales alimentos	Algunas funciones	Algunas recomendaciones
Vitamina A	Huevo, leche, zanahoria, espinacas y mango, entre otros.	- Ayuda a tener una visión sana. - Mantiene la piel saludable. - Infiuye en el desarrollo de los huesos.	- Preparar ensalada y agregar unas gotas de aceite de oliva para mejorar la absorción. - No exceder el consumo de fibra.
Vitamina D	Aceite de pescado, leche y huevo, entre otros.	- Participa en la absorción de nutrimentos inorgánicos. - Importante para la salud de huesos. - Ayuda en la utilización de Vitamina A.	- Procurar tomar el sol todos los días, teniendo en cuenta utilizar bloqueador y preferir el horario de antes de las 10:00 a.m. y después de las 4:00 p.m.
Vitamina E	Aceites vegetales y animales, zarzamoras, espárragos, espinacas, mayonesa y mantequilla, entre otros.	- Ayuda en el desarrollo y mantenimiento de nervios y músculos. - Necesario para la función inmune saludable.	- Antes de realizar actividad física, comer alimentos ricos en Vitamina E, para mejorar la capacidad de ejercicio.
Vitamina K	Espinaca, brócoli, lechuga y jitomate, entre otros.	- Forma células encargadas de la coagulación. - Ayuda en el funcionamiento muscular y nervioso.	Tener una flora intestinal (prebióticos y probióticos) saludable, mejora la absorción de Vitamina K.

Fuente: (Casanueva & Rodríguez, 2008)

Tabla 6. Vitaminas Hidrosolubles

VITAMINAS HIDROSOLUBLES			
Vitaminas	Principales alimentos	Algunas funciones	Algunas recomendaciones
Vitamina C	Verduras y frutas, entre otros.	- Ayuda en la prevención de infecciones. - Participa en la absorción y asimilación de Hierro.	- Preferir frutas de temporada. - Preferir verduras y frutas de temporada y crudas.
Tiamina (Vitamina B ₁)	Carne de cerdo sin grasa, leguminosas, cacahuates y germen de trigo, entre otros.	- Ayuda a tener una actividad cerebral saludable. - Participa en la producción de energía para el cuerpo. - Ayuda a tener una buena digestión.	- Evitar el consumo de café y té, ya que disminuye la absorción de Tiamina. - Combina con alimentos de origen animal, ya que mejora la absorción de Tiamina.
Riboflavina (Vitamina B ₂)	Leche, huevo, pescado y verduras de hojas verdes.	- Participa en la transformación de carbohidratos, proteínas y grasas en energía. - Ayuda a mantener saludable la piel y el cabello. - Ayuda en la prevención de la migraña.	- Evita el consumo de alcohol, ya que interfiere con la absorción. - El ejercicio moderado a intenso en mujeres eleva su requerimiento, es recomendable consultar a un médico o nutriólogo.
Niacina (Vitamina B ₃)	Carnes rojas, huevo, pescado, leche y leguminosas, entre otros.	- Ayuda a disminuir el colesterol en sangre. - Mantiene el sistema nervioso saludable. - Tiene propiedades antioxidantes.	- Evitar el consumo de alcohol. - Preferir las carnes rojas sin grasa.
Piridoxina (Vitamina B ₆)	Carne, pollo, pescado, leguminosas, plátano y aguacate, entre otros.	- Ayuda en la absorción del Zinc. - Necesaria en la producción de anticuerpos. - Acción protectora contra el cáncer.	- Evitar fumar y beber alcohol.
Cobalamina (Vitamina B ₁₂)	Sardina, atún, trucha y huevo, entre otros.	- Ayuda en la memoria y concentración. - Esencial para el crecimiento y desarrollo saludables.	- Consumir alimentos de origen animal todos los días.
Ácido fólico	Frijol, espinaca, brócoli, huevo y naranja, entre otros.	- Previene defectos del tubo neural en bebés durante el embarazo. - Mantiene las células de la sangre saludables. - Analgésico natural.	- Evitar el consumo de alcohol. - Consumirlo antes y durante el embarazo.

Fuente:(Casanueva & Rodríguez, 2008)

MINERALES

Los minerales se consideran como recursos que permitieron transformar la vida de los seres humanos, se dice esto ya que es uno de los recursos naturales que tienen un valor significativo para la supervivencia de los seres humanos, los minerales y metales han servido mucho a lo largo del tiempo aportando innumerables beneficios como lo es el sodio que contribuye a una mejor conducción cardiaca y su gran aporte hacia los impulsos nerviosos que con la ausencia de los minerales no se podría llevar a cabo este proceso.

Los minerales son elementos esenciales, por lo que, al igual que las vitaminas, deben formar parte de la dieta diaria del deportista en cantidad adecuada. Participan en procesos muy variados, tanto del metabolismo general (mecanismo de obtención de energía, síntesis de multitud de sustancias y estructuras vitales, etc.) como cumpliendo funciones más específicas (formando parte del hueso, transporte de oxígeno, contracción muscular, etc.). Los minerales pueden clasificarse en: macrominerales (calcio, fósforo y magnesio), microminerales u oligoelementos (hierro, yodo, flúor, cromo, cobre, selenio, cinc, cobalto, manganeso y molibdeno), y electrolitos (sodio, potasio y cloro). (Nieves & Zigor, 2009, p. 11)

METABOLISMO

El metabolismo sin duda alguna tiene un papel fundamental en el funcionamiento del cuerpo ya que se desarrolla una estructura en donde los seres vivos pueden autorregular la ingesta de distintos elementos, el siguiente paso es la absorción de nutrientes y finalmente se inicia el proceso de eliminación de desechos que se consideran como todos aquellos elementos que dejar de servir para el cuerpo.

El origen de la palabra metabolismo viene de la voz griega *metabolé* que quiere decir cambio, transformación. Para muchos organismos, incluyendo al hombre la materia y la energía son suministradas por ciertas sustancias orgánicas como carbohidratos, proteínas, grasas, que sufren algunas transformaciones para ayudar a los organismos a cumplir sus funciones vitales. A estas transformaciones se les denomina como metabolismo por lo tanto, metabolismo se podría definir como el conjunto de cambio de sustancias y transformaciones de energía que tiene lugar en los seres vivos. (Osorio, 2009, p. 4)

Funciones del metabolismo:

1. Obtener energía química (ATP) degradando nutrientes ricos en energía (o a partir de la energía solar).
2. Convertir moléculas nutrientes en moléculas celulares (fabricar los componentes celulares).
3. Polimerizar precursores monoméricos a proteínas, ácidos nucleicos, polisacáridos, etc.
4. Sintetizar y degradar biomoléculas requeridas en funciones celulares especializadas (hormonas, neurotransmisores, etc.). (Delgado, s. f., p. 3)

HÁBITOS ALIMENTICIOS

Son muy importante para lograr que los alimentos que se consumen produzcan los beneficios esperados. Los hábitos alimenticios no solamente significa la forma en que se preparan los alimentos o la elección adecuada de los ingredientes a utilizar, un buen hábito alimenticio incluye el tiempo, espacio y el gusto por las comidas. El intentar cambiar un hábito alimenticio no es fácil, ya que el ser humano se acostumbra a estilos de vida como por ejemplo el consumo de comidas rápidas, horarios descontrolados, exceso de porciones y raciones, entre otros. Todos los elementos mencionados anteriormente no permiten que el cuerpo pueda realizar sus funciones adecuadamente ya que hay una carencia de nutrientes que a largo plazo puede llegar a perjudicar en gran medida la calidad de vida.

Cuando hablamos de hábitos alimentarios, estamos haciendo referencia a como nos alimentamos cada día, la forma en que lo hacemos, los alimentos que seleccionamos, su forma de preparación, combinación, donde hay diversos factores que pueden influir, como la religión, la cultura, entre otros. Los hábitos alimenticios pueden ser: perjudiciales: desde la perspectiva de la salud por estar asociados con el riesgo de padecer enfermedades y beneficiosos por promover un mejor estado de salud. (Levit, 2011, p. 13)

“Los hábitos alimentarios nacen en familia, pueden reforzarse en el medio escolar y se contrastan en la comunidad en contacto con el medio social. Sufren las presiones del marketing y la publicidad. Ejercida por las empresas alimentarias” (Levit, 2011, p. 13).

CONSECUENCIAS DE MALA ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN

Las consecuencias de una mala alimentación son muy serias, especialmente porque una mala alimentación puede desarrollar enfermedades muy graves. Para poder evitar todos estos efectos se requiere obtener educación y conocimientos en el ámbito de la nutrición. Algunas de las consecuencias que se producen debido a una mala alimentación se pueden mencionar la obesidad o sobrepeso, cansancio y menor capacidad de trabajo, alta presión arterial, enfermedades cardiovasculares, depresión, diabetes, cáncer, mal funcionamiento cerebral, envejecimiento acelerado, problemas de sueño, problemas de indigestión y menor autoestima.

La alimentación saludable es fuente de salud mientras que la alimentación incorrecta y desequilibrada constituye un factor de riesgo para la salud y para un buen número de trastornos y enfermedades, algunos de ellos de verdadera trascendencia individual y con importante repercusión socio-sanitaria. (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, 2014, p. 43)

Una alimentación saludable debería cumplir con asegurar que el beneficio global de sus recomendaciones sea superior a cualquier peligro potencial en los grupos poblacionales a las que van dirigidas, aportar una cantidad de calorías suficiente como para llevar a cabo los procesos metabólicos y de trabajo físicos necesarios, suministrar suficientes nutrientes, favorecer el mantenimiento o consecución del peso ideal, mantener el equilibrio entre las cantidades de cada uno de los nutrientes entre sí y reducir el riesgo de enfermedades crónicas relacionadas con la alimentación. (Hernández, 2005, p. 15)

“Existen diversos desordenes de la alimentación: malnutrición y obesidad. Anorexia nerviosa, bulimia. La obesidad es un síndrome de origen multifactorial caracterizado por un aumento del tejido graso. Esta anomalía de la composición corporal se acompaña de variadas manifestaciones patológicas” (Gómez, 2011, p.5).

La sociedad Española de Cardiología (SEC) ha informado que las personas que padecen obesidad y reciben un asesoramiento sobre métodos para controlar el peso y consejos sobre hábitos de vida sana, por parte de profesionales de Atención Primaria, reducen al menos un cinco por ciento su peso inicial y mantienen esta reducción a lo largo del tiempo. Esta conclusión la han obtenido a través del estudio Power- Up, realizado por la Universidad de Pensilvania. Como ha expuesto la Dra. Araceli Boraita, vocal representante de las sociedades filiales de la SEC. “estudios como este nos hace reflexionar sobre los puntos de mejora en la asistencia a los pacientes”. (Heras, 2011, p. 6)

En la población el sobrepeso y la obesidad se encuentran estrechamente ligadas a factores psicosociales y fisiológicos con impactos negativos a la salud en general los cuales pueden clasificarse en cuatro categorías: efectos psicosociales, riesgo a enfermedades crónicas, morbilidad y tasa de mortalidad. (Browman & Rusell, 2003, p.1)

La obesidad es una de las principales causas por las que se provocan enfermedades cardiovasculares. Al menos uno de cada tres habitantes en Estados Unidos posee obesidad lo cual es una cifra alarmante en dicho país. Se han desarrollado investigaciones que logran comprobar que la obesidad produce alrededor de 112,000 muertes anuales. El cuerpo humano está compuesto por líquidos, alimentos grasos, contenido de proteínas, carbohidratos, componentes vitamínicos e inorgánicos. Otro concepto de obesidad es definido como un incremento de grasa («Obesidad y sobrepeso - Instituto del Corazón de Texas (Texas Heart Institute)», 2015).

Las principales causas que provocan la obesidad son las siguientes: Desde 1980, la obesidad se ha más que doblado en todo el mundo. En 2014, más de 1900 millones de adultos de 18 o más años tenían sobrepeso, de los cuales, más de 600 millones eran obesos. En 2014, el 39% de las personas adultas de 18 o más años tenían sobrepeso, y el 13% eran obesos. La mayoría de la población mundial vive en países donde el sobrepeso y la obesidad se cobran más vidas de personas que la insuficiencia ponderal. En 2013, más de 42 millones de niños menores de cinco años tenían sobrepeso. La obesidad puede prevenirse. (Organización Mundial de la Salud, 2015)

La obesidad se define en términos de índice de masa corporal (IMC), este número se obtiene dividiendo el peso de una persona en kilos por su altura en metros al cuadrado (obesos = IMC \geq 30; sobrepeso = IMC 25-30; normal = IMC 20-25; Por debajo de lo normal = IMC $<$ 20). Se considera que la obesidad es uno de los problemas de salud mundial que se está extendiendo más rápidamente.

La International Obesity Task Force documento que 1700 millones de personas sufren sobrepeso u obesidad en todo el mundo. (Macionis & Plummer, 2007, p. 568)

De acuerdo a los nuevos estándares de crecimiento elaborados por la OMS, el sobrepeso en los infantes de cinco años habría aumentado de 3.1% en el año 2001 a 5.9% en el año 2006. Sufren de sobrepeso 8.1% los niños menores de cinco años del área urbana, a diferencia de los que residen en el área rural que anda en una cifra de 4,4%. El sobrepeso está afectando aproximadamente al 60% de las mujeres lo cual es un problema de mucha importancia para la salud pública (Mitchell, 2013).

Entre los problemas psicológicos de los obesos, también se encuentran la adicción a los alimentos. El alimento se convierte para el obeso, en un escape donde se refuerza el impulso y el hábito que ha sido condicionado para aliviar la ansiedad. Esta conducta se repite activamente. Por esta razón algunos autores consideran a la obesidad como un trastorno adictivo, cuyo comportamiento es similar al de otras adicciones. Para considerar la adicción a los alimentos de los obesos se debe recordar que la personalidad adictiva es aquella que no solo tiene necesidades físico-químicas, sino además un estado emocional particular relacionado con neuroreceptores y neurotransmisores conectados a los sentimientos y a las necesidades biológicas de cada individuo. (Visser, 2012, pp. 65,66)

EXPERIENCIA SOCIAL Y CULTURAL

En muchos de los países a nivel mundial los factores sociales y culturales juegan un papel fundamental al generar una influencia considerable en lo que la población ingiere, como por ejemplo la forma de preparación de los alimentos o algunas prácticas alimentarias particulares de alguna zona o región, dichas prácticas deben ir orientadas para proteger y promover la salud con el objetivo que la sociedad pueda contribuir a que se reduzcan las deficiencias nutricionales por lo que es necesario comprender cuál es el nivel cultural en las comunidades y poder reforzar los

elementos positivos en las prácticas de alimentación que utilizan, posteriormente se debe de luchar para cambiar aquellos aspectos negativos que contribuyan a los malos hábitos alimenticios y a la reducción de enfermedades crónicas no transmisibles.

La experiencia social y cultural actúa modificando, de manera importante, el efecto de señales directamente relacionadas con el estado fisiológico y metabólico. Asimismo, factores puramente psicológicos como la presencia de otros comensales, situaciones sociales específicas, la ocasión, el acervo cultural, las creencias religiosas y factores hedonistas contribuyen de manera importante al desarrollo de la sensación de saciedad. (Visser, 2012, p. 29)

En la personalidad adictiva participan cuatro elementos interrelacionados:

1. Objeto droga: los alimentos no tienen efectos tóxicos inmediatos, pero cuando son consumidos en exceso abandonan su función nutricional y placentera y se transforman en un elemento tóxico generando dependencia, enfermedad física y psíquica. Los alimentos con altos contenidos de grasa y azúcares refinados son los que tienen mayor afectación en las adicciones.
2. La persona: una de las características de la personalidad del obeso es que no tiene percepción de peligro en relación con la ingestión de alimentos, su peso corporal y comportamiento que le facilita una actuación demandante, invasora y al mismo tiempo requerida de ser invadida.
3. La familia: algunas familias fomentan la adicción desde edades tempranas, sobre todo aquellas donde está alterada la relación de unos con otros.
4. Factores socioculturales: la mirada y el gusto de los demás, intervienen como una presión en el comportamiento social de la persona obesa. (Visser, 2012, p. 66)

Enfermedades Crónicas No Transmisibles (ENT): El sobrepeso y la obesidad tienen graves consecuencias para la salud. El riesgo aumenta progresivamente a medida que lo hace el Índice de Masa Corporal (IMC) ya que si este índice se encuentra elevado constituye un importante factor de riesgo de enfermedades crónicas, que van desde:

1. Las enfermedades cardiovasculares (especialmente las cardiopatías y los accidentes vasculares cerebrales), que ya constituyen la principal causa de muerte en todo el mundo.
2. La diabetes, que se ha transformado rápidamente en una epidemia mundial. La OMS calcula que las muertes por diabetes aumentarán en todo el mundo en más de un 50% en los próximos 10 años.
3. Las enfermedades del aparato locomotor, y en particular la artrosis.
4. Algunos cánceres, como los de endometrio, mama y colon. (Córdoba, 2010, p. 202)

Hay tres tendencias en la salud mundial las cuales son producidas por los siguientes efectos: Un envejecimiento de la población, una rápida urbanización no planificada y la globalización, cada una de estas afecta los diferentes entornos y comportamientos insalubres. Por consecuencia de estas tres tendencias hay un crecimiento en las enfermedades crónicas no transmisibles en donde todos los factores de riesgo son un problema a nivel mundial afectando por igual a los países con ingresos medios y bajos. Alrededor de un 5% de las enfermedades en los adultos van relacionadas a las enfermedades crónicas no transmisibles. Muchos de los países están comenzando a padecer de enfermedades transmisibles y no transmisibles por lo que los sistemas de salud de dichos países han tenido que afrontar costos adicionales por tratamientos especiales. La inactividad física es el cuarto factor más significativo en cuanto a mortalidad a nivel mundial con 6%. La hipertensión llega a alcanzar una cifra de 13%, el consumo de tabaco 9% y el exceso de glucosa en el torrente sanguíneo un 6%. El sobrepeso y obesidad alcanza un 5% de mortalidad en todo el mundo (Organización Mundial de la Salud, 2010).

DISPONIBILIDAD DE INFORMACIÓN NUTRICIONAL

La información nutricional juega un papel muy importante al momento de seleccionar los alimentos ya que el uso incorrecto de esta información conduce a la creación de patrones alimenticios inadecuados. El uso de la información nutricional es un canal para promover los beneficios de aquellos alimentos que ingiere la población los cuales son ricos en vitaminas, minerales, proteínas, carbohidratos etc, con el objetivo de obtener buena salud mediante una dieta sana y equilibrada que permita una mejor calidad de vida en el futuro.

Aguirre Cando (2012) afirma:

A la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO en el 2005 al recalcar que es indudable para mejorar el consumo de alimentos utilizando medidas para aumentar la disponibilidad y acceso de los mismos, se debe de emplear medidas que logren mejorar la educación, información nutricional, vigilar la inocuidad y calidad de todos aquellos alimentos que se ofrecen en el mercado. (p.2)

Este concepto es muy importante porque la dieta constituye la unidad de la alimentación y de ella depende que se alcance o no una buena nutrición. Se da este nombre al conjunto de alimentos, procesados o no, que se ingieren en el día. A muchos la palabra dieta les sugiere un régimen especial para enfermos pero, como se ve, su significado es mucho más amplio y toda persona tiene una dieta. Por supuesto, lo que interesa es tener una dieta que, de acuerdo con el conocimiento actual, favorezca

la salud y una buena nutrición. Para ser correcta, la dieta debe contener todos los nutrimentos, en las proporciones convenientes y en cantidad suficiente pero no excesiva; debe ser variada, no causar daño y ser adecuada para quién la consume. En otras palabras, la dieta correcta debe ser; a) Completa, b) Equilibrada, c) Suficiente, d) Inocua, e) Variada, f) Adecuada. (De la Cruz, 2005, p. 33)

La elección de los alimentos está condicionada por las costumbres sociales, por los hábitos adquiridos, por la variedad de productos disponibles y por los recursos económicos. A fin de alcanzar una buena salud, debemos educarnos para elegir los alimentos saludables; lo ideal es hacerlo desde la infancia, pero nunca es tarde para empezar. Para ello es conveniente conocer los alimentos desde el punto de vista de su procedencia, composición, valor nutritivo y otras características, pues no todos resultan igualmente recomendables para conservar o restituir la salud. (Palencia, s. f., p. 6)

2.1.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

En América del Centro, América del Sur y el Caribe una gran parte de la población sufre, en estos momentos, las consecuencias biológico - funcionales negativas de la mala nutrición por defecto y otra parte importante está indudablemente sobre alimentada, expuesta a las enfermedades debido al exceso de alimentación, observándose en ambos casos un sobredimensionamiento de los factores tradicionales, míticos y simbólicos en la determinación de la comida de cada día, con una intervención tan fuerte en las preferencias y aversiones que manifiestan los individuos por los alimentos que han llegado a constituirse en los elementos primordiales definitorios de las formas de preparación, distribución y de los servicios alimentarios. (Visser, 2012, p. 36)

Como en muchos lugares del mundo, en Centroamérica, América del Sur y el Caribe, los hábitos alimenticios difieren mucho de los que son necesarios para poder llevar a cabo una alimentación sana. La carencia de conocimiento sobre los valores nutricionales de los alimentos es preocupante, lo cual va acompañado de falta de recursos económicos de la mayor parte de la población, padecen de una inadecuada accesibilidad de todos aquellos componentes de una dieta saludable debido a la poca disponibilidad de alimentos en los mercados hacen que cada vez más el panorama de la región a corto, mediano y largo plazo se vea sombrío (Visser, 2012).

Los centro, sudamericanos y caribeños sufren en estos momentos las debido al impacto de los nuevos estilos de vida, condicionantes de cambios drásticos en la organización familiar y también a escala social, a lo cual se ha sumado el desarrollo de avanzadas tecnologías en el área agroalimentaria que han puesto a disposición de los consumidores los llamados “alimentos servicio”, especialmente concebidos para facilitar la preparación y consumo de los mismos sin tomar en consideración, las más de las veces, los reales valores nutritivos que deben poseer cada uno de los integrantes de la dieta ingerida. (Visser, 2012, p. 37)

2.1.3 ANÁLISIS INTERNO

En Honduras la desnutrición es un problema crónico que afecta a un sector amplio de la población. Desde el punto de vista nutricional las familias hondureñas han sido afectadas por factores económicos, sociales, políticos y ambientales, los cuales han influido en forma determinante en la disponibilidad, acceso y consumo de los alimentos. Sumado a esto, en la actualidad las familias hondureñas están siendo afectadas por un aumento alarmante de las Enfermedades Crónicas No Transmisibles (ECNT) tales como el sobrepeso, la obesidad, las enfermedades cardiovasculares, el cáncer, la hipertensión y la diabetes, relacionadas todas a la mala nutrición y sedentarismo. («Guía Alimentaria para Honduras», 2013, p. 4)

“En Honduras las enfermedades no transmisibles representan el 69 por ciento de todas las defunciones en el país, el 16.4 por ciento de la población adulta son fumadores, un 9.9 por ciento consumen alcohol” (Secretaría de Salud, 2015).

En Honduras de acuerdo con estudios por la OPS, 51.7% de la población urbana se encuentra en estado nutricional de sobrepeso u obesidad. Asimismo se encuentran cifras alarmantes en cuanto a la población infantil con sobrepeso y obesidad asociado con una gama de complicaciones graves y a un aumento del riesgo de enfermedades prematuras. En 2004, 22,6% de los habitantes adultos de la ciudad de Tegucigalpa poseen hipertensión arterial, 6.2% diabetes y 53% colesterol elevado (Mitchell, 2013).

Un 34 por ciento de la población adulta tiene sobrepeso, con una prevalencia similar en ambos sexos y un 19.3 son obesos, con una prevalencia mayor en mujeres que en hombres. En los adolescentes se registra una prevalencia de 18.7 por ciento de sobrepeso y el 5.4 por ciento son obesos. Los niños menores de cinco años la obesidad fue de 5.1 por ciento. (Secretaría de Salud, 2015)

Dado que existe la multi causalidad de la obesidad, se acuerda crear una estrategia multisectorial en la cual se utilizan la mejor evidencia y experiencia obtenida de los países de la región de las Américas con el objetivo de transformar el ambiente obeso génico actual, además que logre brindar aquellas oportunidades que logren promover una ingesta de alimentos nutritivos acompañados de actividad física (Secretaría de Salud, 2015).

En Honduras se consume una alimentación monótona y de escasa variedad. Tampoco hay información disponible que permita hacer el mejor uso de los alimentos que disponen las familias hondureñas. La carencia, el exceso o un desequilibrio entre los distintos grupos alimentos pueden contribuir a una malnutrición y al riesgo de sufrir enfermedades; por lo que es de vital importancia informar y educar a la población sobre la forma adecuada de seleccionar, preparar y consumir sus

alimentos tanto en calidad como en cantidad para satisfacer sus requerimientos nutricionales y contribuir a una vida saludable. («Guía Alimentaria para Honduras», 2013, p. 4)

LAS PASTAS COMO ALIMENTO SALUDABLE

Las pastas son muy importantes en la dieta saludable ya que son una fuente importante de carbohidratos, se recomienda ingerir un 60% de estos alimentos diariamente. Las pastas aportan muchos beneficios nutricionales que ayudan a obtener un mejor rendimiento intelectual ya que el cerebro se nutre de elementos como la glucosa, además contribuyen a que se genere un buen rendimiento físico. Las pastas no engordan si se ingieren las porciones adecuadas, ayudan con los índices de la glicemia y son bajas en grasa, finalmente son una fuente rica de nutrientes.

“Las pastas alimenticias son productos que se consumen en todo el mundo, que se caracterizan por ser un alimento tradicional y de gran aceptación debido a su conveniencia, palatabilidad y cualidades nutricionales” (Petitot, Abecassis, & Micard, 2009, p. 5).

Dentro de las muchas razones que justifican la popularidad de la pastas, se destacan, entre las más importantes, su ajustado perfil nutricional, y el hecho de ser una fuente importante de carbohidratos complejos y moderada de proteínas y de algunas vitaminas. Por ejemplo, una porción de 55 g de pastas secas contiene aproximadamente 210 calorías y presenta 75 por ciento de carbohidratos.

Las directrices dietéticas publicadas por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos de América (USDA) y por *Health Canada*, muestran que los productos a base de granos, como lo son las pastas, deben ser una parte importante de una dieta saludable. (Martínez, 2010, p. 9)

La pasta en la infancia: Contribuyen a brindar la cantidad necesaria de glúcidos y vitaminas que se requieren para el crecimiento y desarrollo del cerebro. Las porciones contienen elementos naturales como la vitamina B1 (tiamina), vitamina B3 (niacina) y vitamina B6 (piridoxina) que tienen un papel importante en el funcionamiento de los tejidos y sistema nervioso. Dichas porciones proveen el 50% de magnesio y fosforo que requiere el cuerpo, adicionalmente estas porciones aportan el 25% de magnesio requerido aportando en baja escala el sodio contribuyendo al balance mineral y tomando en consideración las recomendaciones de los expertos para esta edad (Ridner, 2013).

La pasta en la adolescencia: La pasta contiene un aporte energético significativo en esa edad debido a las necesidades de rendimiento físico como mental, adicionalmente funcionan como un complemento del grupo de vitaminas B que juegan un papel fundamental en el rendimiento. Este balance debe de desarrollarse de forma positiva con el objetivo de permitir que los tejidos básicos como los huesos y músculos crezcan. La pasta en una edad madura o adultez brinda aportes de energía de buena calidad nutricional, sin grasas y muy baja en sodio contribuyendo a la prevención vascular. Estos elementos forman una base para aportar a la matriz alimentaria en el segmento más conocido como fibras y proteínas (Ridner, 2013).

La pasta en la edad adulta y adultos mayores: Permite que el aporte de la energía sea naturalmente de buena calidad nutricional, sin grasas y baja en sodio colaborando con la prevención vascular. Constituye una base para enriquecer la matriz alimentaria a través del agregado de fibras y proteínas. En la adultez las pastas permiten que se genere un aporte de energía de muy buena calidad nutricional, no contiene grasas y muy bajas en sodio contribuyendo a la prevención de enfermedades vasculares. En los adultos mayores las pastas forman parte fundamental en su dieta debido a que son fáciles de masticar y poseen un proceso de digestión corto. Los balances energéticos tienden a cambiar de forma negativa disminuyendo considerablemente la masa muscular la cual se denomina Sarcopenia. El tener la cantidad de energía permite obtener la actividad física y funciona como un ahorrador de proteínas que logra potenciar las vitaminas del grupo B (Ridner, 2013).

La Organización Mundial de la Salud y la *Food and Drug Administration* de Estados Unidos (FDA), han considerado a la pasta como un alimento apropiado para el agregado de nutrientes, siendo uno de los primeros alimentos para el cual la FDA permitió el enriquecimiento con vitaminas y hierro. Mejorar la calidad nutricional de las pastas involucra principalmente aumentarles la cantidad de proteínas y de fibra dietética, y fortificarlas con vitaminas y minerales. Además, las pastas son reconocidas como un buen vehículo para incorporarles ingredientes beneficiosos para la salud, transformándose así en alimentos funcionales. (Martínez, 2010, p. 44)

Las pastas como se adquieren en el mercado logran aportar 350 Kcal/ 100g, con estas cifras se podría llegar a pensar que son alimentos con un alto contenido de densidad calórica, pero no es así, el cocinar las pastas produce que las mismas se hidraten y por lo tanto, de 70 g de pasta seca se puede llegar a preparar un plato de 250g de pasta que al final aportan 250 Kcal, esto quiere decir que el proceso de cocción reduce la densidad calórica de la pasta. El contenido calórico realmente

se incrementa por el uso de salsas y otros complementos con los que se acompañan los platillos como ser grasas, carne, queso etc. (Merello, 2010).

Las formas básicas de las pastas alimenticias, tales como espaguetis, lasaña, macarrones, y otros tipos de pastas cortas, no han cambiado mucho a lo largo de los siglos. Del mismo modo, la pasta se sigue haciendo con los mismos ingredientes: sémola de trigo candeal, sémola de trigo pan o harina o una combinación de estos, agua e ingredientes opcionales tales como huevo, espinaca, tomate, morrones, hierbas y otros. Se pueden encontrar pastas con cientos de formas y tamaños diferentes, pudiendo ser clasificadas como pastas largas (*fetuccini, linguini, etc.*), y pastas cortas (fideos coditos, tirabuzón, moños, etc.). Asimismo, de acuerdo al tipo de proceso, las pastas pueden ser laminadas (fideos cinta) o extrudidas (espaguetis) (Figura I.1). (Martínez, 2010, p. 11)



Figura 5. Variedades de Pastas

Fuente: (Martínez, 2010)

2.2 TEORÍAS

2.2.1 TEORÍAS DE MASLOW

En la mente de los consumidores, la alimentación se está convirtiendo en una herramienta para prevenir enfermedades y encontrar bienestar y calidad de vida en el futuro, más que en un medio para cubrir las necesidades inmediatas de nutrición. Según la teoría de las necesidades humanas propuesta por Abraham Maslow en la obra *Una teoría sobre la motivación humana (A Theory of Human Motivation)* escrita en 1943, la alimentación se encuentra en la base de la pirámide de necesidades, junto con respirar, descansar, tener relaciones sexuales y mantener el equilibrio en nuestro organismo.

Estas son las necesidades fisiológicas imprescindibles para la supervivencia. A partir de ahí, y una vez estas están cubiertas, el ser humano aspira a alcanzar otras necesidades más elaboradas individual y colectivamente: de seguridad, afiliación al grupo, reconocimiento y, finalmente, autorrealización. (Llop, 2011, p. 1)

En las últimas décadas, la alimentación ha recorrido todos los niveles de la pirámide de Maslow en las necesidades de la población occidental. Ha pasado de simplemente cubrir una necesidad fisiológica a exigir condiciones de seguridad (con la creación de organismos como la AESAN), ser una forma de pertenecer a un grupo (ejemplo de ello son los restaurantes, las comidas de negocios o para festejar días señalados...) y constituir un elemento de reconocimiento (reflejo de ello es la frase “eres lo que comes” y los análisis de los diferentes hábitos dietéticos según el nivel socioeconómico de la población). Finalmente, podemos decir que la alimentación se encuentra en el nivel de la autorrealización, en el que es una herramienta que nos hace ser conscientes de la necesidad de cuidar nuestro cuerpo y espíritu para tener una vida más satisfactoria, sana y con mayor bienestar. En relación a esta percepción actual de la alimentación, la comunicación de los beneficios para la salud (actualmente en fase de regulación de la AESAN) irá derivando a beneficios para el bienestar principalmente enfocados a las necesidades de autorrealización de los individuos. Creo que este será el camino en los próximos años. (Llop, 2011, p. 1)



Figura 6. Pirámide de Maslow

Fuente: (Llop, 2011)

2.2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO

Hace 50 años, cuando comenzaron a hacerse populares las cadenas de comida rápida, sólo había un tamaño de papas fritas; en la actualidad, esa medida corresponde a una orden chica de papas. En ese lapso, en promedio, el peso de las papas fritas contenidas en la orden aumentó de 60 gramos a 200. Sin embargo, la magnitud de las porciones no es exclusiva de la comida rápida: hay un sinnúmero de productos industrializados que tienen una presentación grande: dulces, chicles, botanas, pastelillos,

bebidas, refrescos, café, jugos... Es más, en general, los platos y los vasos tienen mayor capacidad. Por mencionar sólo un ejemplo: la medida estándar de los vasos es de 240 ml, pero en la actualidad los vasos pueden llegar a contener hasta un litro. Las reglas de oro de la alimentación saludable señalan que la dieta tiene que ser suficiente y variada para cubrir las necesidades energéticas diarias y lograr el crecimiento y mantenimiento óptimos del cuerpo. (Sánchez, 2008, p. 57)

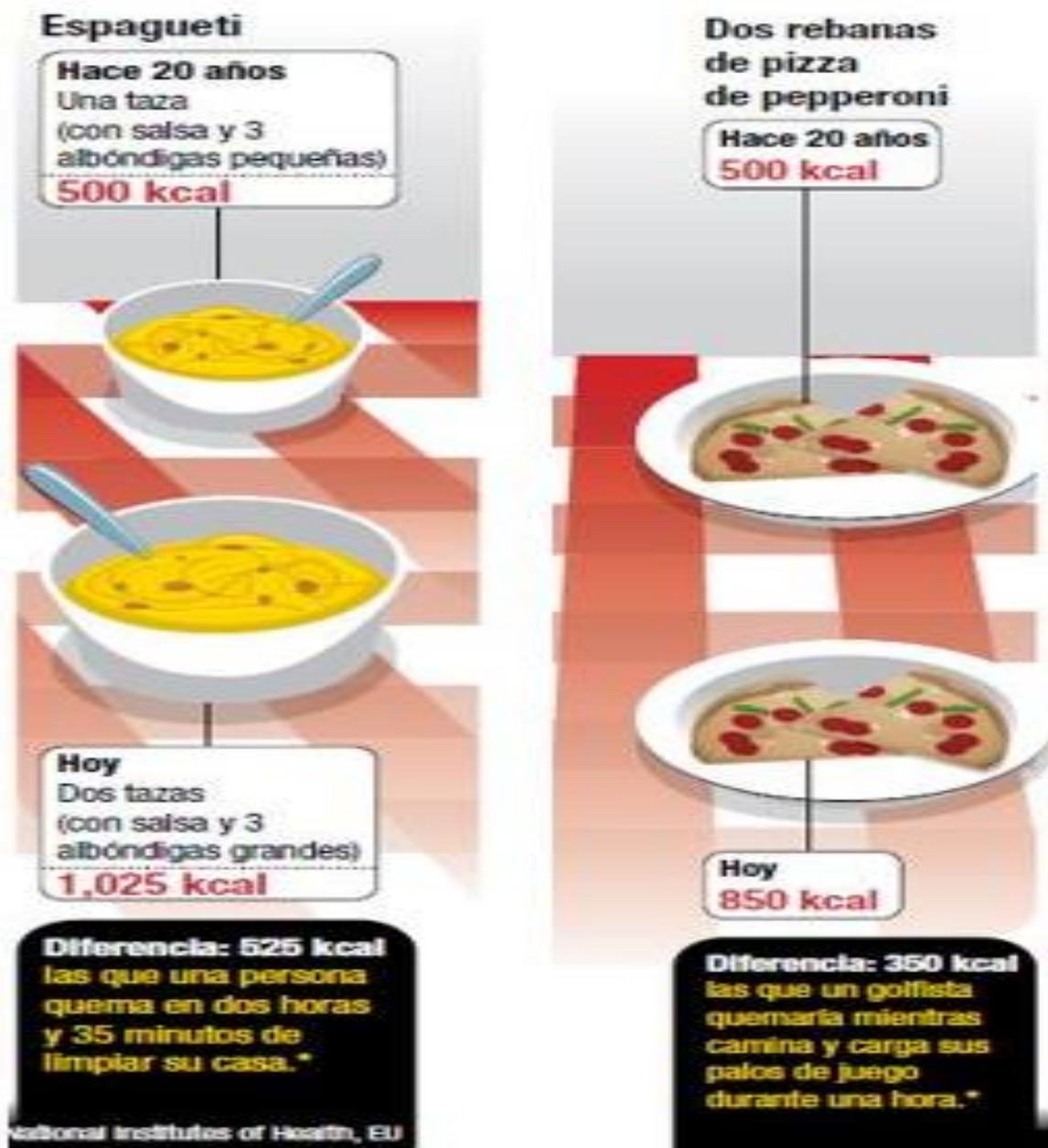


Figura 7. Las Desproporciones

Fuentes:(Sánchez, 2008)

■ El plato del bien comer

Es la representación gráfica de los grupos de alimentos para la población mexicana. El plato clasifica los alimentos en tres grupos, pero no por ello, uno es más importante que otro. Los tres grupos son indispensables para dar variedad a la alimentación y asegurar el consumo de los nutrimentos necesarios con el fin de mantener un adecuado estado de salud. No

olvide incluir al menos un alimento de cada grupo en cada una de las tres comidas, y procure comer alimentos distintos cada día. Más información en la *NOM-043-SSA2-2005, Servicios básicos de salud. Promoción y educación para la salud en materia alimentaria. Criterios para brindar orientación*, que usted puede obtener en <http://dgps.salud.gob.mx/descargas/nom.pdf>

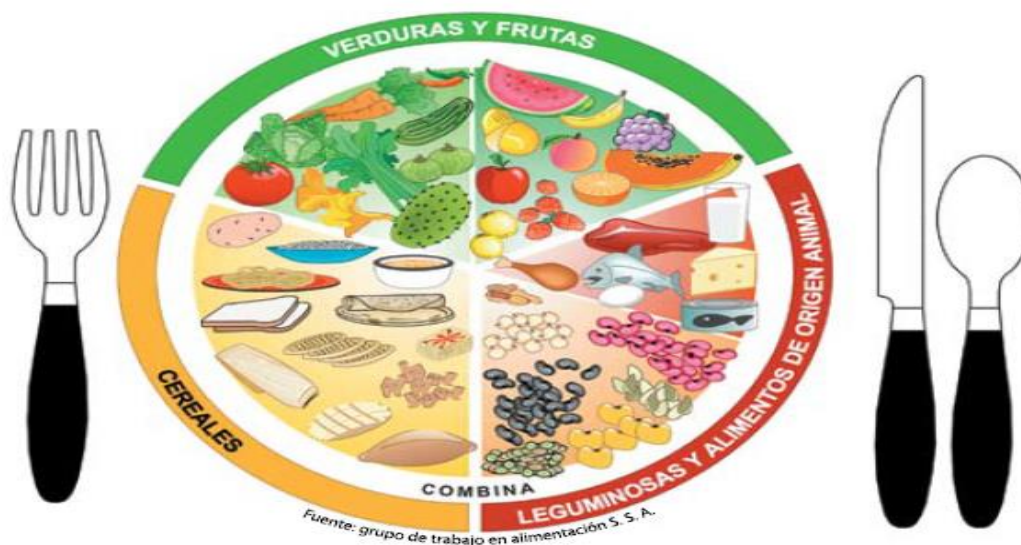


Figura 8. El Plato del Bien Comer

Fuente: (Sánchez, 2008)

2.2.3 CONCEPTUALIZACIÓN

Salud: La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades". La cita procede del Preámbulo de la Constitución de la Organización Mundial de la Salud, que fue adoptada por la Conferencia Sanitaria Internacional, celebrada en Nueva York del 19 de junio al 22 de julio de 1946, firmada el 22 de julio de 1946 por los representantes de 61 Estados (Official Records of the World Health Organization, N° 2, p. 100), y entró en vigor el 7 de abril de 1948. La definición no ha sido modificada desde 1948. (Organización Mundial de la Salud, s. f.)

“Alimento: producto natural o elaborado susceptible de ser ingerido y digerido, cuya características los hace apto y agradable al consumo, constituido por una mezcla de nutrientes que cumplen determinada funciones en el organismo” (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2014, p. 125).

“Alimentación saludable: es aquella que aporta todos los nutrientes esenciales y la energía que cada persona necesita para mantenerse sano” (Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura, 2014, p. 126).

“Caloría: Unidad de energía térmica equivalente a la cantidad de calor necesaria para elevar la temperatura” (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2014, p. 127).

“Raciones y porciones:

1. Una ración (“serving size”) es una cantidad fija. Los fabricantes de alimentos utilizan este término para describir sus productos. Por ejemplo, la etiqueta en un paquete de cereales puede decir que 1 taza de cereales secos = 1 ración.



Figura 9. Tamaño de Raciones.

Fuente: (Iowa Department of Human Services, 2010)

2. Una porción es la cantidad de alimento que usted come o pone en el plato durante una comida. Por ejemplo, usted puede comer 2 tazas de cereales durante el desayuno” (Iowa Department of Human Services, 2010, p. 69).

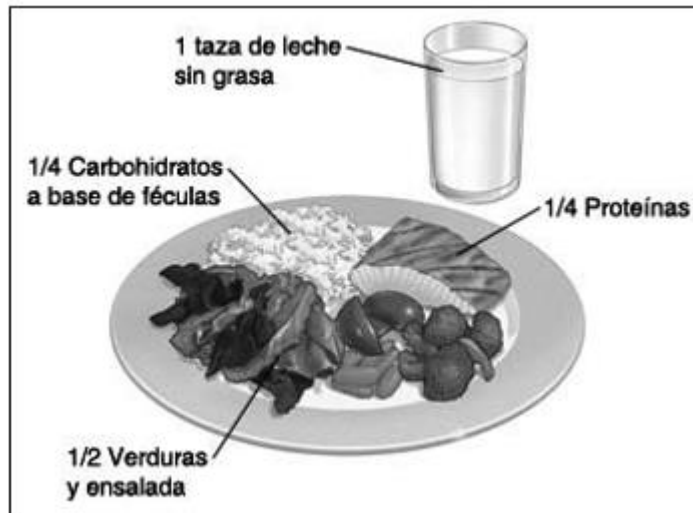


Figura 10. Tamaño de Porciones

Fuente: (Iowa Department of Human Services, 2010)

“Educación en alimentación y nutrición: conjunto de experiencias de aprendizaje diseñadas para facilitar la adopción voluntaria de conductas alimentarias y otras relacionadas con la nutrición, conducentes a la salud y el bienestar”(Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2014, p. 127).

“Hábitos alimentarios: conjunto de costumbres que condicionan la forma como los individuos o grupos seleccionan, preparan y consumen los alimentos, influidas por la disponibilidad de estos, el nivel de educación alimentaria y el acceso a los mismo” (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2014, p. 130).

“Dieta: mezcla de alimentos sólidos y líquidos que un individuo o grupo consume su composición depende de la disponibilidad de los alimentos, costo, hábitos alimentarios y el valor cultural de los alimentos” (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2014, p. 128).

“Macronutrientes: grasas, proteínas y carbohidratos necesarios para una amplia gama de funciones y procesos corporales” (UNICEF, 2012, p. 7).

“Micronutrientes: vitaminas y minerales esenciales que el organismo necesita en cantidades minúscula durante todo el ciclo de vida” (UNICEF, 2012, p. 7).

Enfermedades causadas por deficiencia de micronutrientes: La deficiencia grave de micronutrientes por una ingesta de alimentos insuficientes, así como por la absorción insuficiente o la utilización subóptima de vitaminas y minerales puede derivar en la aparición de signos clínicos y síntomas específicos. (UNICEF, 2012, p. 6)

“Etiquetado nutricional: se entiende como toda descripción destinada a informar al consumidor sobre las propiedades nutricionales de un alimento. Comprende dos componentes declaración de nutrientes e información nutricional complementaria” (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 1993, p. 1).

“Declaración nutricional: se entiende una relación o numeración normalizada de contenido de nutrientes de un alimento”(Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 1993, p. 1).

Declaración de propiedades nutricionales: Se entiende cualquier representación que afirme, sugiera o implique que un producto posee propiedades nutricionales particulares, especialmente, pero no solo, en relación con su valor energético y contenido de proteínas, grasas y carbohidratos, así como su contenido de vitaminas y minerales. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 1993, p. 1)

“Publicidad: Conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos o divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores y usuarios” (ASALE, 2016, p. 1).

Calidad de vida: "La percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas, sus inquietudes. Se trata de un concepto muy amplio que está influido de modo complejo por la salud física del sujeto, su estado psicológico, su nivel de independencia, sus relaciones sociales, así como su relación con los elementos esenciales de su entorno. (Díaz, s. f., p. 12)

Promoción de la salud: Son actividades que intentan fomentar la salud de los individuos y colectividades, promoviendo la adopción de estilos de vida saludables, mediante intervenciones de educación sanitaria a través de medios de comunicación de masas, en las escuelas y en atención primaria, para toda la comunidad que no tienen los recursos necesarios para la salud. La educación sanitaria debe ser complementada con los cambios necesarios en el medio ambiente y en las condiciones sociales y económicas que permitan a los ciudadanos el ejercicio efectivo de los estilos

de vida saludables y la participación en la toma de decisiones que afecten a su salud. (Díaz, s. f., p. 20)

Difusión y promoción: La difusión y promoción del proyecto son acciones de un proceso educativo y reflexivo, que ayudan a formar nuevas visiones y generan propuestas que conducen a cambios en el sistema de vida de los actores del proyecto. La difusión y promoción debe ser realizada en forma continua, amplia y masiva, donde los actores trabajan organizadamente en diferentes momentos. Es un proceso que en su primera etapa actúa de manera interactiva con la inducción externa y la organización local para la ejecución. (Baéz & Zamora, 2003, p. 3)

Promoción: Es complementaria a la difusión, y puede iniciar después o en forma paralela a esta. Dirige su esfuerzo a brindar información de manera directa y personalizada a los actores y posibles usuarios (as) sobre los servicios y oportunidades brindados por el proyecto; así como sobre los mecanismos de acceso a los mismos, procurando crear un mayor interés en dichos servicios. (Baéz & Zamora, 2003, p. 3)

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

En este capítulo se desarrolló la matriz metodológica conteniendo hipótesis y variables utilizando un enfoque metodológico, en el cual se diseñó un instrumento de investigación, técnicas y desarrollo las cuales fueron primarias y secundarias.

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

3.1.1 LA MATRIZ METODOLÓGICA

Tabla 7. La Matriz Metodológica

Título	Problema	Preguntas de investigación	Objetivos		Variables		
			General	Específicos	Independiente	Dependiente	
Establecimiento basado en la gastronomía italiana que Brinde porciones adecuadas de nutrientes y calorías	¿Qué tan factible es como oportunidad de negocio desde el punto de mercado meta la oferta de una alternativa que fomente el buen hábito alimenticio y el conocimiento de la ingesta de productos saludables?	¿Cómo es actualmente la disponibilidad y acceso a la información sobre los hábitos alimenticios en la población local y en la industria alimenticia?	Contribuir a fomentar el buen hábito alimenticio de la población meta, mediante un establecimiento basado en la gastronomía italiana con la finalidad de incrementar y adecuar la ingesta de ingredientes frescos y saludables.	Identificar la disponibilidad y acceso a la información sobre los hábitos alimenticios en la población meta y en la industria alimenticia.	Disponibilidad y Acceso de Información	Establecimiento de servicio alimenticio basado en la gastronomía italiana que brinde la ingesta de porciones adecuadas de nutrientes y calorías	
		¿Cuáles son las motivaciones y barreras en relación al consumo de ingredientes frescos y saludables en la población local?		Analizar las motivaciones y barreras en relación al consumo de ingredientes frescos y saludables en la población meta.			Motivaciones y Barreras
		¿Cuál es el medio de adquisición del conocimiento de los buenos hábitos alimenticios en la población local?		Definir la aceptación de la población meta por el arte culinario italiano como alternativa de comida saludable.			Nivel de Aceptación

Título	Problema	Preguntas de investigación	Objetivos		Variables	
			General	Específicos	Independiente	Dependiente
		¿Cuál sería la alternativa más viable para ofrecer alimentos nutricionales y calóricos a la población hondureña?		Proponer la creación de un establecimiento basado en la gastronomía italiana para incrementar y adecuar la ingesta de ingredientes frescos y saludables.	Industria Alimenticia	

3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES



Figura 11. Diagrama de las Variables

Tabla 8. Operacionalización de las Variables

Variable Ind.	Definición Real	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Ítems	Unidades (Categorías)	#
Disponibilidad y Acceso de Información	Colocación ordenada o distribución pertinente de los distintos elementos de una composición literaria.(ASAL E, 2016)	Es el alcance de la información nutricional y calórica a través de los diferentes medios disponibles para la población meta.	Información Nutricional	Nivel de Conocimiento	¿Conoce usted la cantidad de calorías y nutrientes de los alimentos que consumen en los diferentes restaurantes de su elección de la pregunta 4?	a. Si b. No	1 2
			Preferencias Alimenticias		¿Cómo elige sus preferencias alimentarias?	a. Siempre tengo en cuenta la calidad nutritiva. b. Me dejo influir por el atractivo del producto. c. A veces la calidad nutritiva y a veces el atractivo del producto.	1 2 3

Variable Independiente	Definición Real	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Unidades (Categorías)	#
Disponibilidad y Acceso de Información	Ídem.	Ídem.	Publicidad	Nivel de Criterio	¿De qué forma elige usted y selecciona sus productos alimenticios, independientemente de que ésta sea adecuada o no?	a. Me baso en mi gusto y/o criterio. b. Siempre me dejo influir por los medios publicitarios. c. En ocasiones me baso en mi criterio y otras me dejo influir por la publicidad.	1 2 3
Motivación y Barreras	Conjunto de factores internos o externos que determinan en parte las acciones de una persona. (ASALE, 2016)	Iniciativas y obstáculos que tiene actualmente el mercado meta para una ingesta adecuada de productos saludables.	Salud - Apariencia Física - Estilos Alimenticios	Razones de Consumo	¿Cuáles son las razones o intereses en relación al consumo de productos saludables?	a. Me gustan b. Para prevenir enfermedades c. Enfermedades diagnosticadas d. Me facilitan la digestión e. Para bajar de peso f. Para estar en forma g. Para mantener el peso actual h. No tengo ningún interés	1 2 3 4 5 6 7 8
				Límitantes de Consumo	¿Cuáles son las limitantes de seleccionar un menú saludable?	a. No me gustan b. No tengo conocimiento c. No acostumbro comerlas d. Son caras e. No me quita el hambre f. Prefiero otros alimentos g. Disponibilidad y acceso a comida saludable	1 2 3 4 5 6 7
Nivel de Aceptación	Aprobar, dar por bueno, acceder a algo. (ASALE, 2016)	Es la aprobación para la creación de un producto o servicio en particular en un mercado meta.	Frecuencia de Consumo	Número de Visitas	¿Con qué frecuencia visita y consume en un Restaurante?	a. Una (1) vez a la semana b. Dos (2) veces a la semana c. Cada dos (2) semanas d. Cada mes e. Cada dos (2) meses o más f. Nunca (Pasar a datos demográficos)	1 2 3 4 5 6

Variable Ind.	Definición Real	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Unidades (Categorías)	#
Nivel de Aceptación	Ídem.	Ídem.	Ingreso Económico	Disponibilidad Económica	¿Cuánto paga usted aprox. por un tiempo de comida en un Restaurante?	a. L. 100 – 150 b. L. 151 - 200 c. L. 201 - 250 d. L. 251 – 300 e. L. 301 en adelante	1 2 3 4 5
	Ídem.	Ídem.	Preferencias	Preferencia Gastronómica	De acuerdo a la siguiente lista indique que tipo de comida le gusta:	a. Comida Hondureña b. Comida Mexicana c. Comida Italiana d. Comida China e. Comida Japonesa / Oriental f. Otros	1 2 3 4 5 6
Industria Alimenticia	Actividad industrial o comercial de productos almtos. Ramo de la alimentación. (ASALE, 2016)	Todos aquellos establecimientos que proporcionen productos y/o platos elaborados para ser consumidos de inmediato como ser restaurantes, cafeterías, comidas rápidas food courts, golosinerías, pizzerías ,etc.	Diseño	Característica del Resaturante	Califique la importancia de la selección de un Restaurante (Calificación de 1-5, siendo 5 el más importante):	a. Diseño del local b. Ubicación c. Limpieza d. Seguridad e. Calidad y Servicio f. Precio g. Menú	1 2 3 4 5 6 7
			Fomento	Medios de Comunicación	¿Por qué medio le gustaría adquirir conocimiento sobre los buenos hábitos alimenticios y la adecuada ingesta de alimentos saludables?	a. Páginas web b. Redes sociales c. Aplicación móvil (App) d. Boletín electrónico e. Radio-Emisoras f. Prensa o Periódicos g. Revistas (Buen Provecho) h. Televisión (Local o Cable) i. Establecimientos de la industria alimenticia l. Otros (especifique):	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Variable Independiente	Definición Real	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Unidades (Categorías)	#
Industria Alimenticia	Ídem.	Ídem.	Difusión y Promoción	Medios de Comunicación	¿De qué forma adquiere conocimiento sobre los buenos hábitos alimenticios y la adecuada ingesta de alimentos saludables?	a. Páginas web b. Redes sociales c. Aplicación móvil (App) d. Boletín electrónico (correos electrónicos) e. Radio-Emisoras f. Prensa o Periódicos g. Revistas (Buen Provecho) h. Televisión (Local o Cable) i. Instituciones Educativas (Universidades) j. Organizaciones sin fines de lucro (ONG) k. Asociaciones (Red de Vegetarianos y Veganos) l. Otros (especifique):	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

3.1.3 HIPÓTESIS

Hipótesis: A mayor conocimiento de la información sobre los buenos hábitos alimenticios y sus beneficios, mayor incremento de ingesta de porciones adecuadas de nutrientes y calorías.

Hipótesis Nula: A mayor conocimiento de la información sobre los buenos hábitos alimenticios y beneficios, menor incremento de ingesta de porciones adecuadas de nutrientes y calorías.

Hipótesis: A mayor difusión de los buenos hábitos alimenticios por parte de la industria alimenticia, mayor conciencia sobre los patrones alimenticios.

Hipótesis Nula: A mayor difusión de los buenos hábitos alimenticios por parte de la industria alimenticia, menor conciencia sobre los patrones alimenticios.

3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

El enfoque de investigación utilizado fue el **mixto**. El enfoque mixto es el que permite recolectar, analizar y vincular datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema. Se usan métodos de los enfoques cuantitativos y cualitativos e intervienen datos cuantitativos y cualitativos y viceversa, dicho estudio predomina los datos cuantitativos para su análisis. Cabe destacar que el enfoque mixto va más allá de la simple recolección de datos de diferentes modos sobre el mismo fenómeno, implica desde el planteamiento del problema mezclar la lógica inductiva y la deductiva. Un método mixto de investigación son procedimientos para coleccionar, analizar y mezclar métodos cualitativos y métodos cuantitativos en un mismo estudio o en una serie de estudios para comprender un problema de investigación. (S. Hernández, 2010)

Método Descriptivo: En este método se describen las características fundamentales de los conjuntos homogéneos de fenómenos. Se utilizan criterios sistemáticos que ponen en manifiesto su estructura o comportamiento. En este método se describen las características fundamentales de la población que poseen malos hábitos alimenticios los cuales tienen el comportamiento de consumir los alimentos desproporcionadamente en relación a las porciones y raciones lo cual crea sobrepeso y obesidad, la población no tiene conocimiento sobre la cantidad de nutrientes que están ingiriendo en un mercado en donde hay una sobreabundancia de alimentos procesados.

Método Explicativo: Este método consiste en determinar los orígenes o las causas de un conjunto determinado de fenómenos donde el objetivo radica en conocer porque suceden ciertos hechos empleando la delimitación de relaciones causales o existentes o al menos en qué condiciones se producen. Aquí se profundiza el conocimiento de la realidad y se explica la razón por qué de las cosas. Los hábitos alimenticios juegan un papel fundamental para generar conciencia en la población sobre la importancia de la salud tomando en consideración las consecuencias que pueden llegar a enfermedades crónicas no transmisibles y en el peor de los casos la muerte.

Método Empírico: Está representado por un nivel de investigación donde el contenido procede fundamentalmente de la experiencia utilizando una serie de procedimientos prácticos que revelen las características fundamentales o esenciales del objeto de estudio. Se tiene conocimiento y experiencia que los malos hábitos alimenticios se llevan a cabo debido a que los alimentos no saludables tienen una presentación y sabor que influyen directamente en las preferencias de los consumidores, de esta premisa es que el consumo o adicción por los alimentos no saludables como franquicias y restaurantes elaboran productos terminados que son altos en contenidos calóricos y con una buena apariencia logran motivar a que se incremente el consumo en dichos establecimientos.

Método Experimental: Este método surge como resultado de desarrollar técnicas y conocimientos, tiene como consecuencia el esfuerzo que realiza el hombre por penetrar o estudiar aquellas áreas que son desconocidas a través de su actividad transformadora. El investigador crea las condiciones necesarias o adecua las condiciones existentes para el esclarecimiento de todas las propiedades y relaciones del tema de estudio los cuales son de mucha utilidad en la investigación. Los consumidores que no tienen hábitos alimenticios adecuados son potenciales a contraer sobrepeso y obesidad con facilidad, es muy fácil adoptar este estilo de alimentación debido a la variedad de gastronomías adaptadas en proporciones altas en calorías y grasas las cuales perjudican a la salud.

Método Lógico Deductivo: Mediante este método se aplican los principios que se han descubierto a casos particulares, por ejemplo encontrar principios desconocidos a partir de los conocidos o se podría dar el caso que se utilicen para descubrir consecuencias desconocidas de principios o teorías que ya se manejan. Se deduce que los hábitos alimenticios adecuados nutren al cuerpo de los elementos necesarios para su correcto funcionamiento, además la ingesta de alimentos saludables es un factor determinante para prevenir enfermedades ya existentes y enfermedades que pueden ser adquiridas por otros elementos como la genética, uno de los grandes beneficios de mantener el cuerpo equilibrado es el aumento considerable a la calidad de vida.

Método Deductivo Directo – inferencia o conclusión inmediata: Este método está basado en la obtención de conclusiones de forma directa, sin intermediarios. Los hábitos alimenticios son fuente de salud, siempre y cuando se consuman las raciones y porciones adecuadas. Los índices de sobrepeso y obesidad aumentan debido a los malos hábitos alimenticios. Muchas personas en el mundo mueren a causa de enfermedades crónicas no transmisibles.

Método de Variaciones Concomitantes: Este método radica en la variación de los fenómenos y como estos se acompañan de la variación de otros, en conclusión lo que se define es si un fenómeno es la causa de otro. Una de las causas por las cuales la población muere se basa en enfermedades crónicas no transmisibles entre las que se encuentran enfermedades cardiovasculares, cáncer, diabetes, etc., las cuales son producidas por el exceso de grasa corporal (sobrepeso y obesidad) en donde este índice se pudo haber reducido mediante la generación de hábitos alimenticios desde muy temprana edad.

Método Histórico: Método vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos de estudio en su sucesión cronológica, para poder conocer la evolución y cambios de los fenómenos de investigación es necesario remontarse a sus comienzos para revelar su historia, etapas principales y como han cambiado en relación con el tiempo. Desde comienzos de la humanidad y según la historia los primeros pobladores del mundo siempre tuvieron malos hábitos alimenticios debido a que no se contaban con la variedad equilibrada de alimentos y no había alguien que pudiera brindar conocimiento sobre la ingesta de alimentos, por ejemplo se dice que para poder alimentarse el hombre debía cazar animales para su supervivencia, sin embargo habían temporadas en que estos animales se extinguían por lo que se generaba un tiempo de abstención a comer en grandes cantidades debido a la escasez de alimentos. (Desequilibrio energético e ingesta de alimentos desproporcionados).

Método de la Medición: La observación permite fijar las propiedades de los objetos de estudio relacionando los componentes, propiedades y cualidades de los mismos, sin embargo los resultados no son suficientes con los conceptos comparativos y cualitativos, sino que es necesario datos numéricos a dichas propiedades para posteriormente evaluarlas y representarlas correctamente. La correcta alimentación balanceada debe de contener en un plato cereal, leguminoso y alimentos de origen animal y finalmente frutas y verduras, sin embargo el no conocer

las cantidades de porciones y raciones provoca daños al organismo por el exceso o falta de nutrientes. Por otro lado es necesario tener conocimiento de la cantidad de calorías que contienen los alimentos que se ingieren para no sobrepasar los niveles recomendados al día que en la actualidad se manejan en un estándar de 2,000 a 2,500 calorías.

Método de la Concordancia: Este método consiste en comparar entre si varios casos en que se presenta un fenómeno y se señala lo que en ellos se repite, como causa del fenómeno. Las personas que tienen malos hábitos alimenticios desde muy pequeña edad han desarrollado enfermedades crónicas como diabetes, enfermedades cardiovasculares que han cambiado su estilo de vida debido a las prescripciones médicas o enfermedades que ya han sido diagnosticadas, este grupo selecto de personas han llegado a concordar que sus enfermedades en gran medida se desarrollaron por el desorden alimenticio y abuso de ciertos alimentos como las grasas, azúcar entre otros que si se hubiesen tratado a tiempo podrían haber cambiado su estado de salud.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

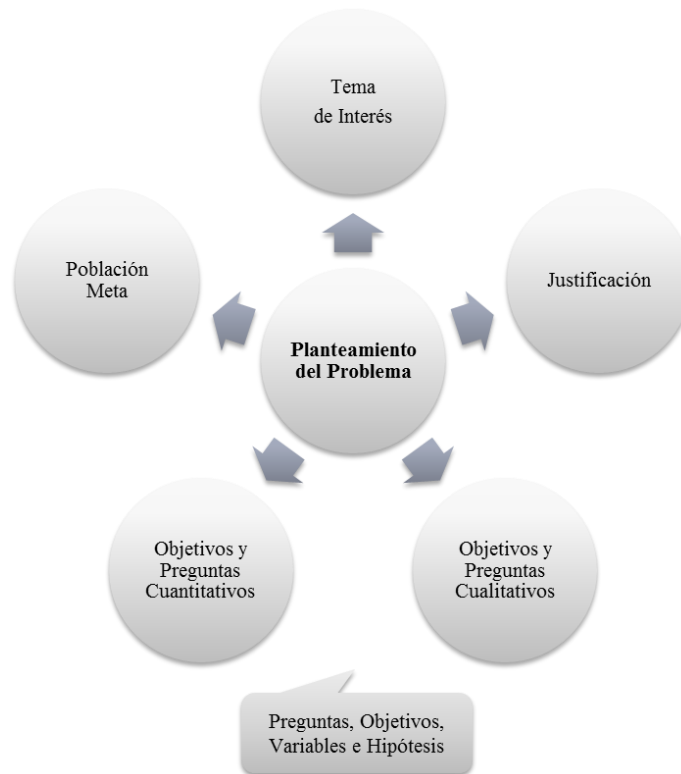


Figura 12. Diseño de Investigación

3.3.1 POBLACIÓN

El mercado objetivo seleccionado fueron aquellas personas residentes en el Municipio del Distrito Central (Tegucigalpa y Comayagüela) departamento Francisco Morazán y económicamente activa, se detallan los datos según estadísticas ofrecidas por el INE-2015:

Tabla 9. Definición de la Población Meta

Población del Distrito Central	1,157,509
Población en área urbana	1,055,729
Población económicamente activa	1,041,436

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística, 2015)

3.3.2 MUESTRA

$$n = \left[\frac{(Z)^2 (N) (P)(Q)}{e^2 (N-1) + (Z)^2 (P)(Q)} \right]$$

Ecuación 1. Fórmula del Cálculo de la Muestra

Fuente:(R. Hernández & Baptista, 2003)

Se utilizó la formula mencionada para el cálculo del tamaño de la muestra, necesaria para el levantamiento de la encuesta. Se estimó un nivel de confianza de 95% con el objetivo de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad. Error muestral dió una noción clara de hasta dónde y con qué probabilidad una estimación basada en una muestra se aleja del valor que se hubiera obtenido por medio de un censo completo. El resultado de la ecuación nos proporcionó el tamaño de la muestra de 384.01 encuestados. (ver cálculo de la muestra, Anexo #1).

3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis se basó en personas.

3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA

La unidad de respuesta fue conformada por conteo o cantidades como ser: unidad de moneda local (Lempiras) y porcentajes (%).

3.4 INSTRUMENTOS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS

3.4.1 INSTRUMENTOS (CUESTIONARIOS, FICHAS DE OBSERVACIÓN, ETC.)

Dentro de los instrumentos aplicados se desarrolló cuestionarios con el objetivo de recolectar información.

3.4.2 TÉCNICAS (ENCUESTAS, ENTREVISTAS, ETC)

La técnica que se utilizó para recolección de datos cuantitativos fue la encuesta (ver el cuestionario, Anexo # 2), la cual se aplicó en el Distrito Central mediante el método de encuesta en línea diseñada mediante el software estadístico “Survey Monkey”, se aplicó de forma electrónica y aleatoria. La encuesta diseñada fue importante para determinar el actual comportamiento del consumidor y otros elementos significativos para el mercado meta, con la finalidad de que los clientes potenciales puedan gozar de una alternativa que logre fomentar el buen hábito alimenticio.

Además, se requirió datos cualitativos, realizando entrevistas a profundidad con expertos en el rubro de nutrición, una Licenciada en Nutrición (ver cuestionario, Anexo # 3) y una Doctora en Medicina y Cirugía en General con especialidad en Nutrición Clínica (ver cuestionario, Anexo # 4), con el objetivo de obtener información referente a los buenos hábitos alimenticios y todos los aspectos que engloba una correcta alimentación.

3.4.3 PROCEDIMIENTOS

Para la construcción del cuestionario de la encuesta se redactó diferentes preguntas asociadas a las variables de estudio. Una vez construido el cuestionario se procedió a aplicar la encuesta a un total de 384 personas de clase media y clase alta que conforman parte de la población económicamente activa localizada en el Distrito Central, que conformó la muestra. Al terminar la

recolección de datos se seleccionó la herramienta Survey Monkey para realizar el análisis de los datos recolectados. Y finalmente, se llevó a cabo el análisis estadístico para la comprobación de las hipótesis planteadas, análisis y presentación de los resultados de variables de estudio a través de gráficas y/o tablas.

También se realizó una entrevista a expertos en el área de nutrición. Los autores de esta investigación efectuaron las preguntas al experto, se anotaron y se grabaron las respuestas y se generó el análisis correspondiente.

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

Las fuentes de información primarias que se utilizaron en éste estudio fueron libros de texto, publicaciones oficiales y confirmaciones. Además, se aplicaron encuestas realizadas al mercado meta y se desarrolló entrevistas a profundidad con expertos en la rama de la medicina y nutrición con el objetivo de obtener información fidedigna acerca del tema de estudio.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Dentro de las fuentes secundarias consultadas relacionadas con las fuentes primarias se encuentran fuentes electrónicas por medio de la web, revistas de salud y cocina, tesis, manual para la redacción de tesis de posgrado, diccionarios, y biblioteca de la universidad (CRAI).

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Este capítulo se analizó a detalle la información recopilada mediante el instrumento de la investigación (encuestas) y técnica de investigación (entrevistas) con el objetivo de comprobar las hipótesis planteadas y objetivos de investigación.

4.1 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

Las encuestas tuvieron como objetivo obtener información estadística definida. La encuesta (tamaño de la muestra), fue una investigación estadística en que la información se obtuvo de una parte representativa de las unidades de análisis seleccionadas que componen el universo a investigar. Los tipos de preguntas que se utilizaron en el cuestionario fueron: preguntas cerradas, preguntas dicotómicas (Si y No), preguntas de opciones múltiples y preguntas con respuesta a escala. De acuerdo al cálculo del tamaño de la muestra fue de realizar 384 encuestas, y se alcanzó 404 encuestas aplicadas.

Dentro de los objetivos del estudio de mercado se analizó las 4 P's (Producto, Precio, Plaza, Promoción) ya que con ello se logró el adecuado diseño de la encuesta para la correcta captación de la información y posterior la formulación de la propuesta. A continuación se detalla la explicación de cada pregunta de la encuesta aplicada:

Tabla 10. Salida de las 4 P's

Las cuatros P's	Preguntas	Explicación
Producto	No. 1	Frecuencia de demanda de los servicios.
	No. 4	Aceptación y gusto.
	No. 5	Nivel de conocimiento.
	No. 6	Motivaciones.
	No. 7	Barreras.
	No. 8 y 9	Poder de decisión.
Precio	No. 3	Determinación del precio.
Plaza	No. 2	Grado de importancia.
Promoción	No. 10 y 11	Determinación de los canales y medios.

Q1: ¿Con qué frecuencia visita y consume en un Restaurante?

En el diagrama de Ishikawa en la categoría de “Medición” se mencionó la causa “Estilos de vida en la población” que tiene efecto en los “Malos Hábitos Alimenticios”. Se consideró dicha pregunta para poder responder la variable definida “Nivel de Aceptación - Frecuencia de Consumo” y además ayudó a analizar lo anterior y definir de las 4 P’s, Producto.

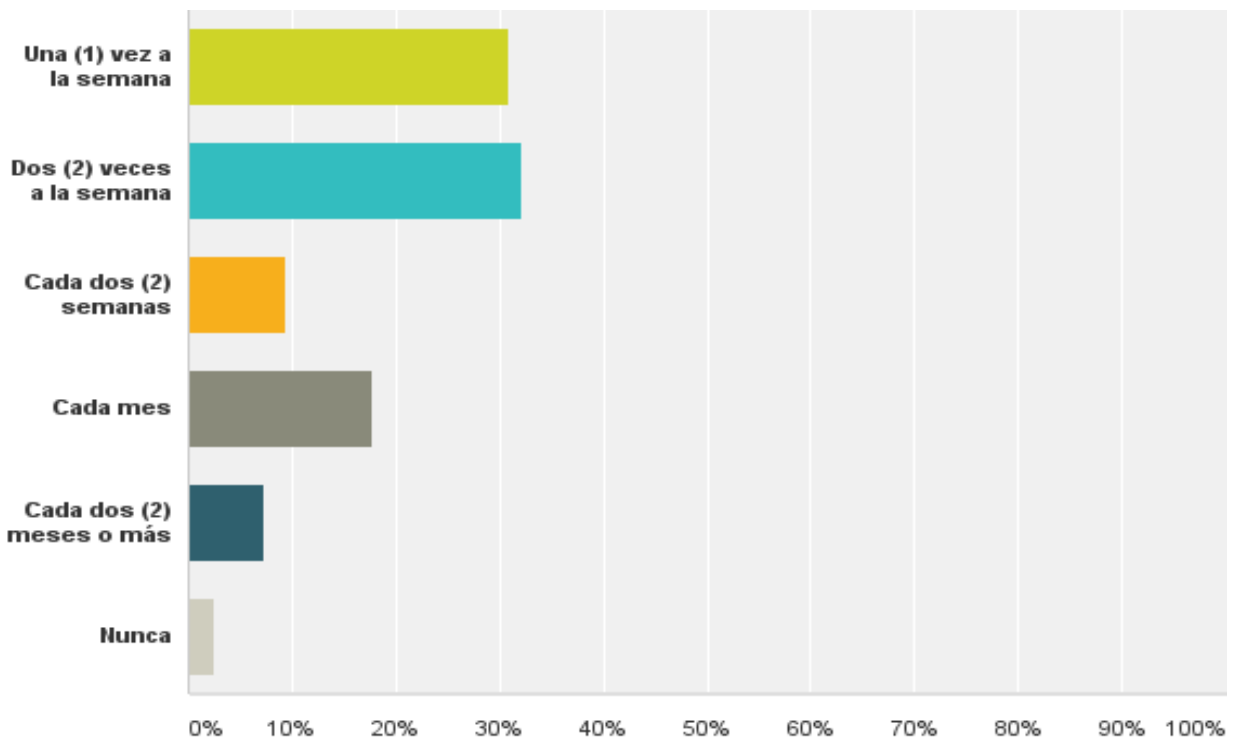


Figura 13. Frecuencia de Consumo en Restaurante.

El propósito de esta pregunta fue para conocer cuál es la frecuencia de la demanda de los servicios de comida existentes en el mercado, el estudio reflejó que 132 encuestados indicaron que frecuentan dos veces a la semana a restaurantes, siendo un total de 32.12%. 127 encuestados afirmaron que visitan al menos una vez a la semana un restaurante, el cual fue equivalente a 30.90% del total de la población. En conclusión, estos resultados fueron beneficiosos para competir en el mercado alimenticio, ya que hay alta frecuencia de consumo por parte de la población.

Q2: Califique la importancia de la selección de un Restaurante (Calificación de 1-5, siendo 5 el más importante).

Se consideró ésta pregunta para poder responder la variable definida “Industria Alimenticia - Diseño” y además ayudó a analizar lo anterior y definir de las 4 P’s, Plaza.

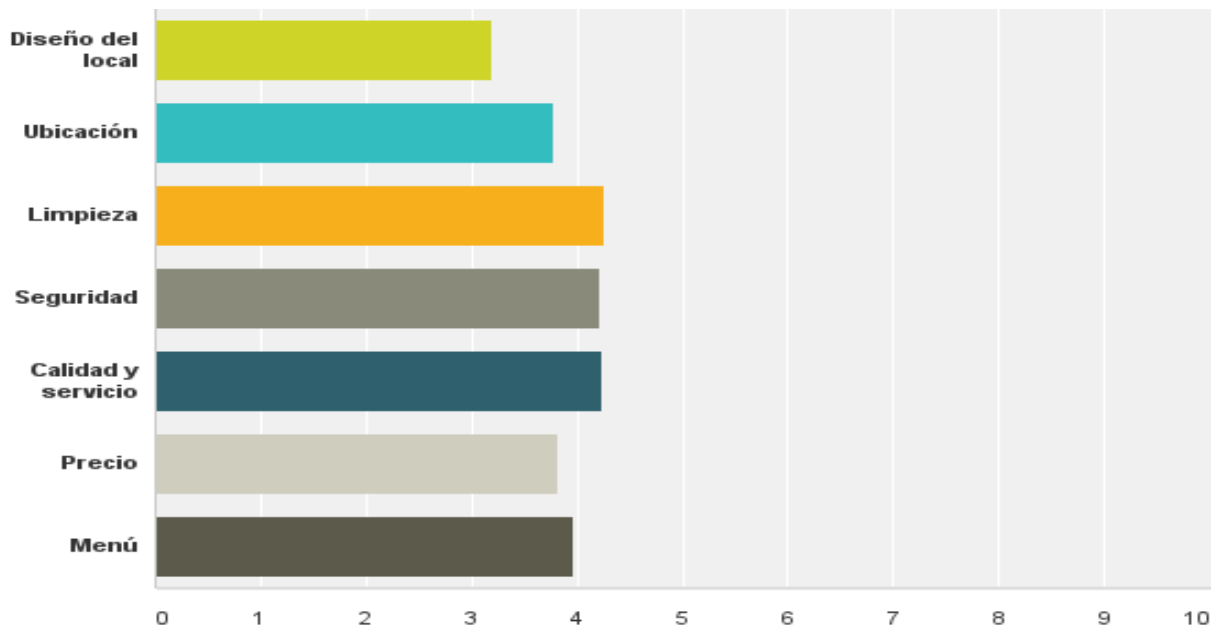


Figura 14. Importancia de Selección de Restaurante.

En esta pregunta los encuestados definieron que aspectos consideran importantes para seleccionar un establecimiento (plaza) según su criterio. La tendencia fue que existe homogeneidad entre todas las variables que caracterizan a los restaurantes. Ésta gráfica muestra que el 58.5% de la población gusta de establecimientos que sean higiénicos, otro grupo de la muestra conformado por 56.74% se enfoca en recibir buena atención y calidad al momento de frecuentar un restaurante, finalmente consideran que el diseño del local no es un requisito necesario u obligatorio para seleccionar un restaurante, ya que el 15.17% afirmó lo antes mencionado. En conclusión los clientes están dispuestos a consumir en establecimientos donde ofrezcan al público con las normas higiénicas necesarias, tengan un buen servicio y calidad en lo que brindan.

Q3: ¿Cuánto paga usted aproximadamente por un tiempo de comida en un Restaurante?

Se consideró ésta pregunta para poder responder la variable definida “Nivel de Aceptación – Ingreso Económico” y además ayudó a analizar lo anterior y definir de las 4 P’s, Precio.

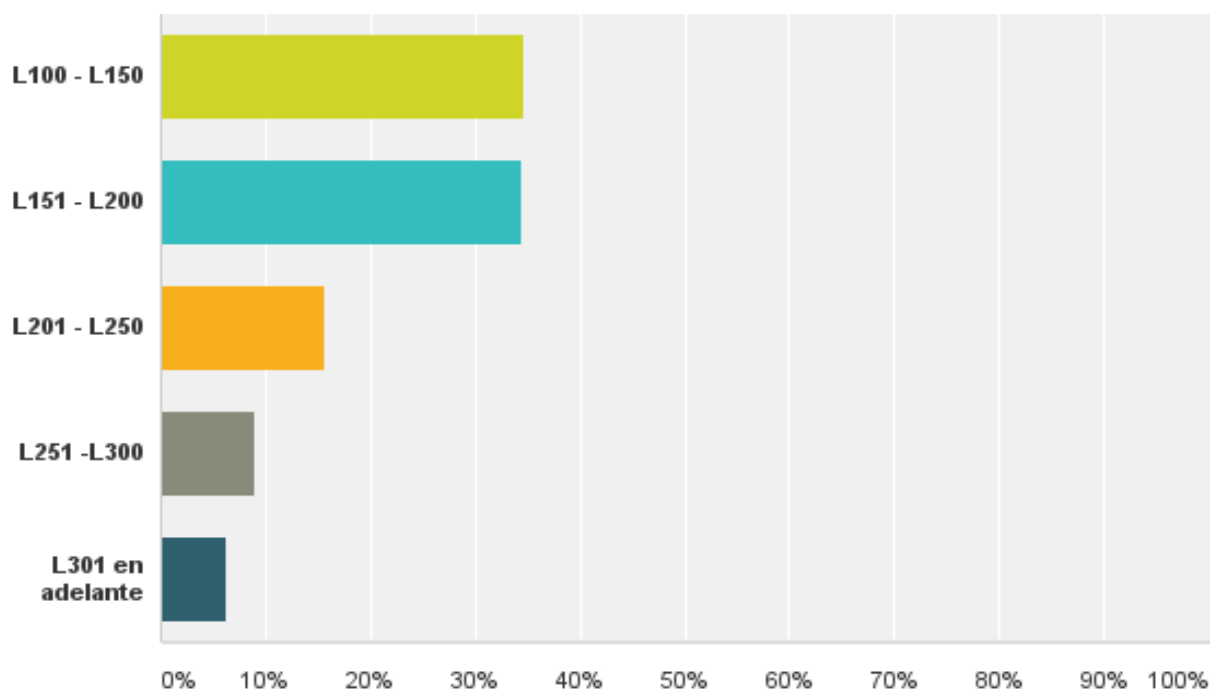


Figura 15. Pago Estimado por la Compra de un Tiempo de Comida.

Ésta pregunta fue elaborada para medir el precio que se está pagando actualmente por cada tiempo de comida en un restaurante. La tendencia del precio de L. 100.00 a L. 150.00 ocupó el 34.66%. Adicionalmente, los datos de L. 151 a L.200.00 fueron conformados por 34.41%. La grafica indica que el mercado meta demanda actualmente precios accesibles, tomando en consideración que hay una sobreabundancia de establecimientos en el rubro alimenticio con precios más económicos. Un segmento muy reducido indicó que está pagando más de L.301.00 por el consumo de alimentos equivalente a 6.23%. Se puede inferir que la población meta tiene capacidad de pago, se concluye que el consumidor está utilizando de sus recursos financieros un máximo de L. 200.00 por alimentos en un restaurante.

Q4: De acuerdo a la siguiente lista indique que tipo de comida le gusta: ACEPTAR MÁS DE UNA OPCIÓN.

Se consideró dicha pregunta para poder responder la variable definida “Nivel de Aceptación - Preferencias” y además ayudó a analizar lo anterior y definir de las 4 P’s, Producto.

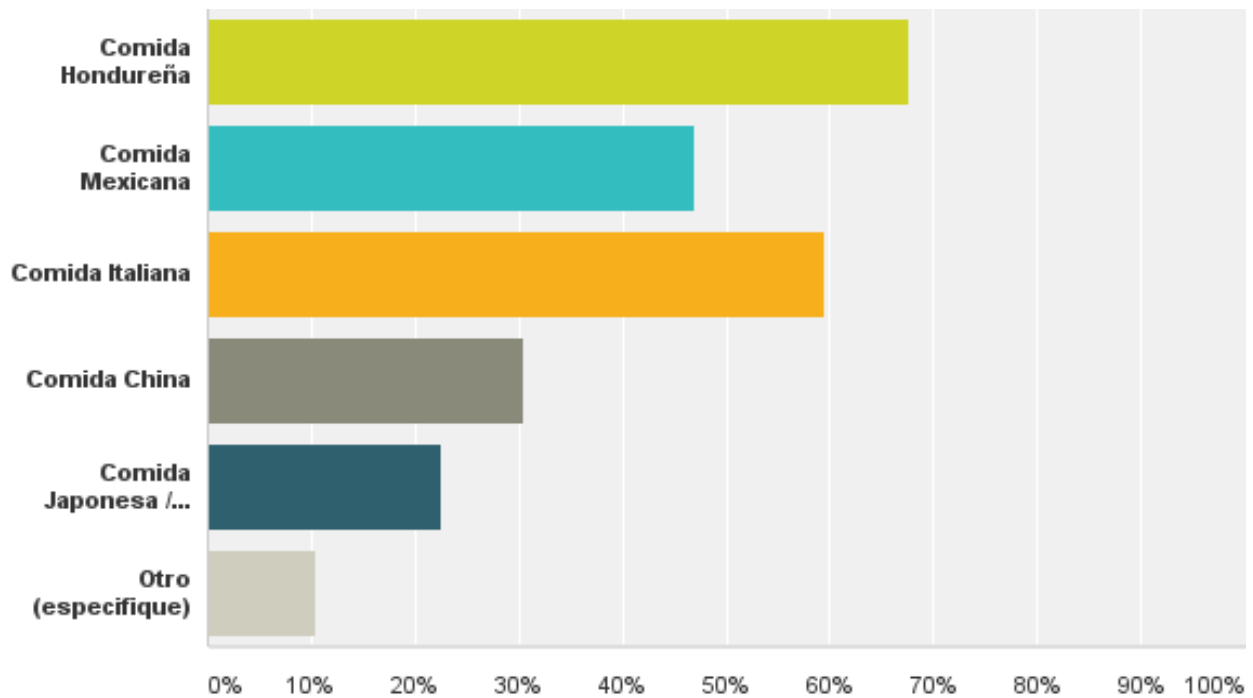


Figura 16. Gusto de Tipo de Comida.

Ésta pregunta fue diseñada para poder determinar la aceptación y gusto del producto según la gastronomía de preferencia instalada en nuestro país. La tendencia reflejó que la población tiene un fuerte apego a la comida típica hondureña, 67.58%. Sin embargo se puede observar que ante la diversas gastronomías existentes, el 59.60% de los encuestados aceptaron la comida italiana como segunda opción de consumo. Cabe recalcar que dentro de los gustos de comida no enlistadas el encuestado afirmó otros tipos de comidas siendo entre la más recurrente comida saludable, vegetariana y mariscos. Concluyendo que dichos resultados son favorables para llevar a cabo el proyecto y existe potencial en el mercado de la gastronomía italiana.

Q5: ¿Conoce usted la cantidad de calorías y nutrientes de los alimentos que consumen en los diferentes restaurantes de su elección de la pregunta 5?

En el diagrama de Ishikawa en la categoría de “Medio Ambiente” se mencionó la causa “Falta de iniciativa de la industria alimenticia que promueva conocimientos” e igual en la categoría de “Métodos” se mencionó la causa “Costumbres alimenticias (ingesta de porciones inadecuadas)” que tienen efecto en los “Malos Hábitos Alimenticios”. Se consideró dicha pregunta para poder responder la variable definida “Disponibilidad y Acceso de Información – Información Nutricional” y además ayudó a analizar lo anterior y definir de las 4 P’s, Producto.

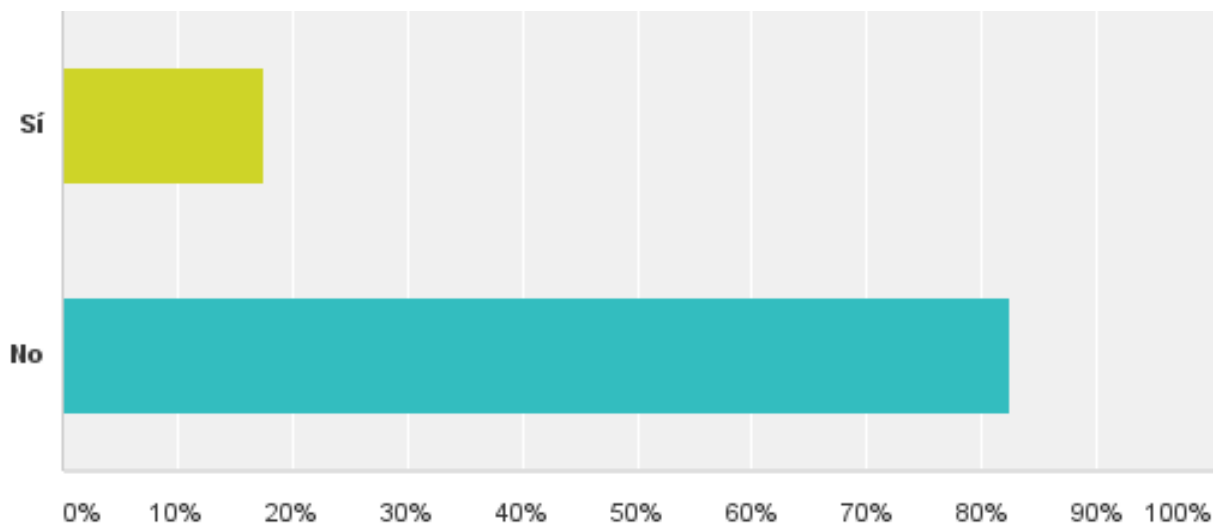


Figura 17. Conocimiento de Calorías y Nutrientes.

La pregunta fue diseñada para poder determinar el nivel de conocimiento sobre los productos que consumen en un restaurante. La tendencia reflejó que en dicha gráfica, actualmente la población no tiene conocimiento sobre las calorías y nutrientes que adquieren al consumir sus alimentos en los diferentes establecimientos. En conclusión, el 82.54% de la muestra indica que no hay la adecuada información nutricional por parte de la industria alimenticia, lo cual genera que la población no tenga la certeza que los alimentos que consumen sean los adecuados para el funcionamiento de su organismo del cuerpo.

Q6: ¿Cuáles son las razones o intereses en relación al consumo de productos saludables?
ACEPTAR MÁS DE UNA OPCIÓN.

En el diagrama de Ishikawa en la categoría de “Medición” se mencionó la causa “Salud (sobrepeso y obesidad, enfermedades)” e igual se mencionó la causa de “Rendimiento y composición corporal” que tienen efecto en los “Malos Hábitos Alimenticios”. Se consideró dicha pregunta para poder responder la variable definida “Motivaciones y Barreras - Salud, Apariencia Física y Estilos Alimenticios” y además ayudó a analizar lo anterior y definir de las 4 P’s, Producto.

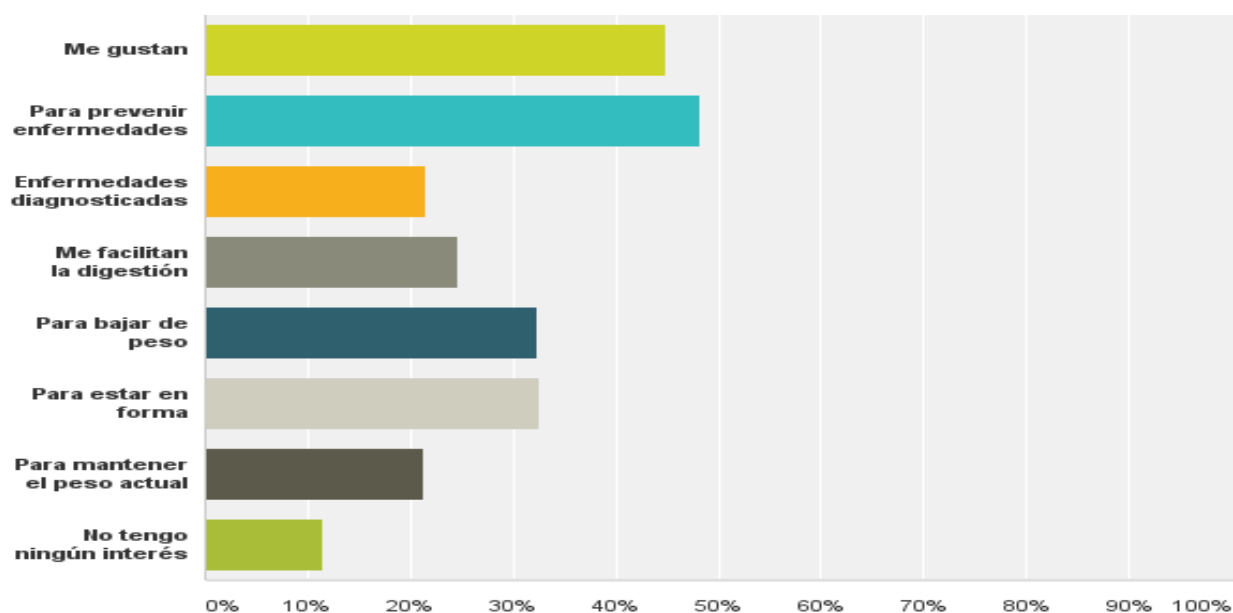


Figura 18. Razones de Consumo de Productos Saludable.

La pregunta fue adaptada con el objetivo de determinar cuáles son elementos que motivan al mercado meta a ingerir alimentos saludables. La tendencia mostró que primeramente una de las razones que predomina es para prevenir enfermedades, representando un total de 48.13%, en segundo lugar se encontró porque les gusta comer saludable (44.89%) y finalmente los relacionados al peso (para estar en forma, 32.67% y bajar de peso, 32.42%). En conclusión ésta grafica indicó que la población tiene un alto interés por consumir alimentos saludables y nutritivos con el objetivo de prevenir enfermedades y así disfrutar una mejor calidad de vida en los siguientes años.

Q7: ¿Cuáles son las limitantes de seleccionar un menú saludable? ACEPTAR MÁS DE UNA OPCIÓN.

En el diagrama de Ishikawa en la categoría de “Medio Ambiente” se mencionó la causa “Alza de establecimientos de comida rápida”, e igual en la categoría de “Materiales” se mencionó las causas “Sobreabundancia de oferta de productos y alimentos procesados, Ingredientes fáciles de utilizar para cocinar (concentrados) y Productos a bajo costo (enlatados, congelados)” que tienen efecto en los “Malos Hábitos Alimenticios”. Se consideró dicha pregunta para poder responder la variable definida “Motivaciones y Barreras - Salud, Apariencia Física y Estilos Alimenticios”. Además, ayudó a analizar lo anterior y definir de las 4 P’s, Producto.

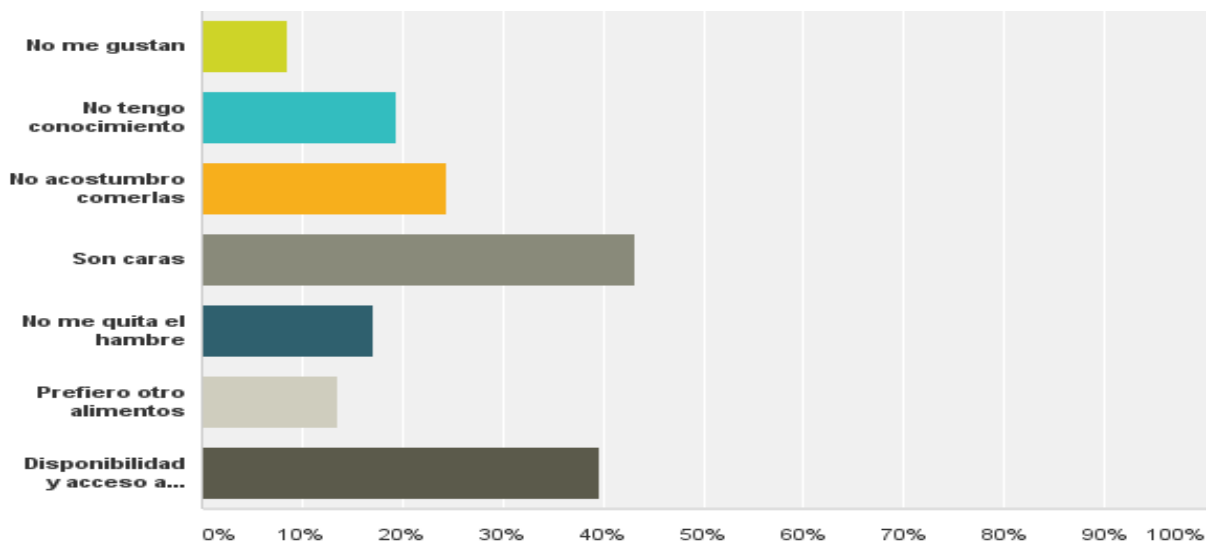


Figura 19. Limitantes de Menú Saludable.

Esta interrogante fue diseñada para conocer más sobre los patrones alimenticios que poseen actualmente la población. Las barreras que tiene la población al momento de ingerir alimentos en el cual la tendencia afirma que el 43.14% consideran que son caras y otro porcentaje muy significativo muestra que el 39.65% no tiene una disponibilidad y acceso a comida saludable. En conclusión, el mercado considera que son de costo elevado y que no hay alternativas que fomenten y promuevan la comida saludable.

Q8: ¿De qué forma elige usted y selecciona sus productos alimenticios, independientemente de que ésta sea adecuada o no?

En el diagrama de Ishikawa en la categoría de “Medio Ambiente” se mencionó la causa “Atractivo diseño de publicidad” que tiene efecto en los “Malos Hábitos Alimenticios”. Se consideró dicha pregunta para poder responder la variable definida “Disponibilidad y Acceso de Información - Publicidad” y además ayudó a analizar lo anterior y definir de las 4 P’s, Producto.

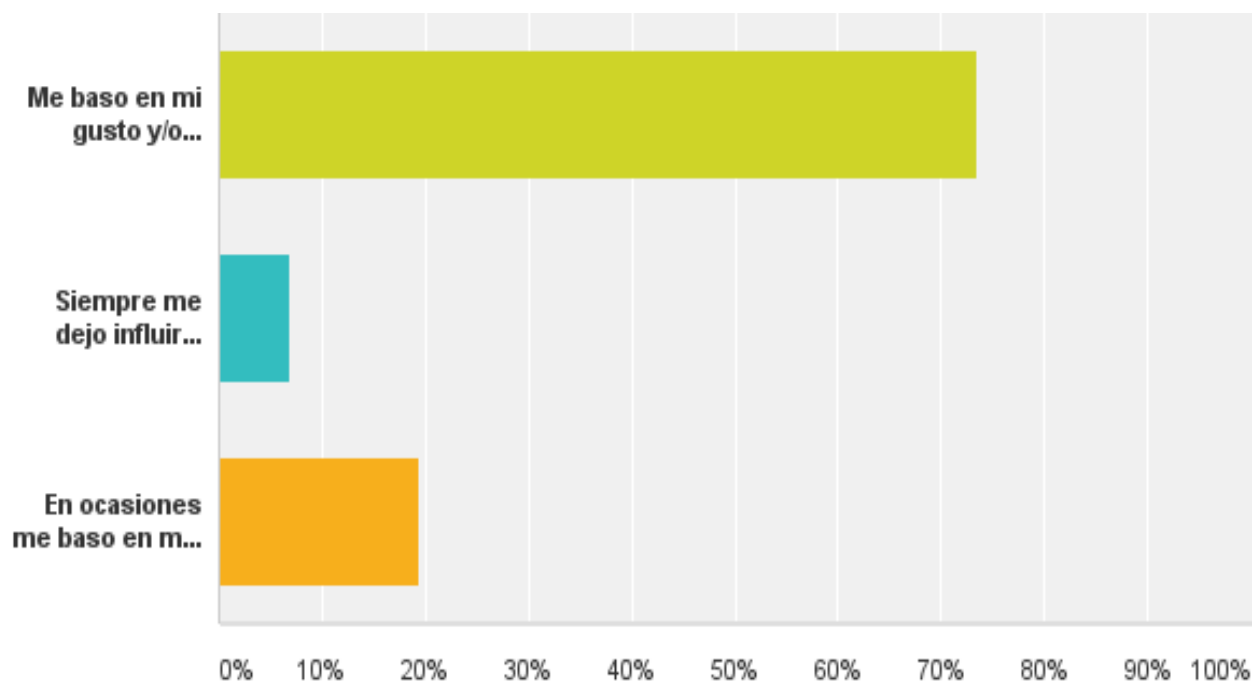


Figura 20. Forma Elección de Productos Alimenticios.

La pregunta se diseñó para definir el poder de decisión sobre el producto en donde se definió cual es el criterio que utilizan para seleccionar sus alimentos. Los resultados reflejaron que la tendencia es que la elección de alimentos son seleccionados de acuerdo a su propio gusto y/o criterio en un 73.57%, sin embargo en otras ocasiones se basan en su criterio y en otras ocasiones se dejan influir por la publicidad 19.45%. En conclusión, la población se basa en su propio gusto y/o criterio al momento de decisión sobre la elección de alimentos.

Q9: ¿Cómo elige sus preferencias alimentarias?

En el diagrama de Ishikawa en la categoría de “Métodos” se mencionó la causa “Preferencias alimenticias (altos en carbohidratos)”, e igual en la categoría “Medio Ambiente” se mencionó la causa “Atracción de visualización de comidas no saludables”, que tienen efecto en los “Malos Hábitos Alimenticios”. Se consideró dicha pregunta para poder responder la variable definida “Disponibilidad y Acceso de Información – Preferencias Alimenticias” y además ayudó a analizar lo anterior y definir de las 4 P’s, Producto.

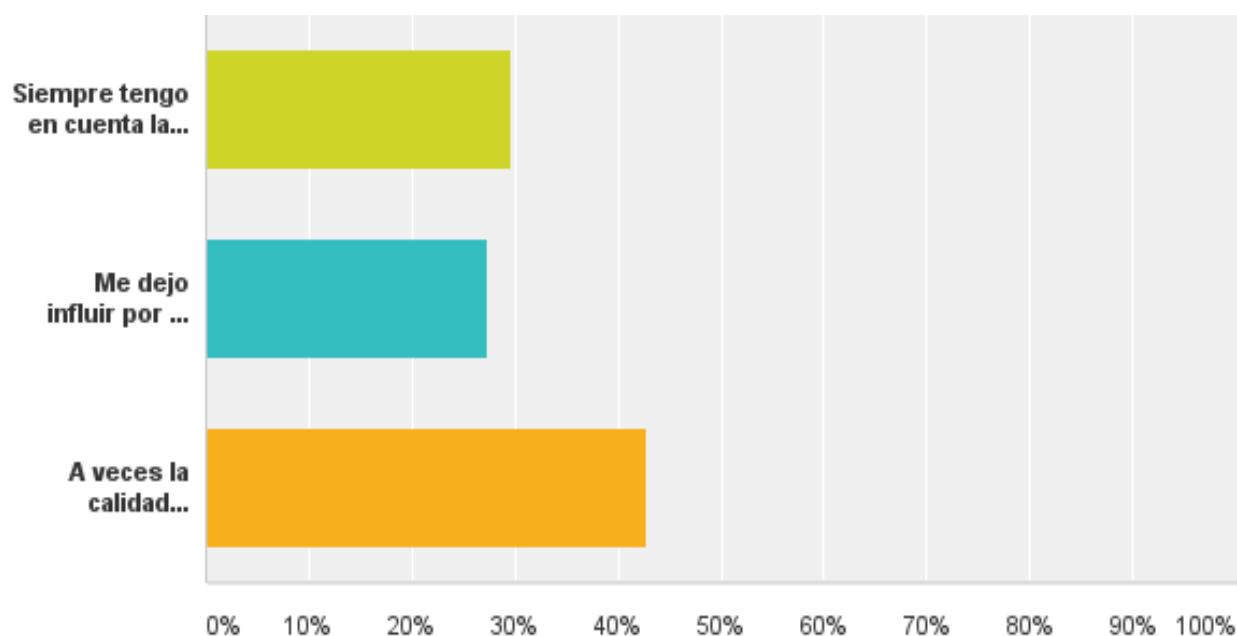


Figura 21. Preferencias Alimentarias

La pregunta se diseñó para determinar cuáles son los criterios al momento de seleccionar los productos a ingerir. El estudio mostró que la tendencia es a seleccionar a veces por la calidad nutritiva y a veces el atractivo del producto alcanzando un 42.89% de los encuestados. En conclusión, la población es sensible a diversos factores visuales y al conocimiento nutritivo al momento de tomar decisiones sobre la ingesta de alimentos, lo cual modifica el correcto patrón alimenticio.

Q10: ¿De qué forma adquiere conocimiento sobre los buenos hábitos alimenticios y la adecuada ingesta de alimentos saludables? ACEPTAR MÁS DE UNA OPCIÓN.

En el diagrama de Ishikawa en la categoría de “Medio Ambiente” se mencionó la causa “Atractivo diseño de publicidad” que tiene efecto en los “Malos Hábitos Alimenticios”. Se consideró dicha pregunta para poder responder la variable definida “Industria Alimenticia – Difusión y Promoción” y además ayudó a analizar lo anterior y definir de las 4 P’s, Promoción.

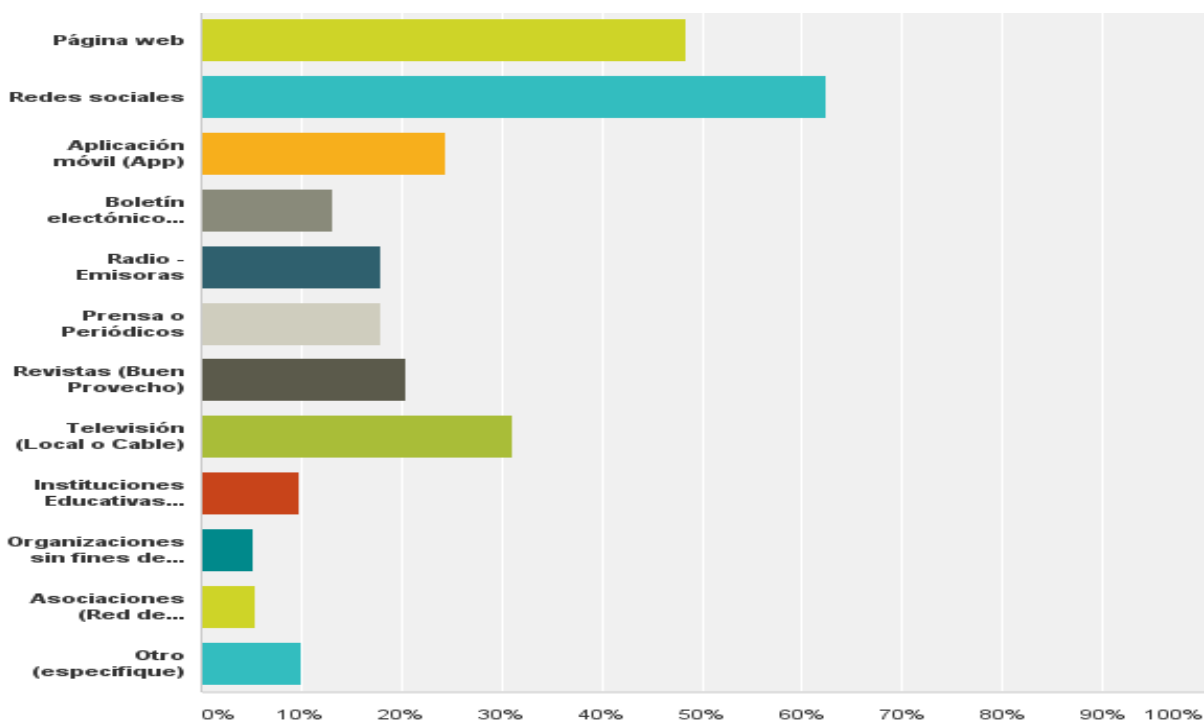


Figura 22. Forma Adquisición de Conocimiento.

El objetivo de esta pregunta fue para determinar los canales y medios por los que la población actualmente adquiere conocimientos sobre la información nutricional. La tendencia según el estudio señaló que utilizan las redes sociales ocupando el 62.34% de los encuestados y el uso de páginas webs son utilizados por 48.38% de la muestra. En conclusión, la población está familiarizada con el uso de medios electrónicos como herramientas de adquisición de conocimiento sobre los hábitos alimenticios.

Q11: ¿Por qué medio le gustaría adquirir conocimiento sobre los buenos hábitos alimenticios y la adecuada ingesta de alimentos saludables? ACEPTAR MÁS DE UNA OPCIÓN.

En el diagrama de Ishikawa en la categoría de “Medio Ambiente” se mencionó la causa “Atractivo diseño de publicidad” que tiene efecto en los “Malos Hábitos Alimenticios”. Se consideró dicha pregunta para poder responder la variable definida “Industria Alimenticia - Fomento” y además ayudó a analizar lo anterior y definir de las 4 P’s, Promoción.

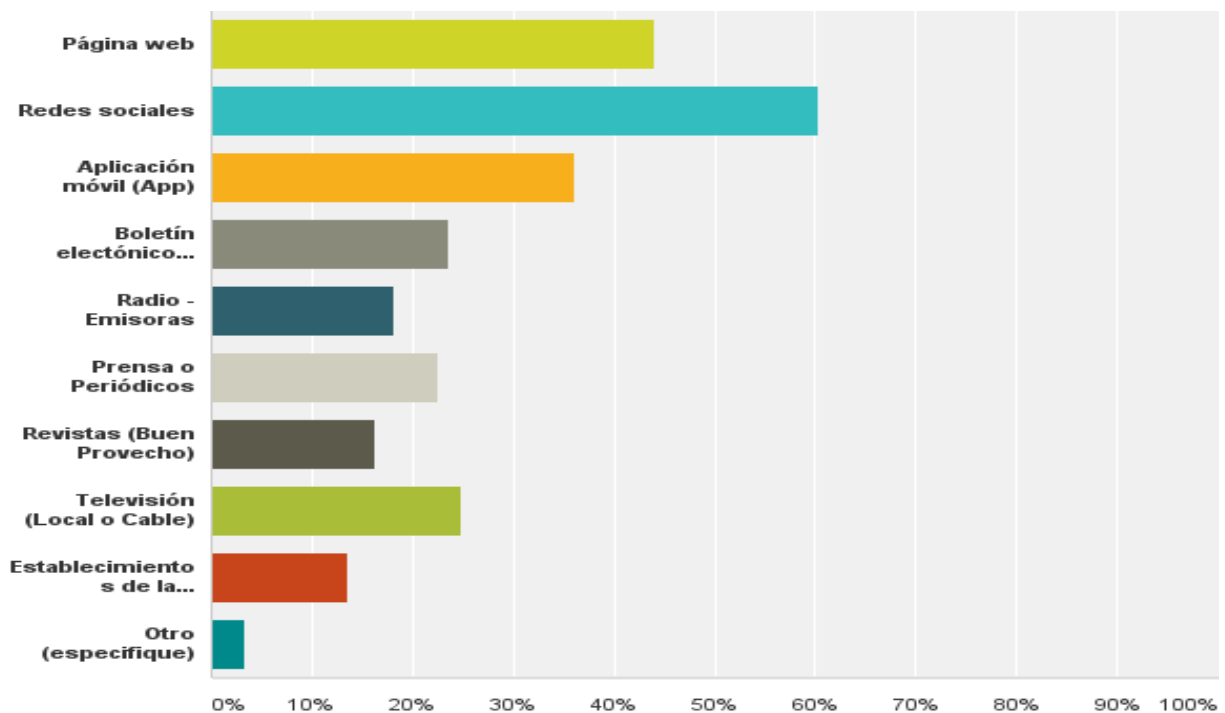


Figura 23. Adquisición de Conocimiento.

El objetivo de ésta pregunta fue para determinar los canales y medios por los que la población desea adquirir conocimientos sobre la información nutricional. La tendencia según el estudio reflejó que el uso de redes sociales está conformado por el 60.35%, los sitios webs como medios informativos se encuentra en 44.14%. En conclusión, la población confía en contenidos electrónicos, sin embargo cabe mencionar que dentro de las desventajas, muchas de estas fuentes no tienen una suficiente validación científica.

Datos demográficos: Las siguientes preguntas se utilizaron para el control de la encuesta.

Q12: Edad - Del total de las personas encuestadas un 56.18% fueron entre las edades de 26 a 35 años, mientras que un 17.42% entre las edades de 36 a 45 años. El mercado meta fue compuesto entre adultos de 26 años en adelante, en el que ayudó a conocer el interés de dicho mercado sobre los hábitos alimenticios para mejorar su calidad de vida.

Q13: Genero - Dentro los resultados obtenidos de la muestra, el sector femenino hubieron 52.44% y del sector masculino 47.56%. El consumo de alimentos saludables es un tema en donde no hay distinción de género, tanto los hombres como las mujeres quieren ser partícipes de una alternativa que logre mantener su organismo saludable.

Q14: Ingreso familiar mensual - De las encuestas aplicadas se consultó el ingreso familiar mensual obteniendo que el 43.14% poseen un ingreso familiar L. 20,000.00 a L. 30,000.00, y un ingreso de L. 30,001.00 a L. 50,000.00 representa un 34.56%. Se concluyó que el rango de ingreso familiar predominante fue el bajo, lo cual demuestra que tienen recursos limitados pero que están interesados y dispuestos a invertir en nuevas alternativas de comida saludable.

4.2 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

Entrevista Licenciada Dina Rojas (ver CD, Audio # 1)

Dina Rojas es licenciada en Nutrición, actualmente se desempeña como catedrática de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), además, ocupa el cargo de jefatura académica de nutrición de la facultad de ciencias para la salud de la universidad. Dentro de los hallazgos encontrados en la entrevista con el experto se pudo confirmar que en nuestro país hay un incremento significativo de sobrepeso y obesidad en todos los niveles económicos y sin distinción de edad, esta problemática es generada inicialmente debido a los malos hábitos alimenticios. Ella explicaba que la ingesta inadecuada de alimentos es conformada por los pocos o muchos alimentos dañinos para el cuerpo, es decir que el cuerpo necesita una cantidad de nutrientes y calorías equilibradas y necesarias para que el cuerpo y sus órganos trabajen adecuadamente.

En definitiva los errores más comunes que se registran en la población hondureña son el sedentarismo, además que están acostumbrados a ingerir alimentos altos en carbohidratos y a consumir los alimentos en porciones y raciones inadecuadas que modifican los patrones alimenticios y la conducta alimenticia.

En conclusión en el país, el gobierno hace muy poco para fomentar y concientizar a la población hondureña la importancia de los buenos hábitos alimenticios, lo cual crea falta de información o desconocimiento de la información sobre la adecuada nutrición y es por esta razón que se requiere de una alternativa comercial que además de fomentar los buenos hábitos alimenticios permita hacer un gran aporte a la sociedad..... Salvar vidas.

Entrevista Dra. Lenir Coltro de Sosa (ver CD, Audio # 2)

Lenir Coltro de Sosa es Doctora en Medicina y Cirugía con especialidad en Nutrición Clínica, actualmente es presidente del Colegio de Nutricionista de Honduras y se desempeña como catedrática de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras. Ella se ha desempeñado por más de dos décadas como una de las expertas reconocidas en el campo de la nutrición.

La Dra. Coltro afirmó que el primer paso que se debe realizar para mejorar la salud de la personas consiste en educar a la gente para que tenga una dieta balanceada (cantidades adecuadas) y obtengan un buen peso logrando, así que la química sanguínea se mantenga dentro de los parámetros normales. En la actualidad, entre la población se desarrolla un desorden en las comidas generando alteración de peso y todas la patología asociadas a la mala alimentación. La preocupación ha radicado en años anteriores sobre el tema de la desnutrición, sin embargo en el presente el principal problema es la obesidad, por ejemplo se observan niños con enfermedades de adultos. En Honduras actualmente un 35.6% de la población se encuentra con sobrepeso y 23% ya se categorizan en obesidad.

Por medio de una dieta balanceada el organismo necesita carbohidratos (harinas, pastas y granos) que no deben exceder a un 60%, sí se sobrepasa este límite se incrementan los triglicéridos y el páncreas trabaja más de lo necesario por lo tanto se puede desarrollar diabetes. La poca ingesta de proteínas generan anemia, por el contrario sí se come mucho se eleva el ácido úrico, se

experimenta una sobrecarga del hígado y riñones. Sí se consume mucha grasa de origen animal, las macropartículas se adhieren a las arterias y con el paso del tiempo se convierte en arterosclerosis y la obstrucción de las arterias coronarias que son las que producen infartos. El plato de comida siempre debe estar constituido por carbohidratos incluyendo frutas, una porción de origen vegetal y una porción de origen animal. Todos los componentes son importantes para el correcto funcionamiento del organismo.

En conclusión, el problema de la mala alimentación a nivel mundial, se genera por tres factores: primero la falta de alimentos, segundo escases de recursos financieros para obtener los alimentos y tercero la deficiencia de educación nutricional. La educación es la mejor consejera y eso debe empezar en hogar, se debe comprometer las instancias correspondientes del gobierno, en las instituciones educativas, y por todos los medios de comunicación para reducir los índices de personas afectadas por la mala alimentación.

4.3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Fomentar el buen hábito alimenticio utilizando la gastronomía italiana incorporando ingredientes frescos y saludables que proporcionen al mercado meta los beneficios y la importancia del correcto uso de calorías y nutrientes.

El objetivo es que mediante un establecimiento de servicio alimenticio, la población meta pueda tener una experiencia nueva en el consumo de alimentos, con un buen sabor y al mismo tiempo fomentar e incentivar a mejorar la calidad de vida a través del conocimiento nutricional para niños, jóvenes y adultos.

El establecimiento de servicio alimenticio se constituirá por un restaurante que oferte pizzas, variedad de pastas y ensaladas que contengan la cantidad de raciones y porciones adecuadas para un tiempo de comida utilizando como referencia la ingesta diaria recomendada por los expertos en nutrición.

Inicialmente el negocio operará en la ciudad de Tegucigalpa D.C. y posteriormente con la alternativa en marcha se podrá determinar si es rentable realizar una expansión a otros departamentos del país mediante un estudio de factibilidad.

4.4 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio propuesto del restaurante creará y capturará tanto valor económico y social, incluyendo cuatro factores. A continuación se muestra la figura detallada que identifica el modelo de negocio con su respectiva explicación:



Figura 24. Modelo de Negocio

Los clientes potenciales del restaurante serán aquellas personas de clase media y clase alta, económicamente activa y que residan actualmente en el Distrito Central y sus alrededores, a los que se les brindará un servicio rápido y precios accesibles.

La propuesta de valor del establecimiento es innovador, está basado en que el cliente tiene la opción de estar presente en la preparación de sus alimentos mediante una cocina abierta al público. Con el propósito de generar confianza al cliente mostrando una cocina amplia y su producción de pastas frescas, saludables y nutritivas incitando a la interacción entre el mercado meta y el personal de la cocina. Además, los clientes tendrán la opción de personalizar sus alimentos eligiendo el tipo de pasta y los ingredientes a utilizar con las porciones adecuadas.

Se utilizará una estrategia de cadena de valor para negociar y asegurar disponibilidad y obtención de parte de los proveedores de ingredientes frescos y saludables a costos accesibles que permitan crear una relación comercial en donde se beneficie tanto el proveedor como el restaurante.

El diseño de la cadena de distribución de esta propuesta será mediante un punto de venta, restaurante, que adicional fomentará a través de la difusión y promoción sobre los buenos hábitos alimenticios, dicho tema se profundiza en la sección “Difusión y Promoción”.

4.5 PROPIEDAD INTELECTUAL

Se realizó una búsqueda marcaría para verificar que la marca “La Pasta della Fame Ristorante”, en este momento no se encuentra en uso por lo que se puede registrar la marca para la utilización y propiedad del mismo en el país.

4.6 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO

Se realizó un análisis de la propuesta del restaurante por medio de la matriz FODA, con el fin de identificar los principales riesgos críticos que podrían enfrentar al momento de desarrollar dicha propuesta. Se realizó una exploración para el análisis interno y externo para identificar los diferentes factores que podría presentarse. A continuación a detalle los ítems del FODA:

Fortalezas: El restaurante tendrá un concepto innovador, ya que pretenderá ofrecer al cliente la oportunidad de observar como se elabora sus alimentos e igual eligiendo sus ingredientes. De esa manera fomentar e incentivar al cliente de conocer sobre recetas saludables y de las porciones adecuadas de nutrientes y calorías.

Oportunidades: El sector de la comida italiana es aceptado mundialmente y en la actualidad hay tendencia del mercado meta hacia los alimentos saludables. De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, en el Distrito Central hay una alta demanda de los servicios de restaurantes y la población degusta de la gastronomía italiana.

Debilidades: Tendencia de crisis política, social e inestabilidad financiera que provoca una reducción del consumo fuera del hogar. Inseguridad financiera ya que es un restaurante nuevo en el Distrito Central y debe de competir con empresas o comercios ya establecidos de larga trayectoria. El enfoque de la promoción será distinto a lo habitual, ya que se enfocará sobre el conocimiento de los buenos hábitos alimenticios.

Amenazas: Actualmente en el Distrito Central se cuenta con una variedad de restaurantes de comida italiana. Ingreso de nuevos competidores, de cualquier tipo de cocina que cada día se inaugura en el mercado. Crecimiento de establecimientos de comida rápida ofertando productos económicos y accesibles.

De acuerdo al análisis FODA entre los factores de riesgo se puede mencionar que el mercado meta es exigente al seleccionar sus productos, con precios económicos y una diferenciación en el entorno. El sector de los restaurantes es muy amplio, que va desde puestos sencillos de comida, cafeterías, comidas rápidas, a restaurantes de lujo, etc. Sin embargo, un 82.54% de los encuestados en la actualidad no tienen conocimiento de las calorías y nutrientes que consumen en dichos establecimientos. Se tiene pensado mitigar dichos riesgos por medio de la diferenciación de capturar al cliente potencial a través de medios de comunicación virtuales como herramientas de difusión y promoción de los platos saludables con ingredientes nutritivos ofrecidos debido a que hay un alto interés por parte del público encuestado por alimentos apetitosos y saludables con la motivación de prevenir enfermedades.

4.7 ESTUDIO DE MERCADO

4.7.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA

En la década de los años setenta se inició el auge de las pastas en Tegucigalpa con el restaurante “Titos” y restaurante “Roma”. En 1986 nace el restaurante “Pizza House” en el rubro de la gastronomía italiana, seguidamente con el paso de los años ésta industria se vuelve más atractiva dando como consecuencia el ingreso de franquicias extranjeras. En el año 1988 se establece la cadena de restaurantes “Pizza Hut” donde en la actualidad cuentan con 16 establecimientos en todo el Distrito Central. El año 1998 se inauguró el restaurante “La Albahaca” como otra alternativa de oferta de comida italiana, posteriormente en el año 2011 nace “Claudios Italian Bistro”.

El rubro de la gastronomía italiana con el paso del tiempo ha crecido dando como resultado la creación de los siguientes restaurantes: “Il Padrino, Torre de Pizza, Angelos, Mamma Mia, Deriva Enoteca, Pasta Nostra, Tre-Frattelli, Lo Maximo, La Dulce Vita, La Trattoria, Mangiare

Pizzeria, Tiramisu, La Ghiottiana, Ludos Pizza, Pazzi Pizza, Chipotle Azul”, entre otros. En la actualidad hay una oferta de 21 restaurantes diferentes funcionando en el Distrito Central ofreciendo alternativas de productos italianos, la población económica activa está conformada por 1,041,436 de habitantes. Según los resultados del estudio indicó que las preferencias de la comida italiana alcanzó un 59.60%, lo cual demuestra que este mercado es potencial para su crecimiento debido a la demanda y aceptación por parte de los consumidores.

Tabla 11. Principales Competidores en el Distrito Central

Competencia				Menú Principal	
Establecimiento	Sucursales	Año de Fundación	Años de Operación	Pizza	Ensaladas, Pastas y Otros
Pizza Hut	16	1988	28	80%	20%
Pizza House	4	1986	30	70%	30%
La Albahaca	3	1998	18	35%	65%
Titos Pizza	1	1960	56	90%	10%
Claudio´s Pízza	1	2011	5	70%	30%

La competencia indirecta que enfrenta el negocio se encuentra en aquellos restaurantes de comida variada cuyo menú principal son las carnes u otros platillos, sin embargo tienen incluido las pastas dentro de su oferta, por ejemplo “Pricesmart” (dos sucursales), “Friday´s” (tres sucursales), “Ruby Tuesday” (un establecimiento) etc. Los restaurantes que funcionan en el interior de los hoteles (“Marriot, Intercontinental, Clarión”, etc.) son tomados en consideración debido a que se dirigen a la clase media y alta. La diferenciación del restaurante que se propone es orientado a fomentar el buen hábito alimenticio utilizando la gastronomía italiana incorporando ingredientes frescos y saludables que proporcionen al mercado meta los beneficios y la importancia del correcto uso de calorías y nutrientes a través de la atención directa al cliente, redes sociales y pagina web.

En caso que la competencia directa imite el modelo de negocio propuesto, resultaría beneficioso ya que contribuiría al logro del objetivo general de este estudio. Sin embargo para la competencia indirecta no sería factible debido a que son franquicias alimenticias que tienen sus procesos estandarizados y se deben de regir por una normativa ya establecida.

4.7.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Las encuestas reflejaron que la población del Distrito Central tiene aceptación por la gastronomía italiana, al vivir tiempos económicamente difíciles en el país los clientes están demandando bajos precios, sin embargo les gustaría consumir alimentos frescos y saludables con el fin de prevenir enfermedades.

1. ¿Cómo y por qué comprarían este producto o servicio? El producto lo adquirirán en un restaurante en donde a través de la elaboración de pizzas, pastas y ensaladas, la población tendrá la opción de ingerir alimentos frescos y saludables tomando en consideración los aspectos nutricionales y calóricos que son recomendados para una buena calidad de vida manteniendo el organismo en las mejores condiciones.

2. ¿Cuál es la necesidad o necesidades proyectadas que la propuesta cubrirá? Cubrirá las necesidades de alimentación saludable de las personas que desean cuidar su cuerpo ante las enfermedades crónicas no transmisibles y para aquellos que se preocupan de su apariencia física. Se espera que a través de la estrategia de difusión y promoción definida por el establecimiento se fomente los beneficios de los buenos hábitos alimenticios creando conocimiento en los consumidores sobre la ingesta adecuada de productos frescos y saludables, logrando así a largo plazo modificar los patrones alimenticios y a la vez contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los consumidores.

3. ¿Qué tan grande es la oportunidad? La Organización Mundial de la Salud ha hecho estudios en el país en donde indican que la prevalencia de enfermedades crónicas no transmisibles, el sobrepeso y obesidad se han incrementado con el paso de los años debido en parte a los malos hábitos alimenticios que actualmente posee la población. Se desarrolló una investigación cuantitativa en donde se obtuvo resultados que el 82.54% de los encuestados no tiene conocimiento sobre la información nutricional que ingieren. Adicionalmente, el estudio reveló que la población elige sus alimentos de acuerdo a su propio gusto o criterio, representando 73.57% de la muestra.

4.7.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIA DE MERCADO

Para la estimación de la tendencia de mercado fue necesario investigar los determinantes más importantes para calcular la demanda. De acuerdo a la investigación realizada los gustos y preferencias por la gastronomía italiana representó un 59.60%. El porcentaje de participación se definió con un 0.40%, debido al análisis mencionado anteriormente sobre la competencia e industria reveló que existen competidores grandes (posicionamiento en el mercado meta), numerosos (cantidad de establecimientos) e igual ofertando una cartera de productos similares al mercado meta. Se determinó la demanda aproximadamente de 2,483 personas del Distrito Central que se detalla en la Tabla 12 y sus proyecciones se basó con un incremento de 2.36% correspondiente a la tasa de natalidad de la población hondureña que se detalla en la Tabla 13.

Tabla 12. Determinación de la Demanda

1. Tamaño potencial de mercado	1,041,436
2. Preferencia de la comida italiana	59.60%
3. Porcentaje de participación (ver Anexo # 5)	0.40%
= Demanda del restaurante (personas)	2,483*
*Este dato es obtenido por el cálculo de la multiplicación de las filas 1, 2 y 3.	

Tabla 13. Proyecciones de la Demanda

Año	1	2	3	4	5
2.36%	2,483	2,541	2,601	2,663	2,726

4.7.4 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS

El servicio es el factor más importante ya que hay una variedad existente en nuestro mercado. El precio es otro factor que se debió considerar porque hay una competencia directa e indirecta, el plan a seguir es la Estrategia de Valor Elevado: precio intermedio, calidad - más alta. El propósito de ésta estrategia es capturar un nivel significativo del mercado; definir precio intermedio a los productos para maximizar ganancias en el mercado meta. Los cambios a los precios a futuro será afectados por la tasa de inflación ya que afecta a los diferentes costos, incrementos del salario base, cambios en las tasas financieras, impuestos, etc.

Producto y Precio: Los alimentos a ofertar en el establecimiento son pizzas, pastas y ensaladas utilizando ingredientes frescos y saludables con las porciones adecuadas de nutrientes y calorías. El restaurante producirá una variedad de pastas y brindará bebidas carbonatadas, bebidas alcohólicas, vinos y cafés elaborados con materia prima de calidad utilizando ingredientes locales con el objetivo de potenciar los productos agroalimentarios de producción hondureña. Cabe destacar, el cliente podrá elegir algunos ingredientes a su preferencia y conocerá la información nutricional de cada plato. De acuerdo a la investigación cuantitativa, el precio por cada plato de comida que está dispuesto el cliente a pagar deberá ser en un promedio de L.150.00 por plato. El logotipo, lema y nombre del restaurante están inspirado en el idioma y de los ingredientes de la gastronomía italiana con el objetivo de posicionar la marca, captar la atención y curiosidad de los clientes meta.



Figura 25. Logotipo y Lema

Plaza: El restaurante deberá ubicarse en una zona accesible de Tegucigalpa, en un centro comercial, que haya alta fluidez de personas y vehículos, oficinas a su alrededor, colonias y residenciales de categoría R1 y R2 (catastro de la Alcaldía Municipal), y que brinden servicios de seguridad. Al momento de seleccionar el local es de importancia que el sitio denote ambiente fresco, cálido, elegante y tenga la capacidad de alojar un mínimo de 100 personas. En lo que compete a la distribución de los espacios del restaurante será de la siguiente manera:

1. **Cocina abierta:** Con la finalidad de permitir a los clientes que observen como se preparan los alimentos.

2. **Pequeña manufactura de pastas:** El restaurante producirá la variedad de pastas e igual el cliente podrá visualizar la producción de dichas pastas.
3. **Zona de espera y mesas del restaurante:** Es de mucha importancia que los clientes se sientan en un ambiente agradable y acogedor incorporando muebles color rojo que permiten mantener la atención del consumidor.
4. **Decoración:** Una característica del restaurante muy único y exclusivo es que tendrá jardines interiores comestibles, donde se colocarán diversas maceteras pequeñas, en cada mesa con hierbas como albahaca, orégano, menta, tomillo, etc., con el fin de que el cliente pueda consumirla de la planta a su plato.

Difusión y Promoción: La promoción es complementaria a la difusión, y se puede implementar después o en simultáneamente. Dirigiendo esfuerzos para ofrecer información de forma directa y personalizada para el mercado meta. La difusión y promoción está orientada a que se familiaricen y apropien conceptos y patrones alimenticios. Una vez que se lleva a cabo la difusión se espera que los clientes tengan claros conocimientos sobre los beneficios de los hábitos alimenticios, identificando la importancia de los alimentos frescos y saludables con las porciones y raciones adecuadas con ello mejorando así sus preferencias alimenticias.

La difusión y promoción serán diseñadas para fomentar y reflexionar sobre la importancia de los hábitos alimenticios, se utilizarán el sitio web y redes sociales más populares. Lo cual estará ayudando a lograr que la población pueda conocer realmente cuales son las propiedades de los alimentos que ingieren. La difusión y promoción se debe de realizar de forma continua y amplia donde los clientes del restaurante son los consumidores que requerirán información nutricional. La difusión y promoción se debe de desarrollar por etapas con la finalidad de llevar a cabo los objetivos del establecimiento tomando en consideración los productos y servicios ofrecidos, recomendaciones por los expertos y preferencias de los consumidores. A continuación se describe las etapas del proceso de difusión y promoción:

Etapas 1 - Elaboración del plan de difusión y promoción: En esta etapa se plantean y construyen las mejores opciones para transmitir la información a los clientes. El estudio cuantitativo afirmó que el 60.35% de los encuestados les gustaría adquirir conocimiento sobre los buenos hábitos alimenticios y la adecuada ingesta de alimentos saludables mediante el uso de redes sociales

y un 44.14% adquiriría información por sitios webs. El objetivo de utilizar el internet como medio de comunicación permite llegar directamente y de forma rápida a los clientes actuales y potenciales tomando en consideración que la población actualmente utiliza diferentes dispositivos móviles que permiten estar conectados durante la mayor parte del día logrando hacer efectiva la recepción de la información.

La inducción interna sobre nutrición dentro del negocio será clave para el desarrollo del fomento de los buenos hábitos alimenticios. Como parte de esta inducción se capacitará a todo el equipo de trabajo para planificar acciones y asignar recursos para el desarrollo con los clientes. La inducción externa se hará a través de las páginas webs y redes sociales, en el que se beneficiarán los clientes que conozcan el restaurante. Para cumplir con el objetivo de proporcionar información sobre los hábitos alimenticios debe de contar con una comunicación clara y conocida por todos los integrantes del equipo de trabajo, utilizando las tecnologías adecuadas y solicitadas por la población investigada.

Etapa 2 - Ejecución del plan de difusión y promoción: En esta etapa es en donde la información recopilada se transforma en la creación del sitio web y redes sociales para la comunicación externa. En el sitio web (ver Figura # 26) se detalla información acerca del restaurante, ubicación, menú, contacto, información nutricional y reserva electrónica. La sección de “Nutrición” contiene los beneficios y cantidades calóricas de cada ingrediente que se utiliza en la elaboración de los diversos platillos con el objetivo que el consumidor adquiera conocimientos sobre los alimentos que está ingiriendo en el restaurante. Adicionalmente, el sitio web está diseñado para direccionar los clientes a las distintas redes sociales del establecimiento (Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, Snapchat) en donde se comparte información nutricional, beneficios, preguntas y sugerencias de los clientes, promociones, eventos y toda aquella información que permita interacción con el mercado meta.

Por medio del menú (ver Figura # 27) los clientes podrán seleccionar el platillo de su elección con la opción de elegir algunos ingredientes garantizando que el consumidor ingiera la cantidad de porciones y raciones recomendadas por los expertos en el área de nutrición. El menú contiene el valor nutricional en cada uno de sus platos, los cuales son calculados en base a la cantidad calórica recomendada por cada tiempo de comida. Adicionalmente, hay una sección en donde se presenta

un código QR (un enlace al sitio web) que al ser escaneado por dispositivos móviles direcciona al sitio web del restaurante.

Todos los colaboradores (empleados) deberán asumir un papel activo, difundiendo y promoviendo los objetivos dentro del negocio, siendo esto fundamental para las acciones de promoción. E igual es importante considerar el acceso constante a la información, asegurando que siempre se disponga de información permanente, actualizada y fidedigna para garantizar la correcta ejecución del plan de difusión.

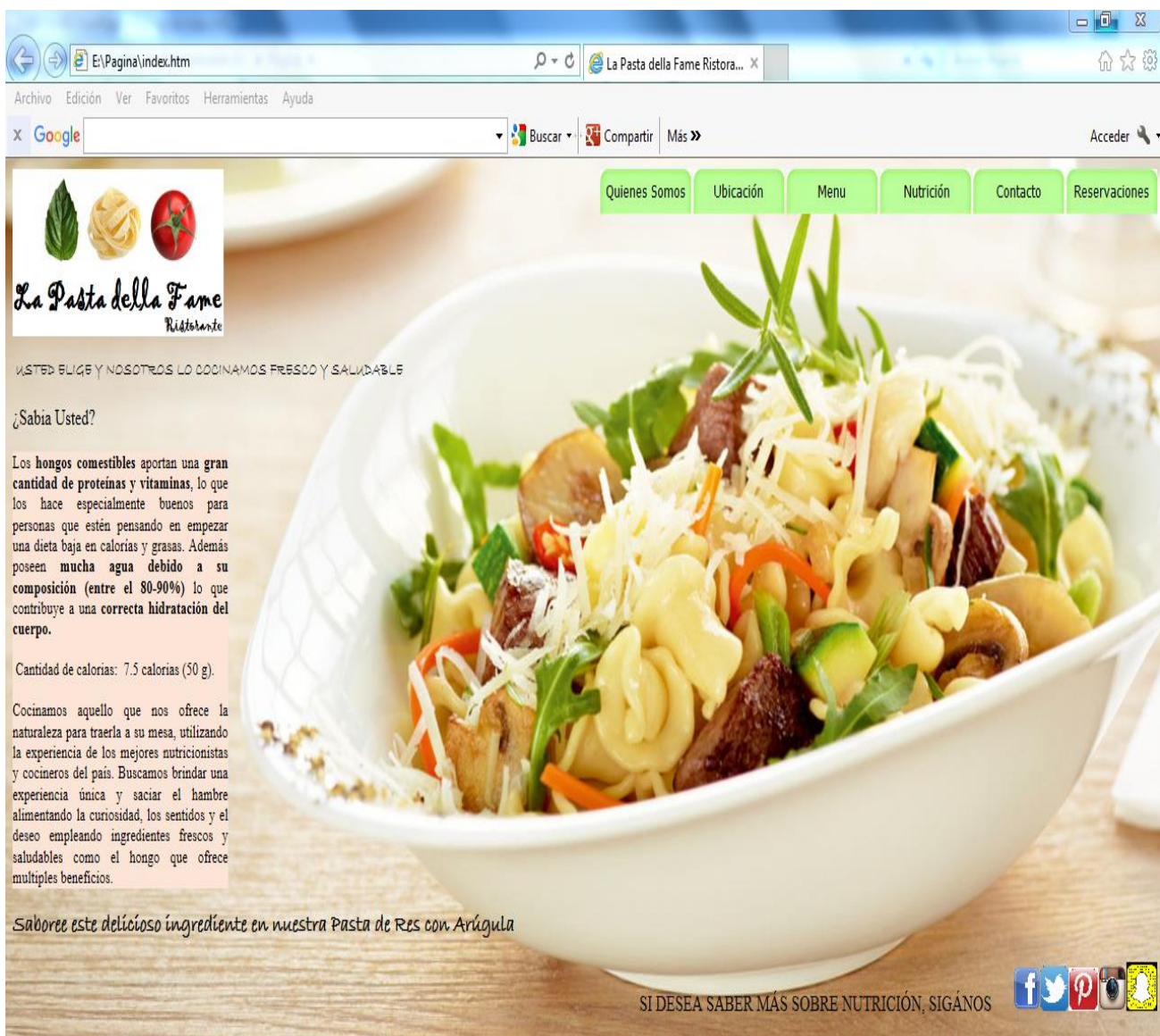


Figura 26. Página Web



La Pasta della Fame
Ristorante

PASTA



¡Lo fresco sabe mejor! Es así como preparamos nuestros platos. Todas nuestras pastas son producidas en nuestra pequeña manufactura. En nuestro menú siempre recomendamos el tipo de pasta en cada plato. Sin embargo, aquí usted podrá elegir la pasta que prefiera y los ingredientes y nosotros lo cocinamos fresco y saludable.

DELLA CASA

Pasta de Res con Arúgula CON CAMPANELLE L. 180.00
VALOR NUTRICIONAL 425 CALORÍAS

Tierno filete de res con hongos y vegetales frescos,
 Elección 1: Eneldo, Culantro, Perejil o Apio.
 Elección 2: Zucchini, Patate o Berenjena.
 Elección 3: Queso Mozzarella o Parmesano.

...

Figura 27. Ejemplo del Menú

Etapas 3 - Seguimiento y evaluación del plan de difusión y promoción: En ésta etapa se evaluará sí el plan de difusión y promoción se desarrolló de la mejor manera, por medio de indicadores en un período de tiempo mensual, por ejemplo incremento de ventas, visitas al sitio web, redes sociales permanecen activas constantemente. Sí el plan de difusión y promoción funciona correctamente solamente se debe de actualizar los contenidos y continuar, caso contrario se debe de investigar cual es el problema en esta estrategia y elaborar un nuevo plan de acción.

Para cumplir con la difusión y promoción se proyecta el presupuesto con sus respectivos años en la siguiente tabla:

Tabla 14. Presupuesto de Difusión y Promoción

Año	1	2	3	4	5
	L. 421,683.20	L. 428,628.88	L. 435,873.72	L. 443,430.83	L. 451,313.96

4.8 ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

4.8.1 DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO

De acuerdo a lo descrito en la sección Plaza de la Estrategia de Mercado y Ventas se propone arrendar un espacio físico en el Centro Comercial La Galería, ubicado en la Residencial Lomas del Guijarro. Dicha localización es estratégica en donde los alrededores o colonias aledañas están compuestas por el estrato medio a alto, en el cual se integran los clientes potenciales. El local seleccionado es L – 301, se encuentra en el tercer piso, contando con una vista panorámica, tiene un área de 189.80 m² (ver Figura # 28). Este local permite la capacidad de implementar la cocina y la pequeña manufactura de pastas, e igual la capacidad de un mínimo de 100 clientes (ver Figura # 29).

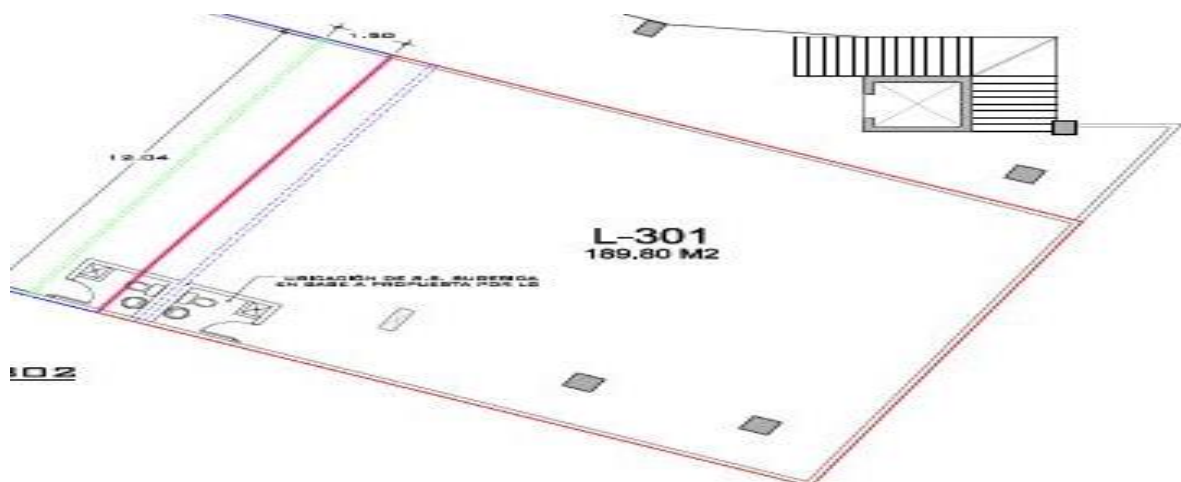


Figura 28. Plano del Local L-301

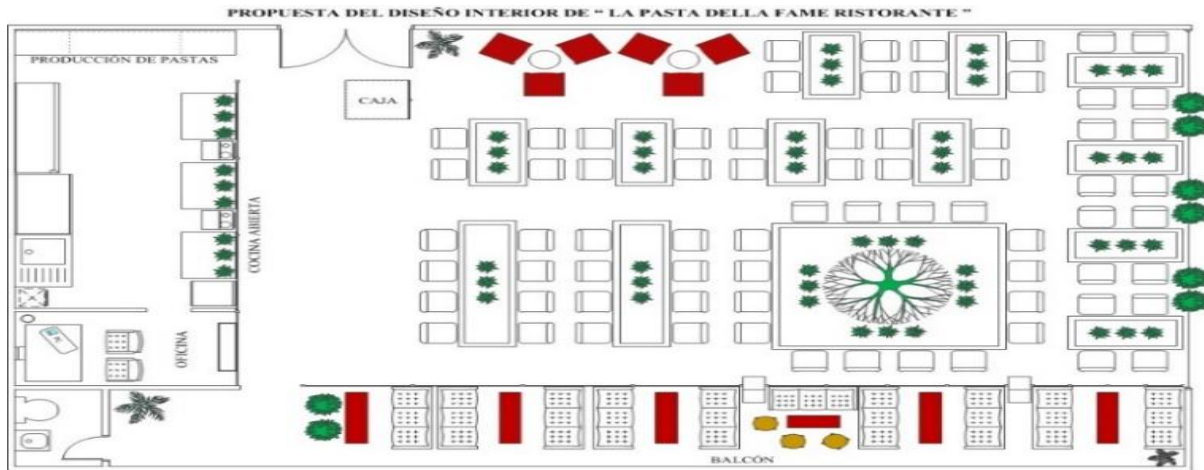


Figura 29. Diseño Interior del Restaurante

4.8.2 INSTALACIONES Y PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN

Se presenta en la Figura # 30 el proceso administrativo y operativo del restaurante con sus áreas y tareas correspondientes. En la Figura # 31 muestra el proceso de la creación de los nuevos platos a ofertar y para asegurar las porciones adecuadas de nutrientes y calorías pasará por la aprobación de la Asesoría Nutricional.

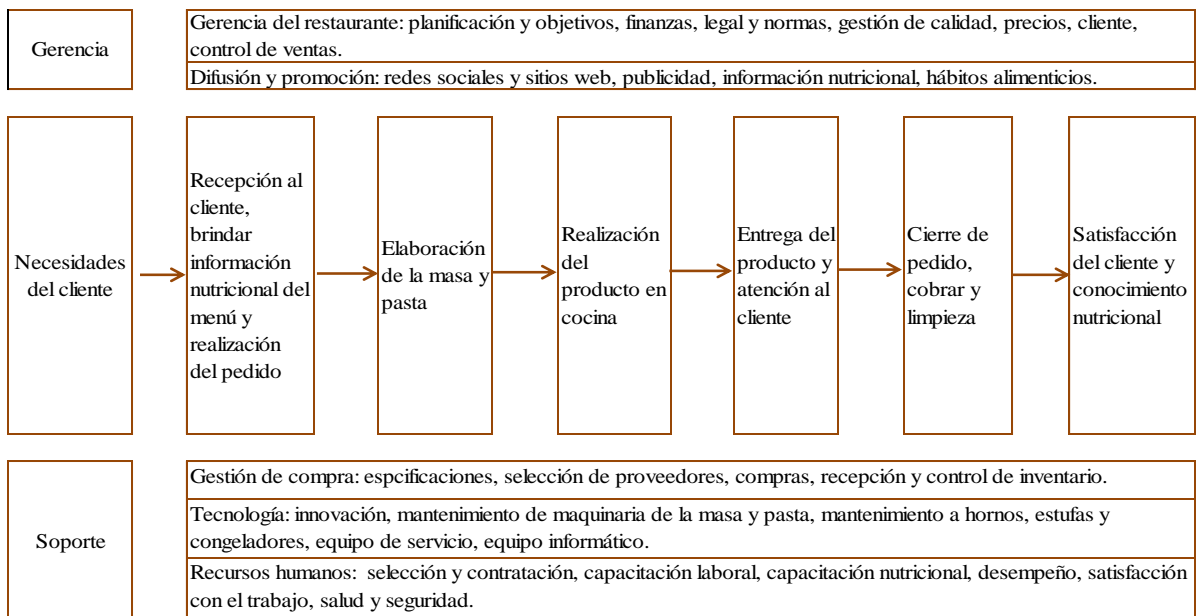


Figura 30. Proceso Administrativo y Operativo del Restaurante

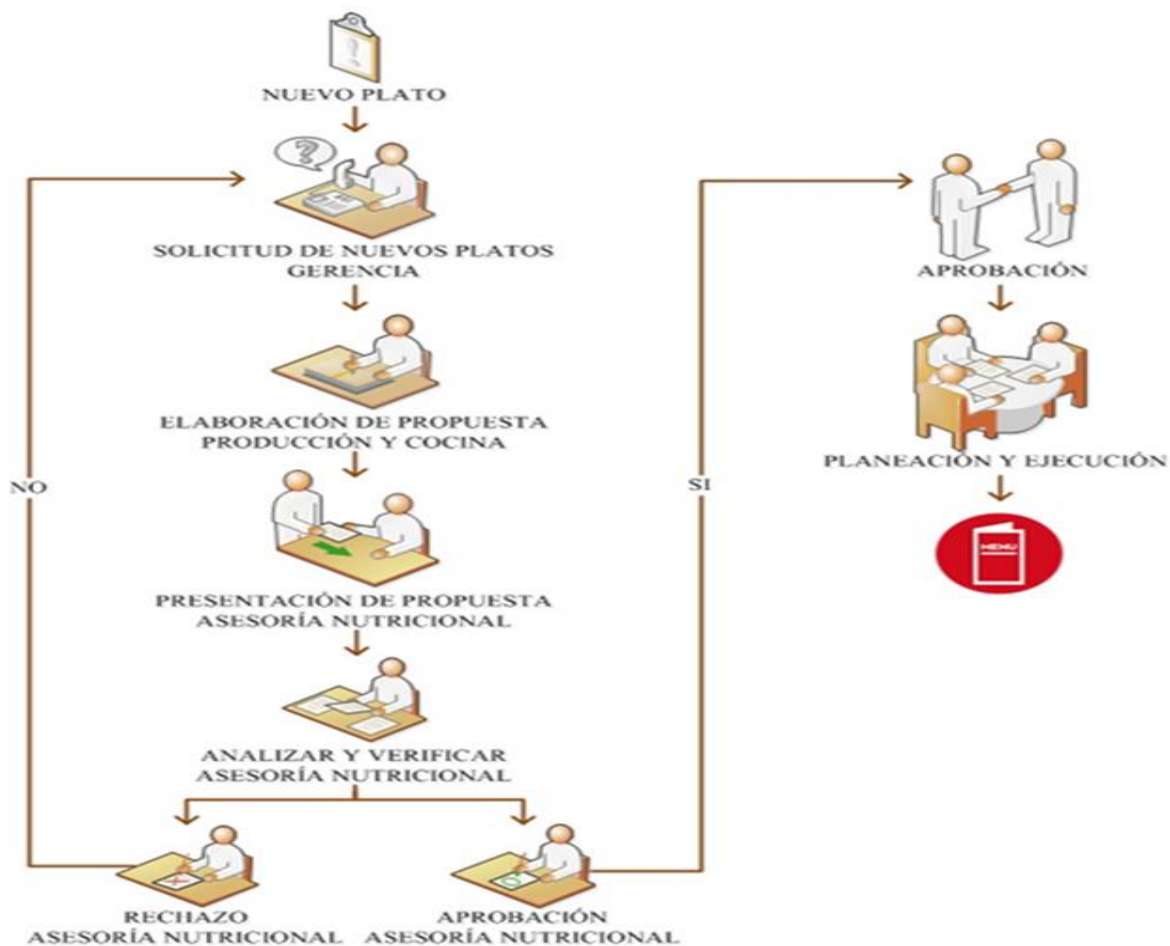


Figura 31. Proceso de la Creación de un Nuevo Plato

Además, se indagó el equipo, mobiliario, utensilios, entre otros, solicitados con sus especificaciones que se presenta en la siguiente tabla con sus respectivos valores para implementar en el restaurante:

Tabla 15. Equipo Requerido y sus Costos Asociados

Descripción	Total
Equipo de Cocina	L. 2, 225,218.00
Equipo de Oficina	L. 214, 279.04
Mobiliario de Cocina, Oficina y Restaurante	L. 769,776.81
Utensilios y Suministros de Cocina / Oficina	L. 399,280.98
Decoración y Seguridad	L. 123,040.96
Total	L. 3,731,595.79

4.8.3 PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Se producirán las pastas y masas utilizando el modelo la Cantidad Económica de Pedido, en donde la demanda es conocida, en tiempos mensuales, los costos estarán al alcance y la cantidad óptima a pedir será constante. Al tener conocimiento de la descripción del equipo necesario en la Tabla 16 se detalla la capacidad en unidades de cada una de las áreas:

Tabla 16. Capacidad de Producción del Restaurante

Área	Capacidad por máquina + RRHH	Capacidad por día	Capacidad por año
Pizza	8	192	67,200
Pasta	6	180	63,000
Ensalada	1	48	16,800

4.8.4 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL

En esta sección se especifica el personal clave para el desarrollo de esta propuesta:

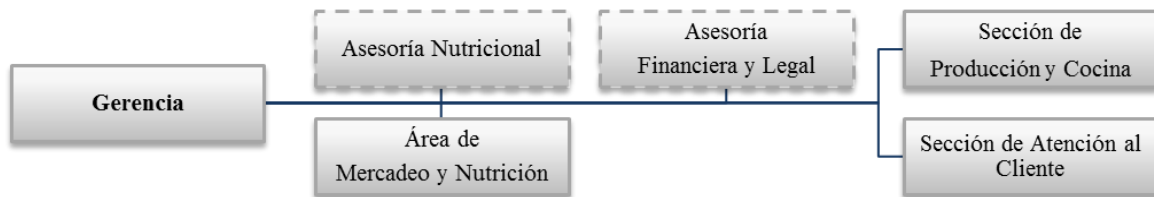


Figura 32. Organigrama Propuesto

Tabla 17. Recurso Humano Clave

Personal Clave	#	Formación Académica y Profesional	Habilidades	Responsabilidades	Costo Mensual
Gerente de Restaurante	1	Estudios superiores: con maestría en administración de empresas o carreras afines. Experiencia en puestos de jefatura, mínimo de tres años.	Proactivo, dinámico, habilidad para trabajar con grupos, trabajo bajo presión. Conocimiento de los paquetes de Microsoft Office.	Planificar objetivos, organizar la estructura, dirigir la empresa, controlar las actividades, coordinar compras de materiales, analizar los problemas financiero, administrativo personal.	L. 20,000
Oficial de Mercadeo y Nutrición	1	Estudios superiores: con maestría en administración de empresas o licenciatura de nutrición. Experiencia en puestos de jefatura, mínimo de dos años.	Proactivo, dinámico, habilidad para trabajar con grupos, trabajo bajo presión. Conocimiento de los paquetes de Microsoft Office.	Planificar objetivos de difusión y promoción, manejo de página web y redes sociales, proponer actualización de la información referente a nutrición.	L. 15,000

Personal Clave	#	Formación Académica y Profesional	Habilidades	Responsabilidades	Costo Mensual
Chef	1	Estudios superiores: 2 años de experiencia en rubro alimenticio. Conocimiento avanzado de nutrición.	Puntualidad, flexibilidad y agilidad, resistencia a largos períodos de pie, eficiencia. Dinámico y organizado.	Desarrollo, producción, manipulación, conservación de alimentos.	L.18,000
Cocinero para pasta	3	Estudios superiores: 1 años de experiencia en rubro alimenticio. Conocimiento medio de nutrición.	Puntualidad, flexibilidad y agilidad, resistencia a largos períodos de pie, eficiencia. Buenas relaciones interpersonales.	Desarrollo, producción, manipulación, conservación de alimentos.	L.30,000
Cocinero para pizza	2	Estudios superiores: 1 años de experiencia en rubro alimenticio. Conocimiento medio de nutrición.	Puntualidad, flexibilidad y agilidad, resistencia a largos períodos de pie, eficiencia. Buenas relaciones interpersonales.	Desarrollo, producción, manipulación, conservación de alimentos.	L.20,000
Cocinero para ensaladas	1	Estudios superiores: 1 años de experiencia en rubro alimenticio. Conocimiento medio de nutrición.	Puntualidad, flexibilidad y agilidad, resistencia a largos períodos de pie, eficiencia. Buenas relaciones interpersonales.	Técnicas de desarrollo, producción, manipulación, conservación de alimentos.	L.10,000
Ayudante de cocina	2	Estudios secundarios. Experiencia de 6 meses en cargos similares. Conocimiento bajo de nutrición.	Puntualidad, flexibilidad y agilidad, resistencia a largos períodos de pie, eficiencia.	1) Ayuda y atención al chef y cocineros. 2) Limpieza e higiene de la cocina.	L.17,000
Personal de limpieza	1	Estudios secundarios. Experiencia de 6 meses en cargos similares.	Puntualidad, flexibilidad y agilidad, resistencia a largos períodos de pie, eficiencia. Buenas relaciones interpersonales.	Mantener limpio todo equipo y mobiliario dentro del restaurante (mesas y sillas).	L.5,000
Mesero	5	Estudios secundarios. Experiencia de 6 meses en cargos similares. Conocimiento medio de nutrición.	Puntualidad, flexibilidad y agilidad, resistencia a largos períodos de pie, eficiencia, Buenas relaciones interpersonales.	Cumplimiento del servicio. Pedidos y recepción de los insumos.	L.37,500
Cajera	1	Estudios superiores: 1 años de experiencia en rubro alimenticio. Conocimiento medio de nutrición.	Puntualidad, flexibilidad y agilidad, resistencia a largos períodos de pie, eficiencia, Buenas relaciones interpersonales.	Cobro de todas las cuentas y cierre contable.	L.8,000
Total	18				L.180,500

4.9 ESTUDIO LEGAL

Para poder iniciar una empresa se debe de cumplir con los requisitos legales correspondientes que tienen la finalidad de formalizar la relación comercial con los socios y el estado de Honduras (ver Análisis Legal, Anexo # 6). La empresa será de dos socios y se constituirá como Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.), Inversiones COMA S. de R.L, la cual podrá operar en el rubro alimenticio mediante la marca La Pasta Della Fame Ristorante.

4.9.1 REQUISITOS LEGALES

1- Inscripción en el Registro Mercantil: Este trámite se realizará en la Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa, CCIT.

2- Solicitud Registro Tributario Nacional (RTN): Dicho trámite se debe solicitar en la Dirección Ejecutiva de Ingresos, DEI.

3- Permiso de Operación y Libros Contables: Ambos se deben de realizar en la Alcaldía Municipal del Distrito Central, AMDC.

4- Licencia Sanitaria: Esta licencia se emite en la Secretaria de Salud y la Región Metropolitana de Alimentos, SESAL.

5- Registro Nacional de Turismo (RNT): Los prestadores de servicios de restaurantes deben registrarse en el Instituto Hondureño de Turismo, IHT.

6- Marcas y Patentes: La entidad donde se registran las marcas y patentes que le compete al Instituto de la Propiedad, IP.

7- Instituto Hondureño de Seguridad Social: Entidad encargada de brindar servicios de salud, pensiones de invalidez, vejez y muerte a los trabajadores, IHSS.

8- Instituto Nacional de Formación Profesional: Institución orientada a la formación y capacitación de empleados, INFOP.

9- Régimen de Aportaciones Privadas: Entidad que brinda financiamiento habitacional a colaboradores con ayuda del patrono, RAP.

Tabla 18. Proyección de Gastos de Trámites Legales

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pago Gobierno	L. 8,208.88	L. 2,650.00	L. 2,650.00	L. 2,650.00	L. 2,650.00	L. 2,650.00
Pago honorarios Abogado	L. 10,000.00	L. 5,000.00	L. 5,000.00	L. 5,000.00	L. 5,000.00	L. 5,000.00
Registro Mercantil (inscripción)	L. 3,000.00					
Total	L. 21,208.88	L. 7,650.00	L. 7,650.00	L. 7,650.00	L. 7,650.00	L. 7,650.00

4.10 ESTUDIO FINANCIERO

4.10.1 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Se realizó el flujo de caja proyectado a cinco años, donde los ingresos son las ventas por servicios alimenticios en moneda nacional lempiras. Se cálculo en base a los datos que reflejo el estudio de mercado como ser, la demanda de la empresa, la frecuencia de consumo anual, etc. Los egresos fueron compuestos por datos obtenidos del estudio de mercado, técnico y legal, clasificándose en costos fijos y variables. Se obtuvo del flujo de caja, un promedio de saldo de efectivo de **L.6,742,301.91**, siendo un saldo positivo, lo que significó que dicha propuesta tendrá liquidez durante el periodo presupuestado.

4.10.2 BALANCE GENERAL Y ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

Se estableció el balance general y el estado de resultado a cinco años, con el fin de conocer el resultado económico y financiero de la propuesta. El balance general presentó un saldo promedio **L. 9,209,314.99**, dando un resultado global positivo. El estado de resultado expuso un promedio de utilidad neta anual de **L. 2,172,905.91**, dando así una relación positiva de los ingresos y gastos proyectados.

4.10.3 ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO

En la siguiente tabla detalla el punto de equilibrio en ventas (Unidades y Lempiras) para poder cumplir con los egresos.

Tabla 19. Punto de Equilibrio

Año	1	2	3	4	5
Demanda	1,491	1,523	1,555	1,588	1,622
Ventas	L. 11,679,116.83	L. 11,925,837.84	L. 12, 179,532.76	L. 12,440,414.14	L. 12,708,701.48

4.10.4 REQUERIMIENTOS DE CAPITAL Y ESTRATEGIA FINANCIERA

Para la realización de ésta propuesta es necesario realizar una inversión aproximada de **L.6,441,876.45** distribuyéndose así:

Tabla 20. Plan de Inversión

Inversión Fija	Inversión Diferida	Capital de Trabajo	Total
L. 3,209,273.85	L. 676,016.52	L. 2,556,586.08	L. 6,441,876.45

La inversión se financiará el 50% por capital propio y el 50% vía financiamiento. El monto del préstamo será de L. 3,220,938.22 con una tasa de interés del 16% de Banco LAFISE, la amortización del préstamo será en un periodo de cinco años con pagos mensuales de L. 78,326.96.

Tabla 21. Amortización de Préstamo Anual

Año	Pago Anual	Pago a Capital	Pago a Interés
1	L. 939, 923.52	L. 457,134.99	L. 482,788.52
2	L. 939, 923.52	L. 535,886.00	L. 404,037.52
3	L. 939, 923.52	L. 628,203.51	L. 311,720.01
4	L. 939, 923.52	L. 736,424.63	L. 203,498.89
5	L. 939, 923.52	L. 863,289.09	L. 76,634.43
Total	L. 4, 699,617.58	L. 3, 220,938.22	L. 1,478,679.36

Para realizar el estudio financiero se determinó que la demanda (2,483) permaneciera constante en todo el análisis, de igual forma se mantuvo constante la frecuencia acumulada anual (52.22) y el pago promedio por plato (L.150.00) (ver Análisis Financiero, Anexo # 7).

Se debió calcular una tasa de referencia sobre la cual basarse para realizar ésta inversión, en el que se espera que la tasa de retorno sea un valor mayor que dicha tasa, la Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR) que se utilizó fue de 25%, basándose en la tasa de inflación, tasa de depósito a plazo fijo, etc. Se formularon dos escenarios de flujo de efectivo neto, sin préstamo y con préstamo, dando los siguientes resultados:

Tabla 22. Flujo Neto de Efectivo

Escenario	VPN (25%)	TIR	Resultado
Sin Préstamo	L. 2, 310,126.62	44%	Es factible
Con Préstamo	L. 3,047,279.23	72%	Es factible

De acuerdo a la tabla anterior ambos escenarios muestran que dicha propuesta es factible. De acuerdo al análisis del periodo de recuperación de la inversión, el escenario sin préstamo es de un año, 11 meses y 23 días y el escenario con préstamo el periodo de recuperación es de un año, tres meses y 18 días. El escenario más rentable es obteniendo un apalancamiento del 50% con el sistema bancario.

4.10.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad permitió determinar las fluctuaciones que impactarían en la propuesta, de acuerdo a los Factores Críticos de Riesgo que se describieron anteriormente se determinó utilizar un método unidimensional (aumento de costos y disminución de ingresos) que permitió visualizar los cambios en el VPN y TIR.

Tabla 23. Análisis de Sensibilidad - Aumento de Costos

Sensibilidad del Egreso	VPN	TIR	Resultado
+12%	-L. 111,641.53	21%	No es factible
+10%	L. 414,845.26	35%	Es factible
0%	L. 3,047,279.23	72%	Es factible

De acuerdo a la tabla mostrada detalla que el proyecto es sensible al aumento de costos.

Tabla 24. Análisis de Sensibilidad- Disminución del Ingreso

Sensibilidad del Ingreso	VPN	TIR	Resultado
0%	L. 3,047,279.23	72%	Es factible
-5%	L. 1,281,520.59	51%	Es factible
-10%	-L. 484,238.04	5%	No es factible

De acuerdo a la tabla mostrada detalla que el proyecto es sensible a la disminución de ingresos.

PROPUESTA VISUALIZADO EN EL DIAGRAMA DE ISHIKAWA

En ésta sección se presenta la Figura # 33 en donde se detalla las categorías de “Maquinaria, Métodos, Medición, Mano de Obra, Materiales y Medio Ambiente”, que tienen efecto en la propuesta planteada “Establecimiento de servicio alimenticio basado en la gastronomía italiana que brinde la ingesta de porciones adecuadas de nutrientes y calorías”. Todas las categorías del diagrama deben funcionar correctamente para garantizar que se cumplan los objetivos por los que se rige la propuesta. La Difusión y Promoción por Medios Electrónicos influyen directamente en el éxito de los objetivos de la propuesta, logrando con ello que el mercado meta obtenga conocimiento nutricional con una iniciativa innovadora. Además, utilizando ingredientes frescos, saludables, porciones adecuadas y donde los clientes puedan ver la preparación de sus platos y poder elegir sus ingredientes es de mucha importancia del diseño del restaurante. Todo el personal requerido y capacitado en el área nutricional brindará credibilidad del restaurante hacia el mercado meta.

Finalmente para fomentar los buenos hábitos alimenticios es necesario brindar información nutricional al mercado meta y clientes potenciales. Utilizando un plan de Promoción y Difusión se garantizará que la información sea transmitida de forma clara y precisa con el objetivo que se dé a conocer los beneficios del consumo de los ingredientes frescos y saludables y las porciones adecuadas de calorías y nutrientes que permita mejorar la calidad de vida del consumidor.

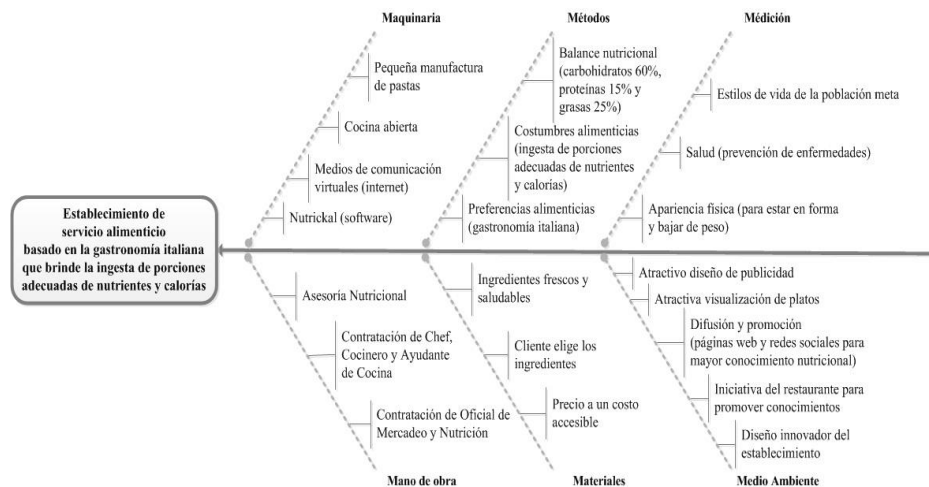


Figura 33. Diagrama de Ishikawa - Establecimiento de Servicio Alimenticio

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En esta sección se presenta las conclusiones y recomendaciones del estudio de investigación proponiendo la alternativa viable.

5.1 CONCLUSIONES

1. La disponibilidad y acceso a la información sobre los hábitos alimenticios en la población local y en la industria alimenticia es limitada, ya que el estudio cuantitativo indicó que la mayor parte de la población no tiene conocimiento sobre la cantidad de calorías y nutrientes que consumen en los diferentes establecimientos, por lo que es una característica muy importante para llevar a cabo el proyecto y cumplir el objetivo de fomentar los buenos hábitos alimenticios. Según el estudio cualitativo la población hondureña se deja influenciar por modas que al largo plazo perjudican la salud por el uso de alimentos desproporcionados y drogas.

2. El estudio cuantitativo muestra que una de las barreras para el consumo de alimentos saludables es el costo, ya que la mayor parte de los encuestados afirmó que dichos productos son de precios elevados y que parte de los encuestados no tiene disponibilidad y acceso a la comida saludable, sin embargo se encontró que un porcentaje significativo de los encuestados consumen productos saludables con el objetivo de prevenir enfermedades y tener una mejor calidad de vida. Finalmente un sector de los encuestados gusta de alimentos saludables.

3. De acuerdo al estudio cuantitativo realizado, un porcentaje considerable de los encuestados mostraron preferencia hacia los productos de la gastronomía italiana por lo que se aprovechó esta circunstancia para brindar a la población hondureña conocimiento por medio del restaurante sobre nutrición y hábitos alimenticios. Según el estudio cualitativo para mantener una dieta balanceada se requiere de las porciones y raciones adecuadas de verduras, frutas, cereales, leguminosas y alimentos de origen animal.

4. El estudio determinó que la alternativa planteada es viable y factible ya que la tasa interna de retorno es atractiva utilizando fondos propios o externos. Actualmente los dispositivos móviles se han convertido en una herramienta de obtención de información y conocimiento, el estudio indicó que la mayor parte de los encuestados utilizan las redes sociales como principal fuente de

información seguido de las páginas webs, lo cual indica una fuerte aceptación de los medios digitales por parte de la población encuestada.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Frecuentar el restaurante como medio para obtener información acerca de los buenos hábitos alimenticios apoyándose en nuevas tecnologías como código QR del menú, página web y redes sociales con el fin de ampliar los conocimientos al mercado meta. Una vez el restaurante esté en funcionamiento se deberá crear alianzas estratégicas con instituciones educativas, organizaciones sin fines de lucro (ONG) y asociaciones como la red de veganos y vegetarianos, brindar cursos de cocina en vivo y todas aquellas actividades que promuevan los hábitos alimenticios en forma positiva.

2. Que la población se informe continuamente por los medios de difusión y promoción brindados por el restaurante para que se mantengan actualizados sobre los beneficios de los buenos hábitos alimenticios como método de prevención de enfermedades. Se debe aproximar los precios del menú de acuerdo a la cantidad económica los consumidores están dispuestos a pagar por un tiempo de comida en restaurante.

3. Debido a que la población del Distrito Central acepta la gastronomía italiana es de vital importancia mantener informado y actualizado a los consumidores mediante la implementación del plan de difusión y promoción actual del restaurante, se debe de realizar una revisión de dicho plan para garantizar su correcto funcionamiento. Es necesario incluir todas aquellas actividades que el mercado meta demande en el futuro como medio de obtención de conocimiento como ser charlas, cursos de cocinas recetarios, etc. Con el objetivo de interactuar con el consumidor final de forma positiva con relación a buenos hábitos alimenticios, ingesta adecuada de calorías y porciones.

4. Que la población tome en consideración los beneficios de una correcta alimentación basada en nutrientes y calorías necesarias con el objetivo de mejorar la calidad de vida, utilizando alternativas como el establecimiento propuesto para modificar los patrones alimenticios y mediante el internet comunicarse con el mercado meta.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

En este capítulo se expone la descripción de la propuesta, en donde se ejemplifican tres diferentes escenarios: pesimista, optimista y esperado.

6.1 ESTABLECIMIENTO BASADO EN LA GASTRONOMÍA ITALIANA QUE BRINDE PORCIONES ADECUADAS DE NUTRIENTES Y CALORÍAS

DE NUTRIENTES Y CALORÍAS

6.2. INTRODUCCIÓN

6.3 DESCRIPCIÓN DE PROPUESTA

6.3.1 PLAN DE ACCIÓN

6.3.2 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

6.3.3 ESCENARIOS

6.3.3.1 ESCENARIO PESIMISTA

6.3.3.2 ESCENARIO OPTIMISTA

6.3.3.3 ESCENARIO ESPERADO

6.4 PRESUPUESTO

6.5 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

6.6 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

6.2 INTRODUCCIÓN

Actualmente en Honduras la población en general posee malos hábitos alimenticios, debido a varios factores, mencionando entre ellos productos con altos contenidos de hidratos de carbono, calorías, grasas saturadas, productos refinados, etc., sobreabundancia de productos procesados a bajo costo, crecimiento de restaurantes o cadenas de comida rápida que ofrecen una variedad de productos no saludables, entre otros, desencadenando obesidad y sobrepeso, que éstos perjudican

a largo plazo la salud, presentando daños en los órganos que realizan las funciones vitales del cuerpo (enfermedades crónicas no transmisibles).

6.3 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

6.3.1 PLAN DE ACCIÓN

Las acciones para ejecutar la propuesta mencionada en ésta tesis, las respectivas actividades se detallan en ésta sección. Se propone arrendar un espacio físico en el Centro Comercial La Galería, ubicado en la Residencial Lomas del Guijarro, Tegucigalpa D.C. El recurso humano clave para el desarrollo de la propuesta consta de asesoría nutricional, financiera y legal, área de gerencia, mercadeo / nutrición, sección de producción / cocina y sección de atención al cliente.

La empresa será de dos socios y se constituirá como Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.). Inversiones COMA S. de R.L., la cual podrá operar en el rubro alimenticio mediante la marca La Pasta de la Fame Ristorante. Para iniciar operaciones se deberá desarrollar una serie de trámites legales, los cuales son; Registro Mercantil (CCIT), Registro Tributario Nacional (DEI), Permiso de Operación y Libros Contable (AMDC), Licencia Sanitaria (SESAL), Registro Nacional de Turismo (IHT), Marcas y Patentes (IP), Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS), Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP) y Régimen de Aportación Privadas (RAP).

Mediante el restaurante la población meta podrá tener una experiencia nueva e innovadora en el consumo de alimentos, con un buen sabor y al mismo tiempo fomentar e incentivar a mejorar la calidad de vida a través del conocimiento nutricional de los productos que ingieren. El establecimiento de servicio alimenticio ofertará pizzas, variedad de pastas y ensaladas que contendrá la cantidad de raciones y porciones adecuadas para un tiempo de comida utilizando como referencia la ingesta diaria recomendada por los expertos en nutrición, apoyándose en nuevas tecnologías como código QR del menú, pagina web y redes sociales con el fin de ampliar los conocimientos al mercado meta.

Una característica del restaurante muy único y exclusivo es que tendrá jardines interiores comestibles, donde se colocarán diversas maceteras pequeñas, en cada mesa con hierbas como albahaca, orégano, menta, tomillo, etc., con el fin de que el cliente pueda consumirla de la planta a su plato.

6.3.2 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Las hipótesis hasta este punto no se pueden comprobar debido a que el establecimiento no se ha puesto en marcha, una vez las operaciones se inicien se podrán comprobar ampliamente las hipótesis planteadas en este estudio.

Mediante el uso del plan de difusión y promoción se podrá comprobar que el establecimiento cumple la función de brindar conocimiento a la población sobre las porciones adecuadas de nutrientes y calorías al momento seleccionar sus alimentos.

Cuando la población logre obtener conocimiento sobre los beneficios y las ventajas de la buena alimentación podrán cambiar hábitos alimenticios inadecuados y tener una mejor la calidad de vida en el futuro.

6.3.3 ESCENARIOS

6.3.3.1 ESCENARIO PESIMISTA

Tendencia de crisis política, social e inestabilidad financiera que provoca una reducción del consumo fuera del hogar. Inseguridad financiera ya que es un restaurante nuevo en el Distrito Central y debe de competir con empresas o comercios ya establecidos de larga trayectoria. El enfoque de la promoción será distinto a lo habitual, ya que se enfocará sobre el conocimiento de los buenos hábitos alimenticios.

Actualmente en el Distrito Central se cuenta con una variedad de restaurantes de comida italiana. Ingreso de nuevos competidores, de cualquier tipo de cocina que cada día se inaugura en el mercado. Crecimiento de establecimientos de comida rápida ofertando productos económicos y accesibles. Además con la implementación y ejecución del plan de Difusión y Promoción, detallado anteriormente, en el escenario pesimista se rechaza las hipótesis planteadas.

6.3.3.2 ESCENARIO OPTIMISTA

El sector de la comida italiana es aceptado mundialmente y en la actualidad hay tendencia del mercado meta hacia los alimentos saludables. De acuerdo a los resultados obtenidos del estudio, en el Distrito Central hay una alta demanda de los servicios de restaurantes y la población degusta de la gastronomía italiana.

Con la ejecución de la propuesta del restaurante con su respectiva implementación y ejecución del plan de Difusión y Promoción, detallado en el Estudio de Mercado, adicionalmente se podrá evaluar y aprobar las hipótesis planteadas:

1. A mayor conocimiento de la información sobre los buenos hábitos alimenticios y sus beneficios, mayor incremento de ingesta de porciones adecuadas de nutrientes y calorías.
2. A mayor difusión de los buenos hábitos alimenticios por parte de la industria alimenticia, mayor conciencia sobre los patrones alimenticios.

6.3.3.3 ESCENARIO ESPERADO

El restaurante tendrá un concepto innovador, ya que pretenderá ofrecer al cliente la oportunidad de observar como se elaborará sus alimentos e igual eligiendo los ingredientes. De esa manera fomentar e incentivar al cliente de conocer sobre recetas saludables y de las porciones adecuadas de nutrientes y calorías.

6.4 PRESUPUESTO

Para la realización de ésta propuesta es necesario realizar una inversión aproximada de **L.6,441,876.45**. En la Tabla # 20 que corresponde al Plan de Inversión se explicó la estructura del presupuesto.

6.5 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

En el Estudio Financiero se formularon dos escenarios de flujo de efectivo neto, sin préstamo y con préstamo, dando como resultado que ambos escenarios de la propuesta son rentables. De acuerdo al análisis del periodo de recuperación de la inversión es menor de dos años. El escenario más favorable es obteniendo un apalancamiento del 50% con el sistema bancario, Banco LAFISE a una tasa de interés de 16%.

6.6 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

Tarea	Plazo	Semanas															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1- Solicitud y aprobación del préstamo	2 semanas	■	■														
2- Constitución de la empresa	2 semanas			■	■												
3- Ejecución de la inversión	5 semanas					■	■	■	■	■							
4- Remodelación del local	5 semanas						■	■	■	■	■						
5- Montaje de equipo y mobiliario	3 semanas							■	■	■							
6- Reclutamiento y selección del personal	3 semanas								■	■	■						
7- Inducción y capacitación de personal	2 semanas											■	■				
8- Plan de acción de Difusión y Promoción	3 semanas													■	■	■	
9- Organización administrativa	4 semanas														■	■	■
10- Inicio de operaciones (inauguración)	1 semana																■

Figura 34. Cronograma de Ejecución

Tabla 25. Verificación de Concordancia del Documento con la Propuesta

Título	Problema	Objetivos		Conclusiones	Recomendaciones	Aplicabilidad (Propuesta)
		General	Específicos			
Establecimiento basado en la gastronomía italiana que brinde porciones adecuadas de nutrientes y calorías	¿Qué tan factible es como oportunidad de negocio desde el punto de mercado meta la oferta de una alternativa que fomente el buen hábito alimenticio y el conocimiento de la ingesta de productos saludables?	Contribuir a fomentar el buen hábito alimenticio de la población meta, mediante un establecimiento basado en la gastronomía italiana con la finalidad de incrementar y adecuar la ingesta de ingredientes frescos y saludables.	Identificar la disponibilidad y acceso a la información sobre los hábitos alimenticios en la población meta y en la industria alimenticia.	La disponibilidad y acceso a la información sobre los hábitos alimenticios en la población local y en la industria alimenticia es limitada, ya que el estudio cuantitativo indicó que el 82.54% de población no tienen conocimiento sobre la cantidad	Frecuentar el restaurante como medio para obtener información acerca de los buenos hábitos alimenticios apoyándose en nuevas tecnologías como código QR del menú, pagina web y redes sociales con el fin de ampliar los conocimientos al mercado meta.	Establecimiento de servicio alimenticio basado en la gastronomía italiana que brinde la ingesta de porciones adecuadas de nutrientes y calorías

Título	Problema	Objetivos		Conclusiones	Recomendaciones	Aplicabilidad (Propuesta)
		General	Específicos			
				de calorías y nutrientes que consumen en los diferentes establecimientos.		
			Analizar las motivaciones y barreras en relación al consumo de ingredientes frescos y saludables en la población meta.	Una de las barreras para el consumo de alimentos saludables es el costo. 48.13% de los encuestados consume productos saludables con el objetivo de prevenir enfermedades y tener una mejor calidad de vida.	Que la población se informe continuamente por los medios de difusión y promoción brindados por el restaurante para que se mantengan actualizados sobre los beneficios de los buenos hábitos alimenticios como método de prevención de enfermedades.	
			Definir la aceptación de la población meta por el arte culinario italiano como alternativa de comida saludable.	Un 59.60% de los encuestados mostraron preferencia hacia los productos de la gastronomía italiana por lo que se aprovechó esta circunstancia para brindar a la población hondureña conocimiento sobre nutrición y hábitos alimenticios.	Llevar a cabo la propuesta planteada con el objetivo de fomentar los buenos hábitos alimenticios, brindar conocimiento nutricional y proporcionar las porciones adecuadas de nutrientes y calorías por medio del restaurante.	
			Proponer la creación de un establecimiento basado en la gastronomía italiana para incrementar y adecuar la ingesta de ingredientes frescos y saludables.	La tasa interna de retorno utilizando fondos propios es de 44%, utilizando préstamo la tasa interna de retorno es de 72%, en ambos casos el proyecto es factible.	Se debe tomar en consideración que el proyecto es sensible al aumento de costos que se puede manejar hasta un incremento del 10% y que la disminución de ingreso no alcance el 5%.	

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Aguirre Cando, M. E. (2012). *Evaluación de consumo de alimentos de la población adulta de la Aldea El Jicarito, Francisco Morazán, Honduras*. Honduras: Escuela Agrícola Zamorano. Recuperado a partir de <http://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/950/1/T3246.pdf>
- ASALE. (2016). *Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario*. Recuperado 2 de marzo de 2016, a partir de <http://dle.rae.es/?id=Pw7w4I0>
- Baéz, L., & Zamora, E. (2003). *Difusión y promoción del proyecto*.
- Belmonte, S. (2008). *Genética, Nutrición y Enfermedad*. (Edimsa). España.
- Browman, B., & Rusell, R. (2003). *Introducción al metabolismo y bioenergética*. (8.ª ed.). Estados Unidos.
- Caballero, B. (2005). *A nutrition paradox--underweight and obesity in developing countries*. New England.
- Casanueva, & Rodríguez. (2008). *Vitaminas Hidrosolubles y Liposolubles*. En *Los Nutrimientos*. México: Médica Panamericana.
- Chan, M. (2010). *Informe sobre la situación Mundial de las enfermedades no transmisibles 2010*. Ginebra, Suiza: Organización Mundial de la Salud.
- Cordoba, J. (2010). *Sobrepeso y obesidad. Situación actual y perspectivas*, 8.
- De la Cruz, M. (2005). *Beneficios de las pastas*. México.
- Delgado, D. (s. f.). *Introducción al metabolismo y bioenergética*. España.
- Díaz, Y. (s. f.). *¿Qué es la salud?*
- Estilos de Vida y Promoción de la Salud. (s. f.).
- Gómez, F. (2011). *Estilos de vida saludable*. México.
- Guía Alimentaria para Honduras*. (2013). Tegucigalpa.
- Heras, M. (2011). *Corazón Salud*, 94.
- Hernández, C. (2005). *Comparación de la composición corporal, estilos de vida y consumo de alimentos de un grupo de estudiantes de nutrición y dietética*. Universidad Javeriana, Colombia.

- Hernández, R., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*.
- Hernández, S. (2010). *Metodología de la Investigación* (5.ª ed.). México: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES.
- Instituto Nacional de Estadística. (2015). Población Económicamente Activa.
- Iowa Department of Human Services. (2010). Iowa Medicaid Disease Management Program. Estados Unidos.
- Izquierdo Hernández, A. (2004). Alimentación Saludable. 1, 20(Rev. Cubana Enfermería). Recuperado a partir de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03192004000100012
- Latham, M. (2002). *NUTRICIÓN HUMANA EN EL MUNDO EN DESARROLLO*. Roma.
- Levit, N. (2011). *Preferencias y Conductas Alimentarias de los adolescentes*. Universidad Abierta Interamericana, Argentina.
- Llop, X. (2011, julio 14). La alimentación según Maslow. Recuperado a partir de <http://www.publicidadysalud.com/2011/07/la-alimentacion-segun-maslow/>
- Macionis, J. J., & Plummer, K. (2007). *Sociología* (3.ª ed.). Madrid: Person Educación.
- Martínez, C. (2010). *Utilización de pastas como alimentos funcionales*. Argentina.
- Matarese, L., & Gottschlich, M. (2004). *Nutrición Clínica Practica* (2.ª ed.). España.
- Merello, M. (2010). *MEDICIÓN DE LA VIDA ÚTIL DE PASTAS ALIMENTICIAS CON ADICIÓN DE SALSA DE CARNE, COCIDAS Y CONSERVADAS POR EL MÉTODO SOUS VIDE*. Colombia.
- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. (2014). *Estrategia de Promoción de la Salud y Prevención SNS*. España.
- Mitchell, C. (2013, junio 25). Honduras. Recuperado 21 de febrero de 2016, a partir de http://www.paho.org/saludenlasamericas/index.php?option=com_content&view=article&id=43&Itemid=50&lang=es

Mozaffarian, D., Fahimi, S., Singh, G. M., Micha, R., Khatibzadeh, S., Engell, R. E., ... Powles, J. (2014). Global Sodium Consumption and Death from Cardiovascular Causes. *New England Journal of Medicine*, 371(7), 624-634. <http://doi.org/10.1056/NEJMoa1304127>

Nieves, G., & Zigor, M. (2009). *Alimentación, Nutrición e Hidratación en el Deporte*. España.

Obesidad y sobrepeso - Instituto del Corazón de Texas (Texas Heart Institute). (2015). Recuperado 18 de febrero de 2016, a partir de http://www.texasheart.org/HIC/Topics_Esp/HSmart/obesity_sp.cfm

OMS. (2000). Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (1993). DIRECTRICES DEL CODEX SOBRE ETIQUETADO NUTRICIONAL. Recuperado 9 de marzo de 2016, a partir de <http://www.fao.org/docrep/w8612s/w8612s05.htm>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2014). Glosario de términos. Recuperado a partir de <http://www.fao.org/docrep/014/am401s/am401s07.pdf>

Organización Mundial de la Salud. (2010). Recomendaciones Mundiales Sobre Actividad Física para la Salud.

Organización Mundial de la Salud. (2015). OMS | Obesidad y sobrepeso. Recuperado a partir de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>

Organización Mundial de la Salud. (s. f.). Organización Mundial de la Salud | Preguntas más frecuentes. Recuperado 17 de marzo de 2016, a partir de <http://www.who.int/suggestions/faq/es/>

Osorio, M. A. (2009). *Metabolismo*. Argentina: El Cid Editor.

Palencia, Y. (s. f.). *Alimentación y Salud Claves para una buena Salud*. (p. 1).

Paredes, S., & Matute Torres, J. E. (2012). *Análisis del valor capital y posicionamiento de la marca Fruits en San Pedro Sula*. UNITEC, Honduras. Recuperado a partir de www.unitec.edu/innovare/?wpdmact=process&did=Ni5ob3RsaW5r

Petitot, M., Abecassis, J., & Micard, V. (2009). *Structuring of pasta components during processing: impact on starch and protein digestibility and allergenicity* (20.^a ed.). Francia: El Sevier.

Programa Nacional de Prevención de la Diabetes 1. (s. f.). Que es la grasa.

Ridner, E. (2013). La pasta en la alimentación.

Rigotti, A. (2013, enero). *Fomento de Estilos de Vida Saludable en la Población: ¿Qué Dice la Evidencia?*

Presentado en Centro de Nutrición Molecular y Enfermedades Crónicas Departamento de Nutrición, Diabetes y Metabolismo Escuela de Medicina UC, Santiago, Chile. Recuperado a partir de

http://www.paho.org/chi/images/PDFs/2.%20Fomento%20de%20estilos%20de%20vida%20saludable_Attilio%20Rogotti.pdf?ua=1

Sánchez, A. (2008). Alimentación y Nutrición.

Secretaría de Estado en el Despacho de Salud. (2005). *Plan Nacional de Salud 2021* (p. 9). Tegucigalpa.

Secretaría de Salud. (2015). Dialogo Nacional Sobre la Prevención del Sobrepeso y la Obesidad.

Serna, I. (2009). La Pirámide de la alimentación. Consejería de Sanidad del Ayuntamiento de Valencia.

UNICEF. (2012). Glosario de nutrición. Recuperado a partir de

http://www.unicef.org/lac/Nutrition_Glossary_ES.pdf

Visser, R. (2012). *Prevención de obesidad*.

Wagner, J., & Cuellas, A. (2011). *Nutrición: Fundamentos Energéticos y Metabólicos*. Universidad Nacional de Quilmes.

ANEXOS

Anexo # 1: Cálculo de la Muestra

A continuación se presentan los datos para el cálculo de la muestra:

1. Población del Distrito Central: 1,157,509 habitantes (Hombres: 544,098, Mujeres: 613,410).
2. Población en área urbana: 1,055,729 habitantes.
3. Población Económicamente activa: 1,041,436 habitantes (Hombres: 484,852, Mujeres: 556,584) (Instituto Nacional de Estadística, 2015).

$$n = \left[\frac{(Z)^2 (N) (P)(Q)}{e^2 (N-1) + (Z)^2 (P)(Q)} \right]$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (1,041,436) (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (1,041,436-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = \frac{1,000,195.13}{2,604.55} = 384.01$$

Z = 1.96 (para un 95% nivel de confianza)

p = 0.50 (probabilidad de que ocurra el hecho)

q = 0.50 (probabilidad de que no ocurra el hecho)

e = 5% (error de estimación máximo permitido)

N = 1,041,436 (población económicamente activa del Distrito Central)

Anexo # 2: Cuestionario de la Encuesta

¡Buen Día!, somos estudiantes de la Maestría Dirección Empresarial de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), estamos realizando una investigación sobre la aceptación de una propuesta y nos gustaría contar con su opinión.

1. ¿Con qué frecuencia visita y consume en un Restaurante?

- | | | | |
|------------------------------|-------|-----------------------------|-------|
| a. Una (1) vez a la semana | _____ | d. Cada mes | _____ |
| b. Dos (2) veces a la semana | _____ | e. Cada dos (2) meses o más | _____ |

c. Cada dos (2) semanas _____ f. Nunca (Pasar a datos demográficos) _____

Media = b, Mediana = b, Moda = b , Varianza = f

2. Califique la importancia de la selección de un Restaurante (Calificación de 1-5, siendo 5 el más importante):

	Menos importante				Más importante
a. Diseño del local	1	2	3	4	5
b. Ubicación	1	2	3	4	5
c. Limpieza	1	2	3	4	5
d. Seguridad	1	2	3	4	5
e. Calidad y Servicio	1	2	3	4	5
f. Precio	1	2	3	4	5
g. Menú	1	2	3	4	5

Media = c, Mediana = d, Moda = c , Varianza = a

3. ¿Cuánto paga usted aproximadamente por un tiempo de comida en un Restaurante?

- | | |
|-----------------------|-----------------------------|
| a. L. 100 – 150 _____ | d. L. 251 – 300 _____ |
| b. L. 151 - 200 _____ | e. L. 301 en adelante _____ |
| c. L. 201 - 250 _____ | |

Media = a, Mediana = b, Moda = 1 , Varianza = e

4. De acuerdo a la siguiente lista indique que tipo de comida le gusta: ACEPTAR MÁS DE UNA OPCIÓN.

- | | |
|---------------------------|-------------------------------------|
| a. Comida Hondureña _____ | d. Comida China _____ |
| b. Comida Mexicana _____ | e. Comida Japonesa / Oriental _____ |
| c. Comida Italiana _____ | f. Otros _____ |

Media = c, Mediana = c, Moda = a, Varianza = f

5. ¿Conoce usted la cantidad de calorías y nutrientes de los alimentos que consumen en los diferentes restaurantes de su elección de la pregunta 4?

a. Si _____ b. No _____

Media = b, Mediana = b, Moda = b, Varianza = 0

6. ¿Cuáles son las razones o intereses en relación al consumo de productos saludables?

ACEPTAR MÁS DE UNA OPCIÓN.

a. Me gustan _____ e. Para bajar de peso _____
b. Para prevenir enfermedades _____ f. Para estar en forma _____
c. Enfermedades diagnosticadas _____ g. Para mantener el peso actual _____
d. Me facilitan la digestión _____ h. No tengo ningún interés _____

Media = b, Mediana = a, Moda = b, Varianza = h

7. ¿Cuáles son las limitantes de seleccionar un menú saludable? ACEPTAR MÁS DE UNA OPCIÓN.

a. No me gustan _____ e. No me quita el hambre _____
b. No tengo conocimiento _____ f. Prefiero otros alimentos _____
c. No acostumbro comerlas _____ g. Disponibilidad y acceso a comida saludable _____
d. Son caras _____

Media = d, Mediana = g, Moda = d, Varianza = a

8. ¿De qué forma elige usted y selecciona sus productos alimenticios, independientemente de que ésta sea adecuada o no? RESPONDER ÚNICAMENTE UNA.

a. Me baso en mi gusto y/o criterio. _____
b. Siempre me dejo influir por los medios publicitarios. _____
c. En ocasiones me baso en mi criterio y otras me dejo influir por la publicidad. _____

Media = a, Mediana = a, Moda = a, Varianza = 0

9. ¿Cómo elige sus preferencias alimentarias? RESPONDER ÚNICAMENTE UNA.

- a. Siempre tengo en cuenta la calidad nutritiva. _____
- b. Me dejo influir por el atractivo del producto. _____
- c. A veces la calidad nutritiva y a veces el atractivo del producto. _____

Media = c, Mediana = c, Moda = c, Varianza = 0

10. ¿De qué forma adquiere conocimiento sobre los buenos hábitos alimenticios y la adecuada ingesta de alimentos saludables? ACEPTAR MÁS DE UNA OPCIÓN.

- a. Páginas web _____
- b. Redes sociales _____
- c. Aplicación móvil (App) _____
- d. Boletín electrónico (correos electrónicos) _____
- e. Radio-Emisoras _____
- f. Prensa o Periódicos _____
- g. Revistas (Buen Provecho) _____
- h. Televisión (Local o Cable) _____
- i. Instituciones Educativas (Universidades) _____
- j. Organizaciones sin fines de lucro (ONG) _____
- k. Asociaciones (Red de Vegetarianos y Veganos) _____
- l. Otros (especifique): _____

Media = b, Mediana = a, Moda = b, Varianza = j

11. ¿Por qué medio le gustaría adquirir conocimiento sobre los buenos hábitos alimenticios y la adecuada ingesta de alimentos saludables? ACEPTAR MÁS DE UNA OPCIÓN.

- a. Páginas web _____
- b. Redes sociales _____
- c. Aplicación móvil (App) _____

- d. Boletín electrónico (correos electrónicos) _____
- e. Radio-Emisoras _____
- f. Prensa o Periódicos _____
- g. Revistas (Buen Provecho) _____
- h. Televisión (Local o Cable) _____
- i. Establecimientos de la industria alimenticia _____
- j. Otros (especifique): _____

Media = b, Mediana = a, Moda = b, Varianza = j

Datos demográficos

- | 1- Edad: | 2-Genero: | 3-Ingreso familiar mensual |
|---------------------|--------------------|--------------------------------|
| a. 18-25 años _____ | a. Femenino _____ | a. L. 20,000-30,000 _____ |
| b. 26-35 años _____ | b. Masculino _____ | b. L. 30,001-50,000 _____ |
| c. 36-45 años _____ | | c. L. 50,001 en adelante _____ |
| d. 46 y más _____ | | |

Edad: Media = b, Mediana = b, Moda = b, Varianza = 0

Genero: Media = b, Mediana = a, Moda = a, Varianza = 0

Ingreso familiar mensual: Media = a, Mediana = a, Moda = a, Varianza = 0

Anexo # 3: Cuestionario de Entrevista efectuada a la Lic. Dina Rojas

1. ¿Que son buenos hábitos alimenticios?
2. ¿Cómo considera usted los hábitos alimenticios en la población en general?
3. ¿Considera que existe una relación de los malos hábitos alimenticios con la cultura y/o educación nutricional?
4. ¿Cuáles son los errores más frecuentes en la población hondureña al momento de alimentarse? (Influencia de los medios publicitarios, atractivo del plato, accesibilidad de la comida rápida, precio)

5. ¿Cuál es la mejor forma de lograr que las personas tenga buenos hábitos alimenticios?
6. ¿Qué está haciendo el gobierno o instituciones educativas para atacar el tema de los malos hábitos alimenticios?
7. ¿Qué debe contener un plato de comida para que el cuerpo adquiriera los nutrientes necesarios? (persona promedio)
8. ¿Considera usted el arte culinario italiano saludable y nutritivo?
9. ¿Cuáles son los beneficios de las pastas?
10. ¿Cómo serían las proporciones adecuadas en un plato de comida que incluya pastas?
11. ¿Qué recomendaciones daría para crear un menú saludable en un restaurante italiano?

Anexo # 4: Cuestionario de Entrevista efectuado a la Dr. Lenir Coltro de Sosa

1. ¿Que son buenos hábitos alimenticios?
2. ¿Cómo considera usted los hábitos alimenticios en la población en general?
3. ¿Considera que existe una relación de los malos hábitos alimenticios con la cultura y/o educación nutricional?
4. ¿Cuáles son los errores más frecuentes en la población hondureña al momento de alimentarse? (Influencia de los medios publicitarios, atractivo del plato, accesibilidad de la comida rápida, precio)
5. ¿Cuál es la mejor forma de lograr que las personas tenga buenos hábitos alimenticios?
6. ¿Qué está haciendo el gobierno o instituciones educativas para atacar el tema de los malos hábitos alimenticios?
7. ¿Qué daños provocan a las personas que practican malos patrones alimenticios?
8. ¿Cuáles son las enfermedades que se diagnostican frecuentemente en la población debido a los malos hábitos alimenticios?
9. ¿Considera usted el arte culinario italiano saludable y nutritivo?

Anexo # 5: Porcentaje de Participación de Mercado

	¿Qué tan grandes son tus competidores?	¿Qué tantos competidores tienes?	¿Qué tan similares son sus productos a los tuyos?	¿Cuál parece ser su porcentaje?
1	Grandes	Muchos	Similares	0-0.5%
2	Grandes	Algunos	Similares	0-0.5%
3	Grandes	Uno	Similares	0.5%-5%
4	Grandes	Muchos	Diferentes	0.5%-5%
5	Grandes	Algunos	Diferentes	0.5%-5%
6	Grandes	Uno	Diferentes	10%-15%
7	Pequeños	Muchos	Similares	5%-10%
8	Pequeños	Algunos	Similares	10%-15%
9	Pequeños	Muchos	Diferentes	10%-15%
10	Pequeños	Algunos	Diferentes	20%-30%
11	Pequeños	Uno	Similares	30%-50%
12	Pequeños	Uno	Diferentes	40%-80%
13	Sin competencia	Sin competencia	Sin competencia	80%-100%

Anexo # 6: Análisis Legal

Inscripción en el Registro Mercantil: Toda empresa que se constituya en el territorio nacional con base en el Código de Comercio debe registrar la escritura de constitución en el registro mercantil. En el caso de Francisco Morazán, ese trámite se realiza en la Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa CCIT.

Costos de Registro

Capital desde	Capital Hasta	Pagará cada año 0 y 5
L. 400,001.00	L. 700,000.00	L.1,850.00

Solicitud Registro Tributario Nacional (Dirección Ejecutiva de Ingresos): El identificador numérico de todas las empresas se denomina Registro Tributario Nacional (RTN) el cual es utilizado para que dichas empresas realicen los pagos de impuestos por concepto de tributos al estado de Honduras lo cual es de carácter obligatorio por todas aquellas personas que realicen actos de comercio, este trámite se requiere realizar antes de solicitar el permiso de operación vigente en la Alcaldía Municipal del Distrito Central.

Permiso de Operación (Alcaldía Municipal del Distrito Central): Es el documento oficial emitido por la Alcaldía Municipal del Distrito Central el cual faculta a los empresarios a realizar aperturas de negocios con el objetivo de satisfacer las necesidades de la población a través de distintos comercios. El costo del permiso de operación para cada establecimiento es variable, los aspectos que consideran son: Monto de declaración o volumen de ventas al año y la actividad económica. Se recomienda incluir una solicitud para permiso de rótulos.

Autorización de Libros Contables Oficina de Regidores de la Alcaldía Municipal): El Código de Comercio establece que todo comerciante está obligado a llevar un juego de libros contables de la empresa que consisten en un Libro de Inventarios y Balances, un Libro Diario y un Libro Mayor. El mismo Código ordena que dichos libros deber estar empastados y foliados y serán autorizados por el Alcalde Municipal del lugar donde estuviere situado el establecimiento comercial. El costo depende de la cantidad de hojas de cada libro (L. 1.50 por página) y El tiempo de resolución es de 2 a 7 días.

La Licencia Sanitaria: es la autorización para que un establecimiento pueda fabricar, importar, exportar, transportar, distribuir, manipular, almacenar, envasar, expender y dispensar productos de interés sanitario, así como brindar servicios en salud. El costo de la licencia sanitaria es el siguiente: L. 1,000.00 dos años, L. 2,000.00 por 4 años y L. 3,000.00 por 6 años.

El Registro Nacional de Turismo (RNT): es un instrumento de información estadística, programación y regulación de todos los servicios turísticos prestados en el país. Tiene como objetivo registrar los prestadores de servicios turísticos existentes y a los que inicien nuevas operaciones. El costo para una sociedad responsabilidad limitada S. de R..L. asciende a la cantidad de L. 1,000.00 anuales.

Marcas y patentes: Registro de Marcas, Patentes y Derechos de Autor: La Dirección General de Propiedad Intelectual es la responsable de la protección de todas las creaciones de la actividad intelectual, industrial, científica, literaria y artística.

Costos de Registro de Marca

Concepto	Valor
Inscripción de una marca por clase	L. 700.00
Inscripción de cada licencia de uso	L. 500.00
Renovación de cada marca	L. 350.00
Pago de tasa anual de mantenimiento de marca	L. 100.00
Por sobretasas	L. 50.00

Obligaciones Fiscales

Impuesto Sobre Ventas: Es un impuesto que se cobra en base a la cantidad que una persona paga por un artículo o servicio. La tasa general del impuesto es del 15% sobre el valor de la base imponible de las importaciones o de la venta de bienes y servicios sujetos al mismo. Adicionalmente se aplicará el 18% en el caso de Cerveza, Aguas Gaseosas y bebidas refrescantes, este impuesto se aplicará sobre el precio de venta en la etapa de distribuidor, incluyendo el valor del impuesto de producción y consumo en la etapa de importación y a nivel de producción nacional.

Instituto Hondureño de Seguridad Social: El IHSS es la institución encargada de brindar servicios de salud a los trabajadores afiliados, por lo que toda empresa que ocupe diez o más empleados, está en la obligación de afiliar la empresa y los trabajadores al Instituto Hondureño de Seguridad Social. Los costos asociados por este servicio es 10.5% sobre el salario que se divide de la siguiente manera: 7% del salario unitario de cada trabajador hasta por un monto de L. 3,600.00 es pagado por el patrono y 3.5% es deducido de los ingresos del trabajador.

Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP): es la institución encargada de formar y capacitar a los trabajadores, por lo que toda empresa que ocupe cinco (5) o más empleados, el patrono está en la obligación de aportar el uno por ciento (1%).

Régimen de Aportaciones Privadas: Toda empresa con diez o más empleados está en la obligación de inscribirse en el Régimen de Aportaciones Privadas, este requisito tiene el objeto de brindar a los trabajadores la oportunidad de obtener financiamiento habitacional. La aportación obrero patronal es de 1.5% sobre cada uno de los salarios mensuales de los trabajadores tanto para el patrono como para el trabajador hasta formar un 3%.

Reglamento Interno de Trabajo (Secretaría de Trabajo y Seguridad Social): Todo patrono está obligado a tener un reglamento interno de trabajo cuando ocupe:

1. Más de cinco trabajadores, de carácter permanente, en empresas comerciales;
2. Más de diez en empresas industriales;
3. Más de veinte en empresas agrícolas forestales y,
4. Más de diez en empresas mixtas.

Manejo de contratos: Un Contrato de Trabajo es un acuerdo entre el/la empresario(a) y el/la trabajador(a), en el cual este último(a) se obliga a prestar determinados servicios por cuenta del empresario(a) y bajo su dirección, a cambio de una retribución.

El contrato de trabajo puede formalizarse por palabra (de forma verbal) o por escrito cuando así lo establezca la Ley. Cada una de las partes podrá exigir que el contrato se celebre por escrito, en cualquier momento del transcurso de la relación laboral.

En relación al periodo de prueba, el establecimiento de éste es optativo y de común acuerdo, se deberá reflejar por escrito en el contrato pero en ningún caso podrá exceder dos (2) meses. Durante este período se podrá rescindir la relación laboral por voluntad de cualquiera de las partes, sin alegar causa alguna y sin preaviso, salvo pacto en contrario. No se podrá establecer período de prueba cuando el trabajador haya ya desempeñado las mismas funciones con anterioridad en la empresa, bajo cualquier modalidad de contratación.

Contratos laborales: se creará un formato para formalizar la relación laboral entre patrono y empleado. Se hará de forma escrita, por tiempo indefinido especificando la remuneración, cargo y en algunos casos funciones.

Anexo # 7: Análisis Financiero

Tabla 26. Cálculo de ventas anual

Frecuencia	Resultado de muestreo	Anual (50 sem)	Distribución de frecuencia acumulada de consumo anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1 vez a la semana	30.90%	50	15.45	L. 5,753,851	L. 5,889,641	L. 6,028,637	L. 6,170,913	L. 6,316,546
2 veces a la semana	32.12%	100	32.12	L. 11,962,051	L. 12,244,355	L. 12,533,322	L. 12,829,108	L. 13,131,875
Cada 2 semanas	9.49%	25	2.37	L. 883,561	L. 904,413	L. 925,757	L. 947,605	L. 969,968
Cada mes	17.76%	12	2.13	L. 793,696	L. 812,427	L. 831,601	L. 851,227	L. 871,315
Cada 2 meses o más (semestre)	7.30%	2	0.15	L. 54,3723	L. 55,656.	L. 56,970	L. 58,314	L. 59,690
Nunca	2.43%	0	0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
			52.22	L. 19,447,531	L. 19,906,493	L. 20,376,286	L. 20,857,166	L. 21,349,395

Tabla 27. Presupuesto de Difusión y Promoción

Presupuesto de Difusión y Promoción	Cantidad	Costo Total	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Instalación de internet	1	L. 3,000	L. 3,000					
Código QR	1	L. 350	L. 350					
Software	1	L. 3,680	L. 3,680					
Nutrickal	1	L. 12,190	L. 12,190					
Diseño del logotipo y menú	1	L. 10,000	L. 10,000					
Impresión del menú	750	L. 20,250	L. 20,250	L. 40,500	L. 40,500	L. 40,500	L. 40,500	L. 40,500
Diseño de la web	1	L. 20,000	L. 20,000					
Mantenimiento de la web	1	L. 5,000		L. 60,000	L. 63,000	L. 66,150	L. 69,458	L. 72,930
Publicidad por las redes sociales	30	L. 6,900	L. 20,700	L. 82,800	L. 85,930	L. 89,178	L. 92,549	L. 96,047
Rótulo luminoso	1	L. 10,000	L. 10,000					
Permiso del rótulo	1	L. 800	L. 800	L. 800	L. 800	L. 800	L. 800	L. 800
Servicio de internet	1	L. 1,799		L. 21,583	L. 22,399	L. 23,246	L. 24,124	L. 25,036
Asesoría nutricional	1	L. 10,000	L. 30,000	L. 120,000	L. 120,000	L. 120,000	L. 120,000	L. 120,000
Hardware	2	L. 1,516	L. 1,516					
Monitoreo y evaluación de D y P	1	L. 8,000		L. 96,000	L. 96,000	L. 96,000	L. 96,000	L. 96,000
			L. 132,486	L. 421,683	L. 428,629	L. 435,874	L. 443,431	L. 451,314

Tabla 28. Capacidad Anual

Tipo de Comida	Tiempo de cocina por unidad (minutos)	Capacidad por máquina y RRHH	Capacidad por hora	Capacidad por día	Capacidad por año (unidades)
Pizza	20	8	24	192	67,200
Pasta	16	6	22.5	180	63,000
Ensalada	10	1	6	48	16,800

Tabla 29. Equipo de Cocina

Equipo de Cocina			
Cantidad	Descripción	Costo por Unidad	Total
1	Horno para pizza	L. 843,307	L. 843,307
1	Mixer para pizza	L. 92,528	L. 92,528
1	Divisor de masa para pizza	L. 54,816	L. 54,816
1	Aplanador de masa y pasta	L. 409,325	L. 409,325
1	Maquina pasta fresca	L. 45,371	L. 45,371
2	Refrigeradora	L. 140,533	L. 281,066
2	Cuece pasta	L. 51,326	L. 102,651
1	Estufa, asador y plancha	L. 32,503	L. 32,503
1	Freezer	L. 101,369	L. 101,369
2	Extractor industrial	L. 5,739	L. 11,477
1	Trampa de grasa	L. 8,729	L. 8,729
3	Licuada industrial	L. 6,000	L. 18,000
2	Lavadora de platos	L. 36,971	L. 73,942
1	Lavatrastes	L. 17,885	L. 17,885
1	Máquina de café	L. 132,250	L. 132,250
			L. 2,225,218

Tabla 30. Equipo de Oficina

Equipo de Oficina			
Cantidad	Descripción	Costo por Unidad	Total
2	Hardware (Laptop)	L. 14,375	L. 28,750
5	Televisor pantalla LED	L. 17,250	L. 86,250
1	Caja registradora digital	L. 51,233	L. 51,233
2	Aire acondicionado	L. 20,689	L. 41,377
1	Impresora	L. 6,670	L. 6,670
			L. 214,279

Tabla 31. Mobiliario de Cocina, Oficina y Restaurante

Mobiliario de Cocina, Oficina y Restaurante			
Cantidad	Descripción	Costo por Unidad	Total
2	Dispensa de cocina	L. 7,475	L. 14,950
1	Escritorio gerencial	L. 5,059	L. 5,059
1	Escritorio sencillo	L. 2,000	L. 2,000
2	Sillas	L. 2,299	L. 4,598
2	Sillas para visitas	L. 2,690	L. 5,380
1	Archivo	L. 3,104	L. 3,104
1	Podium para caja	L. 2,760	L. 2,760
1	Juego de sanitario y lavamanos	L. 15,338	L. 15,338
13	Mesas rectangulares	L. 26,450	L. 343,850
130	Sillas	L. 1,323	L. 171,925
6	Sillas para espera	L. 17,193	L. 103,155
10	Sillones y mesitas	L. 9,455	L. 94,550
5	Taburetes	L. 621	L. 3,108
			L. 769,777

Tabla 32. Utensilios y Suministros de Cocina / Oficina

Utensilios y Suministros de Cocina / Oficina			
Cantidad	Descripción	Costo por Unidad	Total
10	Pizza pan	L. 79	L. 786
10	Square container	L. 408	L. 4,078
5	Tabla para picar	L. 460	L. 2,300
20	Cuchillos	L. 323	L. 6,452
5	Cortadora de pizza	L. 91	L. 455
5	Rollos	L. 347	L. 1,736
5	Mixing bowl-1	L. 791	L. 3,956
5	Mixing bowl-2	L. 183	L. 915
10	Tazas medidoras-1	L. 108	L. 1,084
10	Cucharas medidoras	L. 64	L. 643
10	Tazas medidoras-2	L. 148	L. 1,481
250	Vasos de vidrio	L. 23	L. 5,810
200	Platos de vidrio-1	L. 63	L. 12,537
200	Platos de vidrio-2	L. 252	L. 50,301
200	Platos hondos	L. 214	L. 42,801
150	Plato hondo pequeños	L. 223	L. 33,467

300	Juego de cubiertos	L. 42	L. 12,477
150	Tazas de café	L. 86	L. 12,841
10	Paletas	L. 458	L. 4,577
5	Porción scale	L. 1,273	L. 6,365
1	Pan rack	L. 5,934	L. 5,934
60	Saleros, Pimenteros, Azúcareros	L. 50	L. 2,999
2	Mesa de trabajo cocina	L. 7,369	L. 14,738
50	Ollas y sartenes	L. 1,323	L. 66,125
20	Bandejas	L. 529	L. 10,580
10	Uniformes	L. 2,875	L. 28,750
1	Software (Office)	L. 3,680	L. 3,680
36	Papelería	L. 173	L. 6,210
12	Tinta (lápiz e impresora)	L. 3,450	L. 41,400
12	Otros elementos de oficina	L. 1,150	L. 13,800
			L. 399,281

Tabla 33. Decoración y Seguridad

Decoración y Seguridad			
Cantidad	Descripción	Costo por Unidad	Total
1	Pizarra decorativo en cocina	L. 17,250	L. 17,250
5	Soporte de T.V.	L. 1,719	L. 8,596
1	Audio	L. 15,525	L. 15,525
1	Árbol	L. 5,000	L. 5,000
100	Plantas comestibles	L. 14	L. 1,400
101	Maceteras	L. 50	L. 5,050
5	Regadera	L. 45	L. 225
12	Aromatizante	L. 35	L. 420
5	Extinguidor	L. 7,935	L. 39,675
4	Cámara de video	L. 7,475	L. 29,900
			L. 123,041

Tabla 34. Panilla de Salarios Anual

Puesto	Cantidad	Sueldo	Sueldo Total	IHSS	INFOP	RAP	13 avo.	14 avo.	Total Anual
Gerente de Restaurante	1	L. 20,000	L. 20,000	L. 337	L. 200	L. 300	L. 20,000	L. 20,000	L. 290,044
Oficial de Mercadeo y Nutrición	1	L. 15,000	L. 15,000	L. 337	L. 150	L. 225	L. 15,000	L. 15,000	L. 218,544
Chef	1	L. 18,000	L. 18,000	L. 337	L. 180	L. 270	L. 18,000	L. 18,000	L. 261,444
Cocinero para pasta	3	L. 10,000	L. 30,000	L. 1,011	L. 300	L. 450	L. 30,000	L. 30,000	L. 441,131
Cocinero para la pizza	2	L. 10,000	L. 20,000	L. 674	L. 200	L. 300	L. 20,000	L. 20,000	L. 294,087
Cocinero para ensalada	1	L. 10,000	L. 10,000	L. 337	L. 100	L. 150	L. 10,000	L. 10,000	L. 147,044
Ayudante de cocina	2	L. 8,500	L. 17,000	L. 674	L. 170	L. 255	L. 17,000	L. 17,000	L. 251,187
Meseros	5	L. 7,500	L. 37,500	L. 1,685	L. 375	L. 563	L. 37,500	L. 37,500	L. 556,468
Cajera	1	L. 8,000	L. 8,000	L. 337	L. 80	L. 120	L. 8,000	L. 8,000	L. 118,444
Limpieza	1	L. 5,000	L. 5,000	L. 337	L. 50	L. 75	L. 5,000	L. 5,000	L. 75,544
Total	18		L. 180,500	L. 6,065	L. 1,805	L. 2,708	L. 180,500	L. 180,500	L. 2,653,933

Tabla 35. Proyección de Venta

Año	1	2	3	4	5
Demanda (personas)	2,483	2,483	2,483	2,483	2,483
Frecuencia acumulada anual	52	52	52	52	52
Pago promedio por plato	150	150	150	150	150
Total de Ingresos	L. 19,447,531	L. 19,447,531	L. 19,447,531	L. 19,447,531	L. 19,447,531

Tabla 36. Proyección de Gastos

Año	1	2	3	4	5
Costos Fijos:					
Planilla de salarios	L. 2,653,933	L. 2,733,551	L. 2,815,558	L. 2,900,025	L. 2,987,025
Alquiler del local	L. 1,475,942	L. 1,531,732	L. 1,589,632	L. 1,649,720	L. 1,712,079
Servicios públicos	L. 194,475	L. 198,365	L. 202,332	L. 206,379	L. 210,506
Difusión y Promoción	L. 421,683	L. 428,629	L. 435,874	L. 443,431	L. 451,314
Gastos Legales	L. 7,650	L. 7,650	L. 7,650	L. 7,650	L. 7,650
Mantenimiento	L. 30,000	L. 30,000	L. 30,000	L. 30,000	L. 30,000
Limpieza y Fumigación	L. 14,400	L. 14,400	L. 14,400	L. 14,400	L. 14,400
Total Costos Fijos	L. 4,798,084	L. 4,944,327	L. 5,095,446	L. 5,251,604	L. 5,412,975
Costos Variables:					
Materia prima de cocina	L. 4,861,883	L. 4,959,120	L. 5,058,303	L. 5,159,469	L. 5,262,658

Reposición de utensilios	L. 11,978	L. 12,218	L. 12,462	L. 12,712	L. 12,966
Mantenimiento de jardín	L. 2,419	L. 2,419	L. 2,419	L. 2,419	L. 2,419
Combustible	L. 60,000	L. 63,000	L. 66,150	L. 69,458	L. 72,930
Total Costos Variables	L. 4,936,280	L. 5,036,757	L. 5,139,334	L. 5,244,057	L. 5,350,973
Total de Egresos	L. 9,734,364	L. 9,981,085	L. 10,234,780	L. 10,495,661	L. 10,763,948

Tabla 37. Plan Global de Inversión y Necesidad de Capital

Reglón de Inversión	Total	Propia	Banco
Inversión Fija			
Equipo de Cocina	L. 2,225,218	L. 1,112,609	L. 1,112,609
Equipo de Oficina	L. 214,279	L. 107,140	L. 107,140
Mobiliario de Cocina, Oficina y Restaurante	L. 769,777	L. 384,888	L. 384,888
	L. 3,209,274	L. 1,604,637	L. 1,604,637
Inversión Diferida			
Utensilios y Suministros de Cocina / Oficina	L. 399,281	L. 199,640	L. 199,640
Decoración y Seguridad	L. 123,041	L. 61,520	L. 0
Difusión y Promoción	L. 132,486	L. 66,243	L. 0
Trámites Legales	L. 21,209	L. 10,604	L. 0
	L. 676,017	L. 338,008	L. 338,008
Capital de Trabajo			
Costos por 3 meses	L. 2,556,586	L. 1,278,293	L. 1,278,293
Total del proyecto	L. 6,441,876	L. 3,220,938	L. 3,220,938
Participación	100%	50%	50%

Tabla 38. Amortización Diferida

Artículo	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Vida útil	Amortización	5 er. Años	Valor en libros
Utensilios y Suministros de Cocina / Oficina	1	L. 399,281	L. 399,281	L. 5	L. 79,856	L. 399,281	L. 0
Decoración y Seguridad	1	L. 123,041	L. 123,041	L. 5	L. 24,608	L. 123,041	L. 0
Difusión y Promoción	1	L. 132,486	L. 132,486	L. 5	L. 26,497	L. 132,486	L. 0
Trámites Legales	1	L. 21,209	L. 21,209	L. 5	L. 4,242	L. 21,209	L. 0
Total			L. 676,017		L. 135,203	L. 676,017	L. 0.00

Mobiliario de Cocina, Oficina y Restaurante	1	L. 769,777	L. 769,777	L. 5	L. 153,955	L. 769,777	L. 0
Total			L. 769,777		L. 153,955	L. 769,777	L. 0
Equipo de Cocina	1	L. 2,225,218	L. 2,225,218	L. 8	L. 278,152	L. 1,390,761	L. 834,457
Equipo de Oficina	1	L. 214,279	L. 214,279	L. 8	L. 26,785	L. 133,924	L. 80,355
Total			L. 214,279		L. 278,152	L. 1,524,686	L. 914,811
Total Mobiliario y Equipo			L. 984,056		L. 432,108	L. 2,294,462	L. 914,811

Tabla 39. Estado de Resultados

Año	1	2	3	4	5
Ingresos:					
Ventas	L. 19,447,531	L. 19,447,531	L. 19,447,531	L. 19,447,531	L. 19,447,531
Descuentos (10%)	L. 1,944,753	L. 1,944,753	L. 1,944,753	L. 1,944,753	L. 1,944,753
Total de ingresos	L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778
Egresos:					
Total de egresos	L. 9,734,364	L. 9,981,085	L. 10,234,780	L. 10,495,661	L. 10,763,948
Utilidad bruta	L. 7,768,414	L. 7,521,693	L. 7,267,998	L. 7,007,117	L. 6,738,829
Amortización	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203
Depreciación	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108
Costo financiero	L. 482,789	L. 404,038	L. 311,720	L. 203,499	L. 76,634
Utilidad antes de impuestos	L. 6,718,315	L. 6,550,345	L. 6,388,967	L. 6,236,307	L. 6,094,884
Impuesto sobre ventas (15%)	L. 2,625,417	L. 2,625,417	L. 2,625,417	L. 2,625,417	L. 2,625,417
Impuesto sobre la renta (25%)	L. 1,679,579	L. 1,637,586	L. 1,597,242	L. 1,559,077	L. 1,523,721
Utilidad Neta	L. 2,413,319	L. 2,287,342	L. 2,166,309	L. 2,051,814	L. 1,945,746

Tabla 40. Flujo de Caja Contable

Año	0	1	2	3	4	5
Ingresos:						
Efectivo inicial	L. 0	L. 2,556,586	L. 4,512,770	L. 6,264,226	L. 7,802,331	L. 9,117,720
Ingresos por servicios	L. 0	L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778
Préstamos a L.P.	L. 3,220,938					
Recurso propio	L. 3,220,938					
Total de ingresos	L. 6,441,876	L. 20,059,364	L. 22,015,548	L. 23,767,004	L. 25,305,109	L. 26,620,498
Egresos:						
Costos fijos + Costos variables	L. 0	L. 9,734,364	L. 9,981,085	L. 10,234,780	L. 10,495,661	L. 10,763,948
Amortización	L. 0	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203
Depreciación	L. 0	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108

Total de egresos	L. 0	L. 10,301,675	L. 10,548,396	L. 10,802,091	L. 11,062,972	L. 11,331,259
Impuesto sobre ventas (15%)	L. 0	L. 2,625,417	L. 2,625,417	L. 2,625,417	L. 2,625,417	L. 2,625,417
Impuesto sobre la renta (25%)	L. 0	L. 1,679,579	L. 1,637,586	L. 1,597,242	L. 1,559,077	L. 1,523,721
Inversión						
Inversión fija	L. 3,209,274					
Inversión diferida	L. 676,017					
Capital de trabajo	L. 2,556,586					
Pago de préstamo (capital + intereses)	L. 0	L. 939,924	L. 939,924	L. 939,924	L. 939,924	L. 939,924
Total de egresos	L. 6,441,876	L. 15,546,593	L. 15,751,322	L. 15,964,673	L. 16,187,389	L. 16,420,320
Efectivo final	L. 2,556,586	L. 4,512,770	L. 6,264,226	L. 7,802,331	L. 9,117,720	L. 10,200,177

Tabla 41. Balance General

Año	0	1	2	3	4	5
Activos						
Activo circulante						
Caja y banco	L. 2,556,586.08	L. 4,512,770.35	L. 6,264,226.11	L. 7,802,331.30	L. 9,117,720.17	L. 10,200,177.43
Total de activo circulante	L. 2,556,586.08	L. 4,512,770.35	L. 6,264,226.11	L. 7,802,331.30	L. 9,117,720.17	L. 10,200,177.43
Activos fijos						
Equipo y Mobiliario	L. 3,209,273.85	L. 3,209,273.85	L. 3,209,273.85	L. 3,209,273.85	L. 3,209,273.85	L. 3,209,273.85
Depreciación acumulada		L. 432,107.61	L. 864,215.22	L. 1,296,322.83	L. 1,728,430.45	L. 2,160,538.06
Activos fijos netos	L. 3,209,273.85	L. 2,777,166.23	L. 2,345,058.62	L. 1,912,951.01	L. 1,480,843.40	L. 1,048,735.79
Activos diferidos						
Inversión diferida	L. 676,016.52	L. 676,016.52	L. 676,016.52	L. 676,016.52	L. 676,016.52	L. 676,016.52
Gastos por amortizar	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Amortización acumulada		L. 135,203.30	L. 270,406.61	L. 405,609.91	L. 540,813.22	L. 676,016.52
Total activos diferidos	L. 676,016.52	L. 540,813.22	L. 405,609.91	L. 270,406.61	L. 135,203.30	L. 0.00
Total de activos	L. 6,441,876.45	L. 7,830,749.80	L. 9,014,894.64	L. 9,985,688.92	L. 10,733,766.88	L. 11,248,913.22
Pasivos						
Pasivos circulantes						
Deuda a corto plazo (capital)	L. 457,134.99	L. 535,886.00	L. 628,203.51	L. 736,424.63	L. 863,289.09	
Total pasivos circulantes	L. 457,134.99	L. 535,886.00	L. 628,203.51	L. 736,424.63	L. 863,289.09	
Documentos a L.P	L. 2,763,803.23	L. 2,227,917.23	L. 1,599,713.72	L. 863,289.09	L. 0.00	
Total pasivos	L. 3,220,938.22	L. 2,763,803.23	L. 2,227,917.23	L. 1,599,713.72	L. 863,289.09	
Capital contable						
Capital social	L. 3,220,938.22	L. 2,653,627.31	L. 2,086,316.39	L. 1,519,005.48	L. 951,694.56	L. 384,383.65
Utilidades retenidas		L. 2,413,319.26	L. 4,700,661.02	L. 6,866,969.72	L. 8,918,783.23	L. 10,864,529.57
Total de capital contable	L. 3,220,938.22	L. 5,066,946.57	L. 6,786,977.41	L. 8,385,975.20	L. 9,870,477.79	L. 11,248,913.22

Total pasivo y capital contable	L. 6,441,876.45	L. 7,830,749.80	L. 9,014,894.64	L. 9,985,688.92	L. 10,733,766.88	L. 11,248,913.22
---------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	------------------	------------------

Tabla 42. Cálculo del VPN y TIR, Flujo Neto Efectivo - Sin Préstamo

Año	FNE
Inversión Inicial	-L. 6,441,876.45
Año 1	L. 3,342,721.57
Año 2	L. 3,157,680.81
Año 3	L. 2,967,409.62
Año 4	L. 2,771,748.59
Año 5	L. 6,041,930.55
VPN (25%)	L. 2,310,126.62
TIR	44%

Tabla 43. Flujo de Efectivo Neto-Sin Préstamo

Año	0	1	2	3	4	5
Inversiones	-L. 3,885,290					
Ingresos:						
Total de ingresos		L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778
Egresos:						
Costos fijos + Costos variables		L. 9,734,364	L. 9,981,085	L. 10,234,780	L. 10,495,661	L. 10,763,948
Depreciación		L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108
Amortización		L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203
Costos financieros		L. 0	L. 0	L. 0	L. 0	L. 0
Total de egresos		L. 10,301,675	L. 10,548,396	L. 10,802,091	L. 11,062,972	L. 11,331,259
Utilidad operativa		L. 7,201,103	L. 6,954,382	L. 6,700,687	L. 6,439,806	L. 6,171,518
Impuesto sobre ventas (15%)		L. 2,625,417	L. 2,625,417	L. 2,625,417	L. 2,625,417	L. 2,625,417
Impuesto sobre la renta (25%)		L. 1,800,276	L. 1,738,596	L. 1,675,172	L. 1,609,951	L. 1,542,880
Utilidad neta		L. 2,775,411	L. 2,590,370	L. 2,400,099	L. 2,204,438	L. 2,003,222
Depreciación		L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108
Amortización		L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203
Flujo de efectivo operativa		L. 3,342,722	L. 3,157,681	L. 2,967,410	L. 2,771,749	L. 2,570,533
Amortizaciones de capital		L. 0	L. 0	L. 0	L. 0	L. 0
Capital de trabajo neto	-L. 2,556,586					L. 2,556,586
Valor residual						L. 914,811
Flujo de efectivo total	-L. 6,441,876	L. 3,342,722	L. 3,157,681	L. 2,967,410	L. 2,771,749	L. 6,041,931

Tabla 44. Cálculo del VPN y TIR, Flujo Neto Efectivo - Con Préstamo

Año	FNE
Inversión Inicial	-L. 3,220,938.22
Año 1	L. 2,523,495.18
Año 2	L. 2,318,766.67
Año 3	L. 2,105,416.11
Año 4	L. 1,882,699.79
Año 5	L. 5,121,165.64
VPN (25%)	L. 3,047,279.23
TIR	72%

Tabla 45. Flujo Neto Efectivo - Con Préstamo

Año	0	1	2	3	4	5
Inversiones	-L. 3,885,290					
Ingresos:						
Total de ingresos		L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778
Egresos:						
Costos fijos + Costos variables		L. 9,734,364	L. 9,981,085	L. 10,234,780	L. 10,495,661	L. 10,763,948
Depreciación		L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108
Amortización		L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203
Costos financieros		L. 482,789	L. 404,038	L. 311,720	L. 203,499	L. 76,634
Total de egresos		L. 10,784,463	L. 10,952,433	L. 11,113,811	L. 11,266,471	L. 11,407,894
Utilidad operativa		L. 6,718,315	L. 6,550,345	L. 6,388,967	L. 6,236,307	L. 6,094,884
Impuesto sobre ventas (15%)		L. 2,625,417	L. 2,625,417	L. 2,625,417	L. 2,625,417	L. 2,625,417
Impuesto sobre la renta (25%)		L. 1,679,579	L. 1,637,586	L. 1,597,242	L. 1,559,077	L. 1,523,721
Utilidad neta		L. 2,413,319	L. 2,287,342	L. 2,166,309	L. 2,051,814	L. 1,945,746
Depreciación		L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108
Amortización		L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203
Flujo de efectivo operativa		L. 2,980,630	L. 2,854,653	L. 2,733,620	L. 2,619,124	L. 2,513,057
Amortizaciones de capital (pago)		L. 457,135	L. 535,886	L. 628,204	L. 736,425	L. 863,289
Capital de trabajo neto	-L. 2,556,586					L. 2,556,586
Valor residual						L. 914,811
Préstamo	L. 3,220,938					
Flujo de efectivo total	-L. 3,220,938	L. 2,523,495	L. 2,318,767	L. 2,105,416	L. 1,882,700	L. 5,121,166

Tabla 46. Cálculo del VPN y TIR, Flujo Neto Efectivo - Con Aumento de Costos 10%

Año	FNE
Inversión Inicial	-L. 3,220,938.22
Año 1	L. 2,523,495.18
Año 2	L. 1,570,185.32
Año 3	L. 570,199.16
Año 4	-L. 478,823.95
Año 5	L. 1,891,981.12
VPN (25%)	L. 414,845.26
TIR	35%

Tabla 47. Flujo Neto Efectivo - Con Aumento de Costos 10%

Año	0	1	2	3	4	5
Aumento costos anual 10%		L. 0	L. 998,108	L. 2,046,956	L. 3,148,698	L. 4,305,579
Inversiones	-L. 3,885,290					
Ingresos:						
Total de ingresos		L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778
Egresos:						
Costos fijos + Costos variables		L. 9,734,364	L. 10,979,193	L. 12,281,736	L. 13,644,359	L. 15,069,528
Depreciación		L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108
Amortización		L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203
Costos financieros		L. 482,789	L. 404,038	L. 311,720	L. 203,499	L. 76,634
Total de egresos		L. 10,784,463	L. 11,950,542	L. 13,160,767	L. 14,415,169	L. 15,713,473
Utilidad operativa		L. 6,718,315	L. 5,552,236	L. 4,342,011	L. 3,087,609	L. 1,789,305
Impuesto sobre ventas (15%)		L. 2,625,417	L. 2,625,417	L. 2,625,417	L. 2,625,417	L. 2,625,417
Impuesto sobre la renta (25%)		L. 1,679,579	L. 1,388,059	L. 1,085,503	L. 771,902	L. 447,326
Utilidad neta		L. 2,413,319	L. 1,538,760	L. 631,092	-L. 309,710	-L. 1,283,438
Depreciación		L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108	L. 432,108
Amortización		L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203	L. 135,203
Flujo de efectivo operativa		L. 2,980,630	L. 2,106,071	L. 1,198,403	L. 257,601	-L. 716,127
Amortizaciones de capital (pago)		L. 457,135	L. 535,886	L. 628,204	L. 736,425	L. 863,289
Capital de trabajo neto	-L. 2,556,586					L. 2,556,586
Valor residual						L. 914,811
Préstamo	L. 3,220,938					
Flujo de efectivo total	-L. 3,220,938	L. 2,523,495	L. 1,570,185	L. 570,199	-L. 478,824	L. 1,891,981

Tabla 48. Cálculo del VPN y TIR, Flujo Neto Efectivo - Con Aumento de Costos 12%

Año	FNE
Inversión Inicial	-L. 3,220,938.22
Año 1	L. 2,523,495.18
Año 2	L. 1,420,469.04
Año 3	L. 263,155.76
Año 4	-L. 951,128.69
Año 5	L. 1,246,144.22
VPN (25%)	-L.111,641.53
TIR	21%

Tabla 49. Flujo Neto Efectivo - Con Aumento de Costos 12%

Año	0	1	2	3	4	5
Aumento costos anual 12%		L. 0	L. 1,197,730	L. 2,456,347	L. 3,778,438	L. 5,166,695
Inversiones	-L. 3,885,290					
Ingresos:						
Total de ingresos		L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778	L. 17,502,778
Egresos:						
Costos fijos + Costos variables		9,734,364	11,178,815	12,691,127	14,274,099	15,930,644
Depreciación		432,108	432,108	432,108	432,108	432,108
Amortización		135,203	135,203	135,203	135,203	135,203
Costos financieros		482,789	404,038	311,720	203,499	76,634
Total de egresos		10,784,463	12,150,163	13,570,158	15,044,909	16,574,589
Utilidad operativa		6,718,315	5,352,614	3,932,620	2,457,869	928,189
Impuesto sobre ventas (15%)		2,625,417	2,625,417	2,625,417	2,625,417	2,625,417
Impuesto sobre la renta (25%)		1,679,579	1,338,154	983,155	614,467	232,047
Utilidad neta		2,413,319	1,389,044	324,048	-782,015	-1,929,275
Depreciación		432,108	432,108	432,108	432,108	432,108
Amortización		135,203	135,203	135,203	135,203	135,203
Flujo de efectivo operativa		2,980,630	1,956,355	891,359	-214,704	-1,361,964
Amortizaciones de capital (pago)		457,135	535,886	628,204	736,425	863,289
Capital de trabajo neto	-2,556,586					2,556,586
Valor residual						914,811
Préstamo	3,220,938					
Flujo de efectivo total	-3,220,938	2,523,495	1,420,469	263,156	-951,129	1,246,144

Tabla 50. Cálculo del VPN y TIR, Flujo Neto Efectivo - Con Disminución de Ingreso de 5%

Año	FNE
Inversión Inicial	-L. 3,220,938.22
Año 1	L. 2,523,495.18
Año 2	L. 1,793,683.34
Año 3	L. 1,055,249.44
Año 4	L. 307,449.79
Año 5	L. 3,020,832.31
VPN (25%)	L. 1,281,520.59
TIR	51%

Tabla 51. Flujo Neto Efectivo - Con Disminución de Ingreso de 5%

Año	0	1	2	3	4	5
Disminución de ingresos 5%		0	875,139	1,750,278	2,625,417	3,500,556
Inversiones	-3,885,290					
Ingresos:						
Total de ingresos		17,502,778	16,627,639	15,752,500	14,877,361	14,002,222
Egresos:						
Costos fijos + Costos variables		9,734,364	9,981,085	10,234,780	10,495,661	10,763,948
Depreciación		432,108	432,108	432,108	432,108	432,108
Amortización		135,203	135,203	135,203	135,203	135,203
Costos financieros		482,789	404,038	311,720	203,499	76,634
Total de egresos		10,784,463	10,952,433	11,113,811	11,266,471	11,407,894
Utilidad operativa		6,718,315	5,675,206	4,638,689	3,610,890	2,594,328
Impuesto sobre ventas (15%)		2,625,417	2,494,146	2,362,875	2,231,604	2,100,333
Impuesto sobre la renta (25%)		1,679,579	1,418,801	1,159,672	902,723	648,582
Utilidad neta		2,413,319	1,762,258	1,116,142	476,564	-154,587
Depreciación		432,108	432,108	432,108	432,108	432,108
Amortización		135,203	135,203	135,203	135,203	135,203
Flujo de efectivo operativa		2,980,630	2,329,569	1,683,453	1,043,874	412,724
Amortizaciones de capital (pago)		457,135	535,886	628,204	736,425	863,289
Capital de trabajo neto	-2,556,586					2,556,586
Valor residual						914,811
Préstamo	3,220,938					
Flujo de efectivo total	-3,220,938	2,523,495	1,793,683	1,055,249	307,450	3,020,832

Tabla 52. Cálculo del VPN y TIR, Flujo Neto Efectivo - Con Disminución de Ingreso de 10%

Año	FNE
Inversión Inicial	-L. 3,220,938.22
Año 1	L. 2,523,495.18
Año 2	L.1,268,600.01
Año 3	L. 5,082.78
Año 4	-L. 1,267,800.20
Año 5	L. 920,498.98
VPN (25%)	-L. 484,238.04
TIR	5%

Tabla 53. Flujo Neto Efectivo - Con Disminución de Ingreso de 10%

Año	0	1	2	3	4	5
Disminución de ingresos 10%		0	1,750,278	3,500,556	5,250,833	7,001,111
Inversiones	-3,885,290					
Ingresos:						
Total de ingresos		17,502,778	15,752,500	14,002,222	12,251,944	10,501,667
Egresos:						
Costos fijos + Costos variables		9,734,364	9,981,085	10,234,780	10,495,661	10,763,948
Depreciación		432,108	432,108	432,108	432,108	432,108
Amortización		135,203	135,203	135,203	135,203	135,203
Costos financieros		482,789	404,038	311,720	203,499	76,634
Total de egresos		10,784,463	10,952,433	11,113,811	11,266,471	11,407,894
Utilidad operativa		6,718,315	4,800,067	2,888,412	985,474	-906,227
Impuesto sobre ventas (15%)		2,625,417	2,362,875	2,100,333	1,837,792	1,575,250
Impuesto sobre la renta (25%)		1,679,579	1,200,017	722,103	246,368	-226,557
Utilidad neta		2,413,319	1,237,175	65,975	-1,098,686	-2,254,920
Depreciación		432,108	432,108	432,108	432,108	432,108
Amortización		135,203	135,203	135,203	135,203	135,203
Flujo de efectivo operativa		2,980,630	1,804,486	633,286	-531,376	-1,687,609
Amortizaciones de capital (pago)		457,135	535,886	628,204	736,425	863,289
Capital de trabajo neto	-2,556,586					2,556,586
Valor residual						914,811
Préstamo	3,220,938					
Flujo de efectivo total	-3,220,938	2,523,495	1,268,600	5,083	-1,267,800	920,499