



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

**FEEDIN' GOOD – ASESORAMIENTO NUTRICIONAL GASTRONÓMICO
APLICADO AL DEPORTE**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de:
Licenciado en Gastronomía

Profesor Guía:
Hernán Dávila Dillon

Autor:
Diego Felipe Mejía Luna

Año
2013

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Hernán Dávila Dillon
Tecnólogo en Administración de Empresas
Turísticas y Hoteleras
C.I.: 170686531-6

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Diego Felipe Mejía Luna

C.I.: 171783157-0

AGRADECIMIENTO

A la gente que contribuyó en el desarrollo de este proyecto.

DEDICATORIA

A aquellas personas que luchan y se esfuerzan
día a día para alcanzar sus metas.

RESUMEN

La alimentación es el acto voluntario de ingerir alimentos, con el propósito de proveer al cuerpo humano nutrientes esenciales, necesarios para el buen funcionamiento del organismo humano en cualquier actividad requerida.

Feedin' Good es una microempresa de catering a domicilio dedicada a satisfacer las necesidades de aquellas personas, amantes del deporte, que buscan mejorar su desempeño en sus actividades físicas, mediante una buena alimentación, la cual será diseñada y ejecutada con el fin de sustentar sus objetivos.

Pero, ¿por qué preferir Feedin' Good antes que otro asesor nutricional? La mayoría de los clientes interesados acuden donde nutricionistas especializados, deportólogos o médicos que informan a sus pacientes el modo indicado de alimentación, recetando dietas estrictas que muchas veces no representan ningún agrado para ellos. Es por eso que Feedin' Good ha combinado dos conceptos claves, el arte culinario y la nutrición, logrando así satisfacer sus necesidades alimenticias y el paladar al mismo tiempo.

El concepto de Feedin' Good recae en la labor de un chef nutricionista que logre combinar efectivamente los sabores más exquisitos con el aporte nutricional que requiera su clientela. De este modo el mercado hallará una oferta diferente que responda al deseo de comer rico y saludable.

ABSTRACT

Eating means the volunteer act of ingesting food, with the purpose of providing essential nutrients to the body, in order to achieve well human organism function, required in any physical activity.

Feedin' Good is a catering delivery company dedicated to help and support sports enthusiasts, who want to improve their physical performance in their activities by having a better alimentation, which will be designed, personalized and implemented in order to support their goals.

But, ¿Why would somebody prefer Feedin' Good before other nutrition adviser? Most of the interested customers attend to specialized nutritionists, sports physiologists, or personal trainers who usually prescribe unpleasant strict diets. This is the main reason why Feedin' Good has associated two key concepts: culinary arts and nutrition knowledge, to satisfy taste and nutritional needs at the same time.

The company concept rests in the hands of a nutritionist chef who could be able to combine affectively the most exquisite food flavors with the nutritional needs required by its clients. Thereby, market will find a new offer that could answer the desire of eating healthy and tasty.

ÍNDICE

1	CAPÍTULO I: ANTECEDENTES	1
1.1	INTRODUCCIÓN.....	1
1.2	JUSTIFICACIÓN	2
1.3	RESEÑA HISTÓRICA DE LA NUTRICIÓN HUMANA.....	3
1.4	CONCEPTO DE LA EMPRESA FEEDIN' GOOD.....	4
1.5	ASPECTO GASTRONÓMICO	5
1.6	HIPÓTESIS	6
2	CAPÍTULO II: MARKETING	8
2.1	PLAN COMERCIAL.....	8
2.1.1	Nombre de la Empresa	8
2.1.2	Visión	8
2.1.3	Misión	8
2.1.4	Objetivo General.....	9
2.1.5	Objetivos Específicos.....	9
2.1.5.1	Técnicos.....	9
2.1.5.2	Financiero	9
2.1.5.3	Marketing	10
2.1.5.4	Sociales	10
2.1.5.5	Ambientales	10
2.1.6	Ambiente de Mercadotecnia	11
2.1.6.1	Macroentorno	11
2.1.6.2	Microentorno	13
2.1.7	Segmentación de Mercado y Perfil del Consumidor	14
2.1.7.1	Datos Estadísticos	15
2.1.7.2	Tamaño de la Muestra	16
2.1.7.3	Modelo de la Encuesta.....	18
2.1.7.4	Modelo Práctico de la Encuesta.....	19
2.1.7.5	Resultados de la Encuesta	21
2.1.8	Conclusiones de Encuestas.....	23
2.1.9	Datos del Sector	25
2.2	ESTRATEGIAS COMPETITIVAS.....	26
2.2.1	Estrategia Intensiva de Penetración	27
2.2.2	Estrategia Defensiva Joint Venture.....	27
2.2.3	Diferenciación	27
2.2.4	Cadena de Valor	30
2.3	MARKETING MIX.....	31
2.3.1	Servicio Feedin' Good.....	31
2.3.2	Plaza.....	31
2.3.3	Precio.....	31
2.3.4	Promoción.....	34

2.4	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	34
2.5	OFERTA GASTRONÓMICA	36
2.5.1	Menú 1.....	36
2.5.2	Menú 2.....	40
2.5.3	Menú 3.....	44
2.5.4	Menú 4.....	48
2.5.5	Menú 5.....	52
2.5.6	Menú 6.....	56
3	CAPÍTULO III: ADMINISTRACIÓN.....	61
3.1	TALENTO HUMANO	61
3.1.1	Reclutamiento de Personal.....	61
3.1.2	Banco de Datos	61
3.1.3	La Selección como un Proceso de Decisión y de Elección	61
3.1.3.1	Identificación de las Características Personales del Candidato	61
3.1.4	Decisión y Elección.....	62
3.1.4.1	Modelo de Colocación, Selección y Clasificación de los Candidatos	62
3.1.4.2	Identificación de las Características Personales del Candidato	63
3.1.5	Estructura Organizacional.....	64
3.1.5.1	Descripción y Perfil por Puestos de Trabajo	65
3.1.6	Horario de Trabajo.....	71
3.1.7	Nómina de Empleados y Salarios.....	73
3.2	POLÍTICAS DE LA EMPRESA.....	75
3.2.1	Valores.....	76
3.3	MANUAL DE SANIDAD E HIGIENE.....	76
3.4	REQUISITOS LEGALES DE FUNCIONAMIENTO.....	76
3.5	IMAGEN CORPORATIVA	81
3.5.1	Logotipo	81
3.5.2	Isotipo	81
3.5.3	Diseño para Feedin' Good	82
3.5.4	Uniformes del Personal.....	86
3.5.4.1	Normas de Uso	89
4	CAPÍTULO IV: EQUIPAMIENTO INICIAL.....	91
4.1	CONSULTORIO	91
4.2	COCINA	92
4.3	UNIFORMES DEL PERSONAL.....	93
4.4	INVENTARIO INICIAL	93
5	CAPÍTULO V: ANÁLISIS FINANCIERO	95
5.1	INVERSIÓN.....	95

5.1.1	Fuentes de Financiamiento.....	104
5.2	COSTOS Y GASTOS.....	104
5.2.1	Gastos Fijos del Consultorio y Cocina.....	104
5.2.2	Costos Variables del Consultorio y Cocina.....	107
5.3	PROYECCIÓN DE VENTAS.....	108
5.4	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	111
5.4.1	Cocina.....	111
5.4.2	Consultorio.....	113
6	CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES.....	116
6.1	CONCLUSIONES.....	116
6.2	RECOMENDACIONES.....	117
	Referencias.....	119
	Anexos.....	120

1 CAPÍTULO I: ANTECEDENTES

1.1 INTRODUCCIÓN

La compañía Feedin' Good abarca todo un ideal inexistente al momento de fusionar dos pilares de un estilo de vida sano: la alimentación y el deporte. Este proyecto se verá realizado con el propósito de ofrecer al público deportista una nueva alternativa de alimentación saludable, nutritiva y lo más importante, deliciosa; mediante un asesoramiento profesional y la realización de dietas, que buscará llegar al cliente de tal manera que este se vea envuelto en un ambiente de confianza y seguridad.

Son muchas las personas que consideran el deporte como una parte esencial de su vida, ya sea por diversión, entretenimiento, relajación, profesión o por constituir un relacionador social. Existen aficionados amantes del deporte que desean alcanzar la superación por medio del esfuerzo cotidiano y que se plantean metas propias. En ciertas ocasiones no cuentan con las bases para lograrlo y realizan sus actividades sin pensar en lo que conlleva un buen desempeño deportivo, como indumentaria especial, accesorios, técnicas, calentamiento, respiración y, una de las más importantes, la alimentación. ¿Cómo se están alimentando aquellos deportistas que han alcanzado grandes logros?

La alimentación es un factor importantísimo que Feedin' Good desea concientizar en el público. La comida tiene la principal función de abastecernos de energía para alcanzar el bienestar mental y físico. Pero la cantidad de energía que necesitemos depende de la actividad física que realicemos. Cada persona es diferente y para alcanzar un balance energético cada uno tiene distintas necesidades. Feedin' Good tiene el propósito de ayudar a encontrar ese balance en nuestros clientes, para que gocen de una vida más saludable y consigan llegar a sus metas, bajo un concepto fácil: dietas deliciosas.

La empresa contará con personal capacitado y ambientado en el área de gastronomía y nutrición humana, una complementación exquisita que aportará salud y sabor en cada menú creado. La ventaja de contar con un chef nutricionista que halle el equilibrio perfecto entre la comida sabrosa y saludable, se convertirá en el factor diferencial que llame la atención del público y del mercado.

Es fundamental un desarrollo eficiente del plan de marketing, porque es importante la manera cómo la publicidad dé a entender la misión de Feedin' Good. Las competencias o carreras a realizarse a lo largo del año serán la principal fuente de clientes, por lo que se buscará la participación e involucramiento en la organización de las mismas, de tal forma que los participantes empiecen a conocer el nombre y la misión del negocio.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Con el afán de encontrar un proyecto que se pueda desarrollar a futuro de manera rentable y que satisfaga una demanda común de personas amantes del deporte, se ha impulsado una idea innovadora y realizable, la misma que está relacionada con la necesidad más importante del ser humano: la alimentación.

Son pocos aquellos que priorizan la alimentación y la toman como un factor determinante en el desempeño personal y resultados adquiridos. La palabra dieta es muchas veces mal interpretada y mal receptada. Dependiendo de las necesidades fisiológicas y biológicas, el organismo requiere cierto tipo de dieta, que es tan solo el conjunto de alimentos que se van a consumir durante un plan alimenticio basándose en el requerimiento nutricional de cada persona. Tener una buena dieta alimenticia es vital para realizar cualquier actividad, sin embargo, a veces es difícil mantener constancia debido al estereotipo marcado en la sociedad sobre estas, por eso es común escuchar que la comida más

saludable es la más fea o la famosa frase “Fat is flavor” o simplemente no se la asocia con comida apetitosa.

Mediante el aprovechamiento de una formación en estudios gastronómicos, se ha pretendido combinar la necesidad nutricional de un deportista con el arte de la cocina y los sabores, y de esta manera romper ese paradigma instalado en la mente del consumidor, poniendo fin a dietas de mal gusto que no motiven la constancia. El comer es una satisfacción en todo sentido. Qué mejor que disfrutar saludablemente de una buena comida basándose en menús de alto nivel nutricional y que además satisfagan el paladar.

1.3 RESEÑA HISTÓRICA DE LA NUTRICIÓN HUMANA

Los griegos y los romanos son considerados los primeros en aplicar la nutrición deportiva. Los griegos tenían cierta admiración por el cuerpo humano y creían que la perfección física iba de la mano de tener un cuerpo saludable. Ahí surgen los primeros escritos de entrenamiento físico. Heródico describió al ejercicio como una parte de la medicina en el siglo L A.C. Luego Hipócrates en el año 400 A.C. habló del equilibrio que debería existir entre la alimentación y el ejercicio. En sus libros “El régimen de la salud” y “El régimen” establecía que comer bien debía estar relacionado con la actividad para llevar una vida saludable. Posteriormente, Galeno en el segundo siglo d.C., se convierte en el primer médico de los gladiadores y los gobernantes.

En 1533 el Dr. Cristóbal Méndez escribió su libro “El libro del cuerpo ejercitado” donde establecía que “el ocio daña”. Varios libros surgieron y tomaron protagonismo. El médico inglés George Cheyene publicó en 1745 un bestseller titulado “Ensayo sobre salud y longevidad”. Fue impactante ya que él logró adelgazar cuando pesaba 200kg. En 1897 se realiza la primera Maratón de Boston y fue ahí cuando nace la controversia acerca del peligro que implica el correr. Algunos médicos consideraban que al correr el corazón era sometido a grandes esfuerzos y que podía acarrear graves consecuencias.

Después de ciertos estudios se determinó que lo peligroso es no tener buena nutrición deportiva, además de ciertas incoherencias tales como que se recomendaba el consumo de alcohol, se prohibía el consumo de agua durante los primeros 10km y se creía que la proteína era la mejor fuente de energía. Años más tarde en 1909, Nansen establece la importancia de los carbohidratos como fuente principal de energía para el desempeño físico deportivo.

Surgen varios eventos y competencias deportivas en los siguientes años. La gente se preocupa más por realizar actividades deportivas. Sin embargo, durante las dos guerras mundiales las posibilidades de ejercitarse eran escasas. Para los años 60 la gente no estaba acostumbrada a ejercitarse y los problemas de peso en personas de distintas edades era más evidente. Fue entonces cuando aparece Kenneth H. Cooper, el pionero de los aeróbicos (Vivir en el aire), quien establece que el ser humano debe ejercitarse hasta quedarse sin aliento, acelerando los latidos del corazón y expandiendo los pulmones.

Cooper publica en 1968 su libro "Aerobics" que se convierte en bestseller, con el cual crea controversia por algunas discrepancias con creencias anteriores sobre el ejercicio. Seguido de esto comienzan investigaciones sobre el tema de nutrición que respondan varias interrogantes de este campo. Las biopsias musculares simbolizaron un gran avance científico en 1967, ya que contribuyó al descubrimiento de la importancia del glucógeno muscular.

Durante el pasar de los años se aprecia que el rendimiento humano en el deporte va mejorando significativamente gracias a los avances y descubrimientos de varios aspectos relacionados con el deporte, principalmente del ámbito nutricional.

1.4 CONCEPTO DE LA EMPRESA FEEDIN' GOOD

Feedin' Good es una microempresa creada con el objetivo de ofrecer al público un servicio de asesoramiento nutricional y catering a personas practicantes del

deporte. El servicio consiste en asesoría y examinación previa por parte de un chef nutricionista, posteriormente se diseñará el plan alimenticio que la misma empresa tendrá la labor de suministrar al cliente. El servicio estará enfatizado en catering de almuerzos ejecutivos a domicilio, mas no el resto de comidas diarias: desayuno, media mañana, media tarde y merienda. Sin embargo, el diseño del plan alimenticio abarcará completamente la alimentación diaria del cliente y servirá de guía para la preparación del resto de comidas.

El valor agregado o factor diferencial de la empresa es contar con un profesional en arte culinario y en nutrición humana que logre la fusión precisa entre estas dos ramas. Su función principal será la atención de consultas de nutrición y la creación de los menús, enfocándose en que no todas las dietas deben representar una molestia, es decir, que es posible comer de manera saludable y placentera a la vez.

El servicio estará enfatizado principalmente en profesionales o aficionados dedicados al atletismo y ciclismo, que deseen analizar y evaluar su requerimiento nutricional y/o modificar y mejorar sus hábitos alimenticios con el fin de obtener un mejor rendimiento en sus actividades deportivas. Sin embargo, serán bienvenidos los aficionados a cualquier otro deporte.

1.5 ASPECTO GASTRONÓMICO

A pesar de tratarse de una microempresa destinada al servicio de asesoramiento nutricional para el público amante y practicante del deporte, Feedin' Good no dejará de lado la aplicación del conocimiento gastronómico, el cual se verá reflejado en la ejecución y preparación de los menús ejecutivos.

La creatividad que se empleará en el proyecto es esencial, ya que el objetivo es ofrecer dietas balanceadas que proporcionen todos los nutrientes requeridos las características físicas y biológicas de cada uno de los clientes, sin caer en la redundancia en el desarrollo de las recetas y de esta forma prolongar su

simpatía hacia la empresa. La cualidad más importante que diferenciará Feedin' Good del resto de consultorios, empresas y personas dedicadas a la nutrición, serán las dietas enfatizadas en sabores nuevos y deliciosos, que además de despertar una sensación agradable de cuidado y responsabilidad con el cuerpo humano, serán capaces de satisfacer los sentidos.

La formación en la carrera gastronómica será fundamental pal momento de aplicar el conocimiento sobre varias técnicas de cocción, combinación de ingredientes que rompen los paradigmas de la alimentación y servicio al cliente. Además se optará por la utilización de productos poseedores de alto contenido nutritivo, ya sean endémicos, importados o comunes y corrientes. Las dietas no significarán un dolor de cabeza para los clientes, al contrario, se verán en un ambiente motivante para alcanzar la superación y llegar en óptimas condiciones a las competencias para las cuales se están preparando.

Debido a la alta gama de productos que posee el mercado nacional, las combinaciones de ingredientes para el desarrollo de las dietas son extensas y realizables. Si una persona desearía obtener un plan dietético diario por un período largo de tiempo, sería una buena oportunidad para que pruebe nuevos productos y experimente nuevos sabores. Son muchos los ingredientes que permanecen en el anonimato, pero que prometen una interesante sensación en boca. Ser deber de la empresa dar a conocer estos ingredientes que, con un buen método de cocción y la mixtura adecuada, complementarán el aporte nutricional con el gusto gastronómico.

1.6 HIPÓTESIS

La creación de la empresa Feedin' Good representará una oferta innovadora y necesaria para el público interesado en mejorar su calidad de alimentación con el fin de mantener un cuerpo sano, adecuado para mejorar su desempeño en el ámbito deportivo.

Una amplia investigación de mercado es esencial para familiarizarse con el área mercantil donde se desenvolverá la empresa, así se podrá apreciar mejor el nicho de mercado seleccionado y los clientes potenciales para el desarrollo y crecimiento del negocio.

Una dirección estratégica efectiva es la base para alcanzar una función administrativa óptima. Servirá de guía para actuar eficazmente en la toma de decisiones, solución de problemas y planes de crecimiento.

Un análisis financiero efectivo determinará la viabilidad y rentabilidad que la empresa puede adquirir a partir de su lanzamiento, con el que se podrá concluir si resulta una idea buena o mala.

El sector donde se instalará el consultorio es el ideal para arrancar con el negocio, por lo que se asume que la clientela será abundante y constante.

2 CAPÍTULO II: MARKETING

2.1 PLAN COMERCIAL

2.1.1 Nombre de la Empresa

Por tratarse de una empresa nueva en el mercado, que no contará con un estado económico significativo para realizar una campaña publicitaria de presencia destacada, el nombre debe tener la capacidad de atraer la atención del público y de convertirse en el principal elemento de difusión y promoción. Sus cualidades deben ser llamativas, esencialmente la claridad del nombre, de tal forma que manifieste un indicio instantáneo acerca de qué es lo que la empresa ofrece y a qué se dedica. Preferiblemente será corto, fácil de recordar, original para evitar cualquier similitud con la competencia, y finalmente, que a simple vista describa y ofrezca una pauta de la personalidad de la empresa.

Feedin' Good

Asesoramiento gastronómico – nutricional para deportistas

2.1.2 Visión

Ser la empresa pionera y líder en calidad de servicio de asesoramiento nutricional y catering a deportistas basándose siempre en el lema “Lo saludable es delicioso” y posicionarla en el mercado nacional en un lapso de 2 años a partir de su lanzamiento de la marca al público.

2.1.3 Misión

Entregar tanto un servicio culinario nutricional deportivo, así como un asesoramiento sobre el tema a empresas o personas particulares vinculados al deporte.

2.1.4 Objetivo General

Posicionar la marca Feedin' Good en el mercado nacional, mediante el cumplimiento de un servicio sobresaliente de asesoramiento nutricional y catering deportivo, generando crecimiento de ingresos del 4 al 6% anual y obtener clientes fijos que representen el 60% de los ingresos de la empresa.

2.1.5 Objetivos Específicos

2.1.5.1 Técnicos

- Contratar personal capacitado y calificado, formado en la gastronomía y que posean conocimientos de nutrición.
- Desarrollar la contabilidad como una de las fortalezas de apoyo gerencial.

2.1.5.2 Financiero

- Crear una empresa rentable.
- Continuar la inversión de capital para el mejoramiento y crecimiento de la empresa.
- Recuperar la inversión inicial en el lapso de 5 años.
- Crecimiento anual de utilidades del 6%.
- Realizar pagos al día a personal y proveedores.
- Evitar contratiempos con entes financieras.

2.1.5.3 Marketing

- Alcanzar el “top of mind” en el público deportista que se preocupa su alimentación, o quiere tener una mejor preparación alimenticia para distintas competencias y eventos deportivos.
- Aprovechar al máximo el concepto del negocio mediante un plan de marketing sobresaliente.
- Concretar convenios con los distintos organizadores de eventos deportivos, de manera que en plano de auspiciante, Feedin' Good se encuentre en el medio deportivo, haciendo conocer su marca y servicio como complemento para el entrenamiento del cliente.

2.1.5.4 Sociales

- Adquirir protagonismo en la mayor cantidad de eventos deportivos y competencias atléticas como patrocinador.
- Generar una relación cercana con los competidores mediante redes sociales, y así mantener contacto.
- Alcanzar el reconocimiento del público mediante la experiencia satisfactoria de cada uno de nuestros clientes con la empresa.

2.1.5.5 Ambientales

- Desempeñar una administración adecuada de los recursos escasos, con la finalidad de crear bienes y servicios de acuerdo a las necesidades de la población limitada.
- Causar el mínimo impacto ambiental en todos los procesos a realizarse, caso viable gracias a la ausencia de desechos químicos ni contaminantes.

- Se manejarán buenas prácticas de salubridad y separación de desechos por categoría.
- Cumplir con todos los requisitos impuestos por entes de control ambiental y gestores municipales.

2.1.6 Ambiente de Mercadotecnia

2.1.6.1 Macroentorno

En lo que se refiere a factores del macroentorno que influyen directamente sobre el desarrollo del proyecto Feedin' Good, encontramos elementos políticos, económicos, tecnológicos, socioculturales, naturales y demográficos.

Los factores políticos-económicos van de la mano y pueden influir tanto positiva como negativamente. La situación futura de la economía ecuatoriana está totalmente ligada con el manejo político del gobierno y las decisiones estatales que estos dictaminen, es por esto que no se puede descartar una inflación repentina, la cual causaría la disminución de poder adquisitivo por parte del consumidor y una decadencia de ventas para el negocio. En lo que respecta a las importaciones de productos, el gobierno puede implementar una restricción de ingreso de productos, los impuestos arancelarios pueden aumentar y así los precios incrementarían para los clientes. A pesar de ser un segmento de mercado de clase media alta, muy pocos tolerarían un incremento de precio en una asesoría, ya que no es algo esencial o básico, sino un gusto que se están dando y son libres de elegir si quieren contratarlo o no.

Por otro lado, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito ha demostrado ser un gran patrocinador de eventos deportivos y se ha preocupado porque la ciudadanía tenga espacios necesarios para la realización de deporte. Fomenta varias actividades de recreación, facilita la organización de eventos y competencias a realizarse en las calles de la ciudad, lo mismo que ha logrado

tal acogida, que cada vez son más los eventos que se promocionan. Esto nos garantiza eventos durante todo el año, una población más preocupada por la salud mental y física, y sobre todo por una alimentación saludable.

Los factores socioculturales influyen positivamente. Los paradigmas plasmados en la mente del consumidor son los impulsores a desear una vida más saludable. Los estereotipos creados por los medios de comunicación y la globalización, muestran el ser perfecto o la figura deseada con la imagen de personas de contextura delgada, personas de musculatura definida, deportistas, gente light, donde la apariencia tiene prioridad por encima de la personalidad, los valores y forma de ser de cada persona. Este estereotipo impulsa la búsqueda de un físico atractivo o apariencia ideal, semejante a los modelos que aparecen en los medios de comunicación. Por esta y otras razones, el deporte cada vez acoge más practicantes.

Es impresionante como una idea en la mente puede cambiar totalmente la forma de vida, hábitos y costumbres de cualquier individuo. Feedin' Good aprovechará esta ambición, sin dejar de lado la ética, para convencer al consumidor de la importancia de una buena alimentación. No basta con tener ganas de bajar de peso y definir el cuerpo, debe existir un equilibrio entre la energía y el gasto físico que implica cada entrenamiento. Feedin' Good está presente y dispuesto a ayudar a alcanzar esas metas que los clientes anhelan.

La competitividad sana con el entorno social también motiva a realizar ejercicio. Generalmente, el ser humano trata de reproducir aquellas cosas que llaman su atención y cuando se ve inmiscuido en un sentimiento de no estar "in", es cuando nace su deseo de participación para no quedarse atrás.

Nos vemos afectados por los severos cambios climáticos que acontecen en nuestra ciudad. Lo cual puede acabar con la constancia y disciplina con los entrenamientos. Cuando el clima no es apto para entrenar los seres humanos buscan entretenerse de distintas formas, pero pocas veces estas involucran

actividad física. De igual manera, el impacto ambiental generado por industrias y vehículos como emisiones de smog y gases, pueden causar daños en el sistema respiratorio, es por eso que no es recomendable ejercitarse en lugares cercanos al tráfico vehicular.

La tecnología nos afecta directamente en la maquinaria que requerirá el negocio. Hoy en día la tecnología es la base de empresas exitosas, por una comunicación eficaz, cálculos sin margen de error, rapidez y comodidad, y sobretodo equipos de cocina que agilizarán los procesos de producción y despacho de pedidos. La indumentaria deportiva ha evolucionado a lo largo del tiempo gracias a la tecnología y en la actualidad se puede encontrar artículos personalizados que se ajustan a la medida y necesidad del público.

Demográficamente hablando, el traslado de la población al valle significa un crecimiento y desarrollo urbano en Cumbayá, lo cual representa una amenaza a largo plazo, pues se pierden espacios verdes destinados a la edificación. Mientras que representa un crecimiento de clientes potenciales.

2.1.6.2 Microentorno

Se refiere a los factores influyentes sobre los que sí se puede mantener un control, por ejemplo:

- Clientela, externa: La segmentación de mercado que apliquemos dictaminará el tipo de cliente al que deseamos servir.
- Clientela interna: el reclutamiento y selección del personal debe ser riguroso y gestionado por el departamento de Recursos Humanos.
- Proveedores: La calidad de productos que se utilicen para el desarrollo de los menús y logística necesaria para la creación de la empresa, depende en gran porcentaje de la calidad de proveedores que se seleccionen. Los

mejores serán aquellos que se adapten correctamente a las políticas de la empresa que les incumba.

- Intermediarios de comercialización y promoción: Principalmente involucrados en la organización de eventos deportivos.
- Intermediarios de comunicación: Tales como agencias de publicidad y medios de comunicación.
- Intermediarios financieros: Tarjetas de crédito, Bancos, entes financieras y cooperativas de crédito.
- La opinión pública: más vale un cliente satisfecho que 10 clientes conformes. Ya que el servicio es intangible, la opinión del cliente cuenta mucho y su experiencia es todo lo que importa. Si le fue bien lo compartirá con 5 personas promedio, pero si no es así, compartirá su experiencia con el doble de gente.

2.1.7 Segmentación de Mercado y Perfil del Consumidor

Feedin' Good estará enfocado principalmente al público aficionado al atletismo y ciclismo que desee mejorar su desempeño en sus actividades mediante la implementación de un plan alimenticio, sin descartar la atención a otras disciplinas deportivas. Se seleccionaron estos deportes como primordiales debido a que representan los más practicados por los habitantes de Cumbayá gracias a las extensas áreas de recreación existentes.

Como se indicó anteriormente, el nicho de mercado seleccionado se encuentra en el valle de Cumbayá, donde gran cantidad de deportistas frecuentan el sectores aptos para llevar a cabo sus actividades, tales como los alrededores del Reservorio, La Vía láctea y la Ruta del Chaquiñán, varios complejos deportivos, por mencionar algunos. Por supuesto sin descartar al público deportista en general.

Se tratará con gente de clase económica media alta promedio, por lo que se estima una buena acogida del servicio basándose en los precios a manejarse. El servicio es abierto para niños, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad. Nuestro segmento de mercado es amplio y las condiciones económicas varían, sin embargo, el amor por el deporte y la búsqueda de superación no tienen límites.

2.1.7.1 Datos Estadísticos

En 2009, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), estableció que es recomendable dedicar al menos 3,5 horas semanales a la actividad física.

Información del INEC

En Quito urbano

- El 24% de las mujeres realizan actividad física.
- El 43% de los hombres realizan actividad física.
- El 33 % de la población urbana de Quito realiza ejercicio o practican algún deporte más de 3,5 horas semanales.
- El 26% de la población del Distrito Metropolitano de Quito dedica 3,5 o más horas semanales al deporte.

Preferencia por deporte

- Fútbol: 35%
- Ciclismo: 17%
- Ecuavoley: 11%

- Baloncesto: 11%
- Otros: 26%

Sin embargo, el **85%** de la población del Distrito Metropolitano de Quito realiza caminata como recreación activa. (Cruz, 2005).

2.1.7.2 Tamaño de la Muestra

Con el objetivo de obtener datos útiles y relevantes que sirvan de base para tomar decisiones y sacar conclusiones en la organización, se implementará el uso de encuestas a una muestra significativa que represente un pensamiento general del segmento de mercado. A continuación se presenta una fórmula cuyo resultado determina el número de encuestas que se deben realizar para incrementar el grado de credibilidad.

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que se llevarán a cabo).

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados). **Variable a utilizarse N: 2000.**

k: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%. **Variable a utilizarse k: 1,96.**

Tabla 1: Los valores k más utilizados y sus niveles de confianza.

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

Tomado de: www.feedbacknetworks.com.

e: Es el error muestral, es decir, la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella. Ejemplos:

1. Si los resultados de una encuesta dicen que 100 personas comprarían un producto y tenemos un error muestral del 5%, comprarán entre 95 y 105 personas.
2. Si hacemos una encuesta de satisfacción a los empleados con un error muestral del 3%, y el 60% de los encuestados se muestran satisfechos significa que entre el 57% y el 63% (60% +/- 3%) del total de los empleados de la empresa lo estarán.
3. Si los resultados de una encuesta electoral indicaran que un partido iba a obtener el 55% de los votos y el error estimado fuera del 3%, se estima que el porcentaje real de votos estará en el intervalo 52-58% (55% +/- 3%).

Variable a utilizarse e : 8%

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p = q = 0.5$ que es la opción más segura. **Variable a utilizarse p : 0.5**

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$. **Variable a utilizarse q : 0.5.**

Resultado: 140 encuestas.

2.1.7.3 Modelo de la Encuesta

- ¿Es usted una persona practicante del deporte que considera que la alimentación es un factor importante que afecta directamente en su desempeño físico?

Sí ___ No___

- En una escala del 1 al 5, siendo 1 la cifra menor y 5 la mayor, ¿cómo calificaría su preocupación por los alimentos que consume diariamente?

Respuesta: ___

- ¿Le resulta sencillo seguir un régimen alimenticio recomendado?

Sí___ No___

- ¿Posee el conocimiento suficiente para determinar su propia dieta según sus necesidades físicas y biológicas, considerando la actividad física que realiza?

Sí___ No___

- ¿Posee el tiempo necesario para preparar sus propios alimentos o preferiría que alguien más cumpla con esa labor?

Sí tengo tiempo___ Prefiero que alguien más los realice_____

- ¿Encuentra atractiva la idea de poder tener asesoramiento nutricional por un chef nutricionista?

Sí___ No___

- ¿Antes de alguna competencia, el aspecto alimenticio también está involucrado con su entrenamiento?

Sí___ No___

- ¿Cree usted que una dieta, además de suplir necesidades nutricionales, puede satisfacer su paladar?

Sí___ No___

- ¿Pagaría por asesoría en alimentación nutritiva enfocada a deportistas?

Sí___ No___

- ¿Pagaría por un servicio de catering basado en alimentos saludables que siguen un régimen alimenticio pre establecido por su nutricionista?

Sí___ No___

Datos

Sexo M ___ F ___

Edad 10-20 ___ 20-30 ___ 30-40 ___ 40 en adelante ___

Ciudad donde vive _____

2.1.7.4 Modelo Práctico de la Encuesta

Con el fin de obtener una encuesta que atraiga el interés del público desde la primera pregunta, de manera sencilla, rápida y efectiva, se ha decidido entablar tan sólo 5 preguntas cortas que acaparen todo el propósito y obtenga los resultados deseados. La muestra fue tomada de la carrera Energizer Night Race 8k, que se llevó a cabo en el Parque Metropolitano el sábado 10 de noviembre de 2012.

1. ¿Usted como deportista, considera que la alimentación es un factor importante que afecta directamente en su desempeño físico?

Sí ___ No ___

2. ¿Antes de una competencia, involucra su alimentación como parte de su entrenamiento?

Sí ___ No ___

3. ¿Cree usted que una dieta, además de necesidades nutricionales, puede satisfacer su paladar?

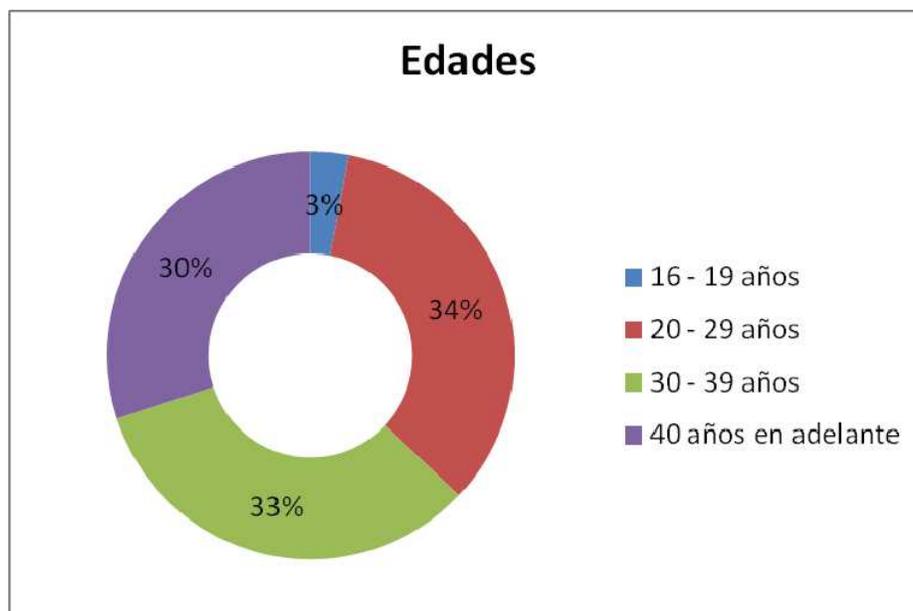
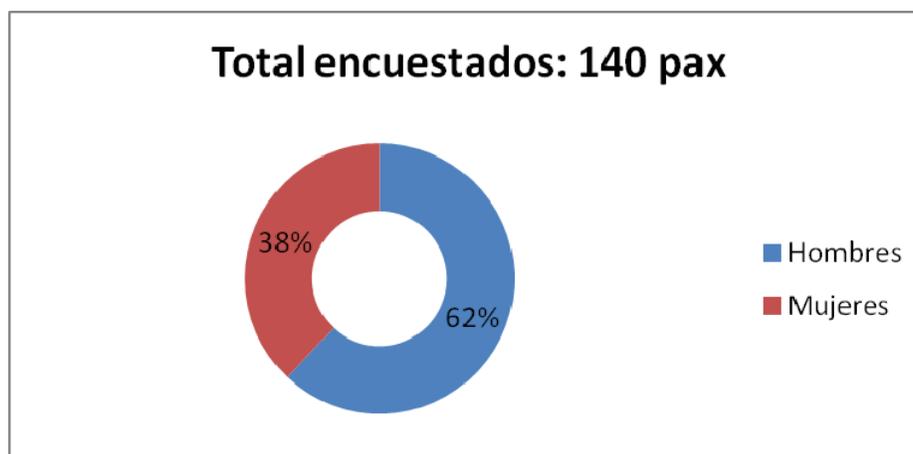
Sí ___ No ___

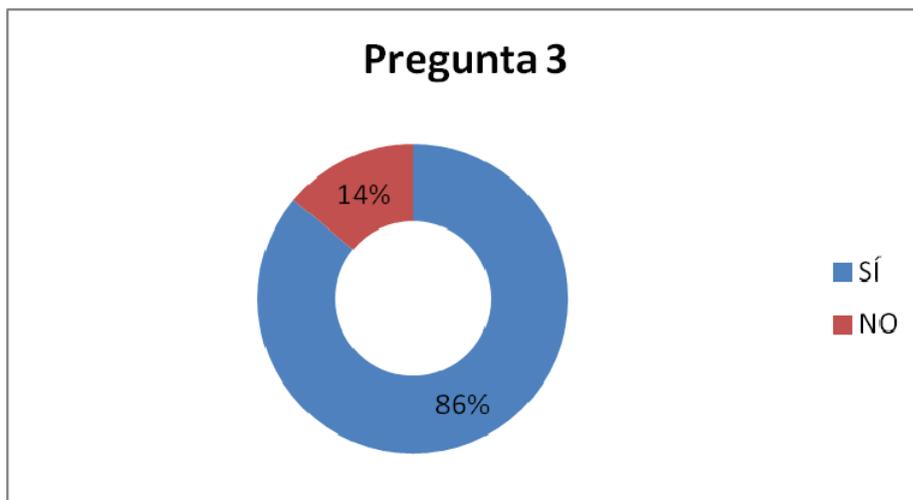
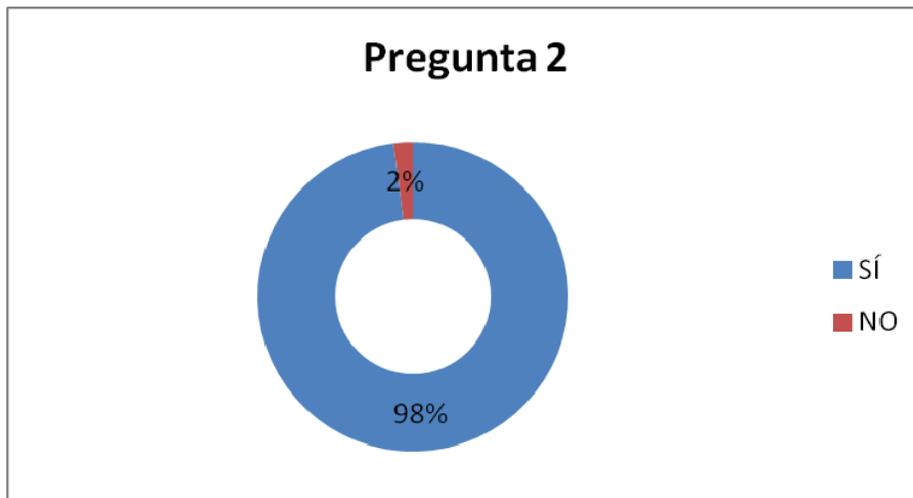
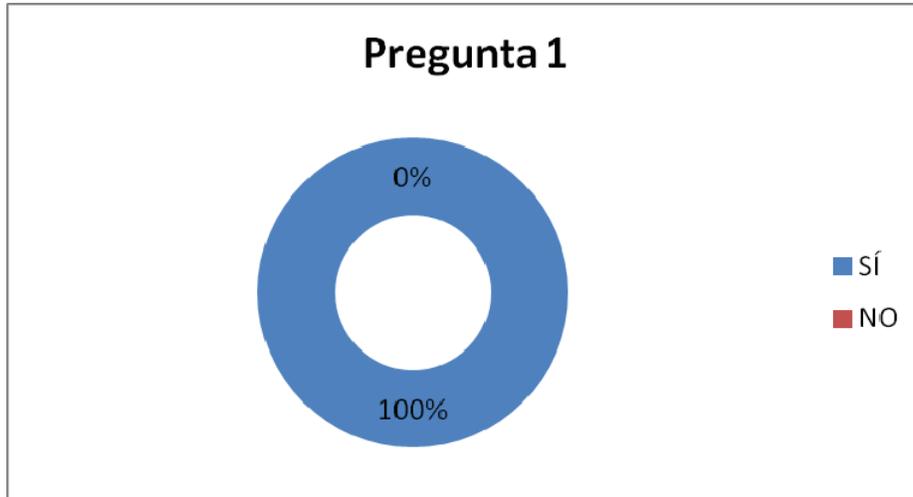
4. ¿Encuentra atractiva la idea un asesoramiento nutricional por parte de un chef nutricionista?

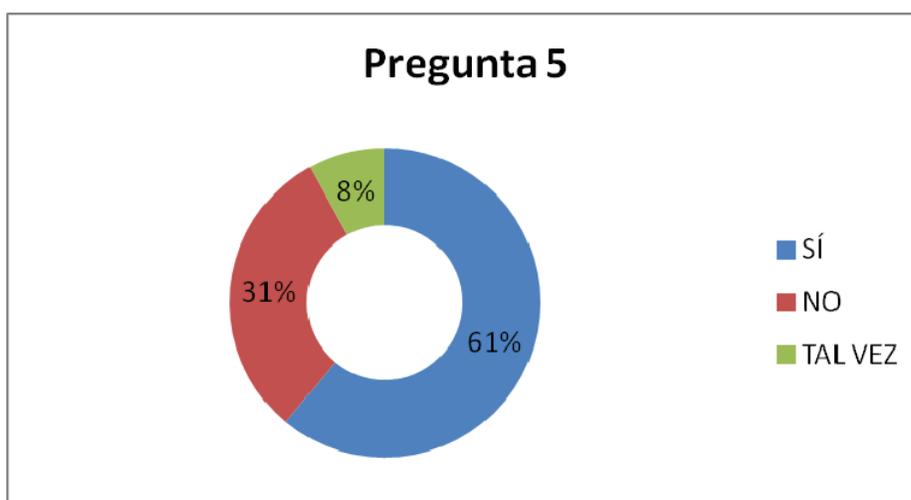
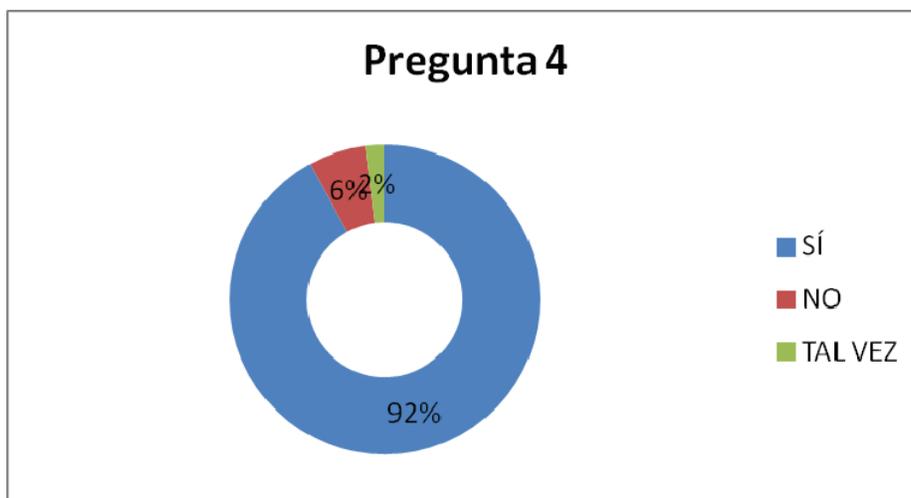
Sí ___ No ___

5. ¿Estaría dispuesto a pagar \$7 diarios por almuerzos a domicilio especialmente diseñados por un chef nutricionista, para complementar su entrenamiento?

Sí ___ No ___

Datos**Sexo** M ___ F ___**Edad** 16-19 ___ 20-29 ___ 30-39 ___ 40 en adelante ___**2.1.7.5 Resultados de la Encuesta**





2.1.8 Conclusiones de Encuestas

- La diferencia entre el número de hombres y mujeres encuestados demuestran similitud en relación a los datos proporcionada por el INEC, donde establece claramente que son más los deportistas del género masculino que femenino.
- Podemos concluir que la actividad física no conoce límites de edad. El número de encuestados correspondientes a cada rango de edades establecidos, no indican una diferencia significativa entre los mismos, es

decir, personas de todas las edades están involucrados en el deporte. Los jóvenes entre 16 y 19 años representan el menor porcentaje de los encuestados y se demuestra una participación equitativa del público entre 20 y 60 años.

- Absolutamente todos los encuestados consideran que la alimentación es un factor muy importante e influyente en su desempeño físico.
- El 98% cree que un buen entrenamiento va de la mano de una buena alimentación.
- Contrarrestando lo que Feedin' Good había establecido previamente, la gran mayoría (86%), sí cree que se pueden elaborar dietas que logren satisfacer el paladar, descartando así ese paradigma señalado al inicio de este proyecto.
- Casi en su totalidad, el público demuestra un interés común acerca de la fusión de la nutrición y el arte culinario. La idea de un asesoramiento por parte de un chef nutricionista despierta curiosidad en los encuestados, de los cuales algunos alegan que es una oferta novedosa que no han escuchado antes.
- Ya que una dieta debe ser constante durante todo el período del entrenamiento, se sugiere que el cliente pague \$7 por cada almuerzo que consuma. El 62% señaló que no tienen problema con el precio, al contrario, les parece razonable por el servicio que están obtendrán. Sin embargo, el 38% no está de acuerdo con pagar tal suma, ya que consideran que está sobre su presupuesto. Esta ha sido la pregunta cuyas respuestas han generado mayor diferencia. Lamentablemente, no se puede satisfacer a todos y el precio no puede disminuir, ya que no justificaría el costo, expresa la calidad del servicio, el prestigio de la marca y el segmento del mercado al cual se dirige la empresa.

- Según los resultados de la encuesta, Feedin' Good es un negocio viable, atractivo al público y posee mucho potencial. Restaría conocer el análisis financiero para conocer si resultará rentable o no.

2.1.9 Datos del Sector

Cumbayá es un valle perteneciente al Distrito Metropolitano de Quito en la provincia de Pichincha. Está ubicado al este de la ciudad de Quito a 2200 msnm aproximadamente.

Se ha consolidado como hogar de familias de clase media alta que han impulsado la economía local, además de las familias originarias del sector. El desarrollo constante y crecimiento urbano es una realidad en este valle.

En primeras instancias, Cumbayá era un sitio muy apreciado por las familias que añoraban una vida suburbana, alejados de todas las molestias que incumbe vivir en plena ciudad, lo cual representaba un lujo. (<http://www.quito.com.ec>). En la actualidad, las condiciones son semejantes a las de Quito: tráfico y ruido en zonas determinadas, estrés social y delincuencia. Sin embargo, existen áreas rescatables donde la gente puede disfrutar de una vida más agradable y de los espacios naturales que ofrece.

La ubicación de la empresa estará situada en el sector de El Reservorio de la Empresa Eléctrica Quito. (Ver anexo 1). Se rentará una suite en el Centro Plaza-Boulevard Gastronómico, en el tercer piso. (Ver anexo 2). Es una ubicación ideal porque se trata de un lugar muy frecuentado que estará al alcance de todos los involucrados, el espacio es cómodo, cuenta con parqueadero, seguridad, es acogedor y adyacente a los espacios de recreación mencionados.

La calle José Vargas y el borde del reservorio representan una ruta habitual, al igual que la Ruta Ecológica del Chaquiñán que va desde Cumbayá hasta

Puembo. Es el sitio de encuentro de ciclistas, corredores o pasantes que desean contactarse con la naturaleza, los hermosos paisajes que se pueden apreciar a lo largo del sendero, un clima encantador y para disfrutar en compañía.

Los deportistas que terminan de realizar sus actividades ven al Centro Plaza y Centro Comercial La Esquina como sitios de relajación, descanso, sociabilización, un lugar para compartir en familia y alimentarse. La suite tiene 65m², sala de espera, cocina, baño privado y una espectacular vista hacia el reservorio. El arriendo de esta suite totalmente amoblada está valorada en \$650 + \$50 de guardianía mensual. Es un precio razonable y cómodo para iniciar el proyecto.

Inicialmente, la planta y cocina que se utilizará para la realización de las recetas y despacho de los pedidos estará ubicada en el mismo sector, a 1km de la oficina central, En la Av. Pampite 620, sector de la Vía Lactea. Es un local de 50m², apropiado para la instalación de una cocina industrial.

El servicio de Feedin' Good estará al alcance de una cantidad significativa de deportistas, adicionalmente, resulta muy cómodo y práctico ya que se evita el tráfico y las molestias de tener que trasladarse a la ciudad. Con el pasar del tiempo, cuando la empresa alcance un desarrollo simbólico, se procurará encontrar una plaza ubicada en las cercanías del Parque de la Carolina, donde muchos más deportistas realizan sus respectivos entrenamientos.

2.2 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

La dirección estratégica es una herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, para determinar las acciones que una organización debe efectuar a favor de la empresa para adquirir una ventaja competitiva perdurable y así encaminarla al cumplimiento de los objetivos planteados.

Conformará un espacio de gran importancia en la administración de Feedin' Good pues tiene la capacidad neta de marcar la diferencia en el desempeño de la empresa. La empresa recurrirá a la aplicación de estrategias de “diferenciación” y “enfoco” en un nicho de mercado estrictamente seleccionado. Quedará descartada la estrategia de “liderazgo en costos” ya que la calidad indiscutible y efectividad de nuestro asesoramiento llegará a obtener una reputación sobresaliente, y una de las herramientas básicas para la creación de una imagen prestigiosa es sin duda el precio.

2.2.1 Estrategia Intensiva de Penetración

Se buscará el aumento de participación en el mercado de los servicios de nutrición y catering actual a través de una conducción publicitaria competente en los distintos eventos deportivos, que representarán la base de la obtención de clientes. Este plan de campaña publicitaria será establecido en cada una de las competencias con la misión de plasmar la marca en la mente del consumidor y en el mercado, es por esto que el involucramiento notable en todo tipo de competencia será fundamental para lograr el objetivo.

2.2.2 Estrategia Defensiva Joint Venture

Feedin' Good construirá una relación estrecha y una sociedad con otras compañías, dando como resultado un beneficio mutuo. Mientras los organizadores de competencias insertan el negocio en el medio deportivo, donde la participación de la gente es masiva, la empresa patrocinará los eventos, y así el proyecto no se efectuará individualmente.

2.2.3 Diferenciación

Una estrategia de diferenciación anhela que la empresa sea única en su sector industrial por ciertos atributos ampliamente valorados por los consumidores que súbitamente estarán dispuestos a pagar un precio más elevado que el acostumbrado, por un servicio meritorio.

Lograr destacarse por diferenciación es una tarea muy riesgosa que se debe manejar sabiamente. Si el servicio no llena las expectativas del cliente, estos no lo valoran como se esperaba y adicionalmente no distinguen ese factor diferencial que lo hace un negocio único, no encontrarán justificación para el precio elevado causando que el futuro de la empresa no saldrá a flote. La gente le teme a lo desconocido, mucho más cuando se trata de un servicio que no ha habido anteriormente y deban pagar un precio no habitual para probarlo. La difusión de conformidad de todos nuestros clientes se convertirá en la clave de ventas y prosperidad.

En un sector industrial, puede haber más de una estrategia de diferenciación exitosa si hay una amplia gama de atributos valorados por los consumidores. Obviamente, esta estrategia es muy riesgosa ya que si los clientes.

En lo que le concierne a Feedin' Good, su diferenciación estará marcada por la aplicación de dietas sabrosas de calidad, que no involucren ninguna molestia en el asesorado, no influya en sus actividades cotidianas ni su tiempo. La entrega a domicilio deberá ser estrictamente puntual, haciendo práctica de cordialidad, respeto y calidad.

Tabla 2: Análisis FODA

	Fortalezas	Debilidades
	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento amplio de nutrición y gastronomía • Excelencia en atención al cliente • Interés en el deporte. • Involucramiento continuo en eventos deportivos. • Factor diferencial: dietas sabrosas. • Ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Inicialmente, falta de tecnología de punta. • Ausencia de respaldo por parte de una entidad financiera. • Débil conocimiento de marketing. • Etapa de introducción en el mercado. • Ausencia de título de Nutricionista. • Carecer de local propio. • Posible dificultad en la entrega de pedidos debido al transporte.
Oportunidades	Oportunidades / Fortalezas	Oportunidades / Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio innovador y original que el público considere atractivo. • Convenios exitosos con organizadores de eventos deportivos. • Alto número de competidores en cada evento. • Cercanía de los puntos de recreación al local. • Los clientes no disponen de tiempo para preparar sus propios alimentos. • Buen número de deportistas en el sector. • El ambiente en Cumbayá es más amigable. • Competencias y eventos durante todo el año. • Gran variedad de ingredientes y productos en el mercado nacional, adecuados para las dietas. 	<ul style="list-style-type: none"> • La ejecución efectiva del concepto puede colocar a la empresa en la mente del consumidor. • El servicio de calidad ofrecido será esencial para la atracción de nuevos clientes por medio del "boca a boca". • La demanda existente aprecia las cualidades y servicios ofrecidos por la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se deberá buscar una entidad financiera que respalde la empresa. • Una parte de los ingresos que se generará gracias a la alta demanda, será destinado a cubrir las necesidades de marketing, estudio de la carrera de nutrición humana, cambio de vehículo.
Amenazas	Amenazas / Fortalezas	Amenazas / Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Fenómenos naturales que afecten la continuación de los entrenamientos. • Inestabilidad política. • Crisis financiera. • Surgimiento de nueva competencia que reproduzca nuestro concepto e inicie con más fuerza. • Demasiada demanda 	<ul style="list-style-type: none"> • A pesar de sentir la crisis financiera, las personas no dudan en pagar precios altos por un buen servicio. • Siempre se buscará mantenerse a la vanguardia de toda competencia. • Se debe desarrollar una estrategia eficiente en caso existir sobredemanda. 	<ul style="list-style-type: none"> • En caso de no contar con respaldo de un ente financiero, la empresa deberá buscar una asociación o alianza estratégica. • La mala aplicación del marketing y publicidad puede reflejar el nombre de la empresa ante un gran número de competidores. Un solo error en las campañas y el nombre quedará manchado frente a muchos.

2.2.4 Cadena de Valor

La cadena de valor es una herramienta de gestión que permite realizar un análisis interno de la empresa a través de su desagregación en sus principales actividades generadoras de valor, estas son primarias o de líneas y secundarias o de soporte.

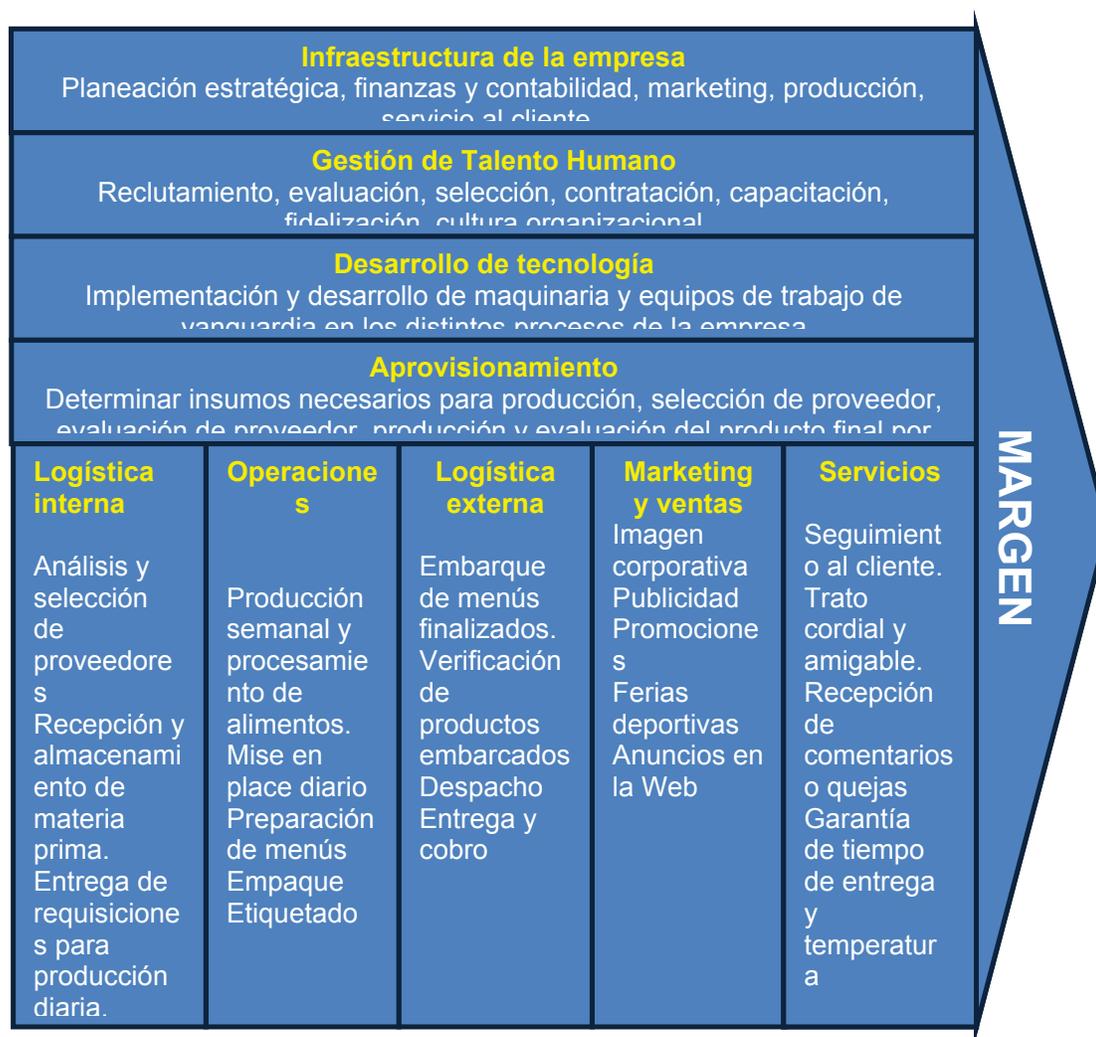


Figura 1: Cadena de valor Feedin' Good.

2.3 MARKETING MIX

2.3.1 Servicio Feedin' Good

Servicio real: Asesoría nutricional y catering de dietas apetitosas enfocadas en deportistas.

Servicio central o básico: nueva forma de alimentación sana, saludable y sobretodo deliciosa, que busca formar parte de la motivación que el cliente necesita para alcanzar las metas de los retos competitivos que se ha planteados. Experiencia novedosa en degustación de sabores, sin dejar de aprovechar las propiedades nutricionales de cada producto utilizado. Crear un estado mental y corporal idóneo: “en cuerpo sana, mente sana”.

Servicio aumentado: garantía y calidad, entrega a domicilio, promociones, comodidad por la ubicación, presencia en la mayoría de competencias.

2.3.2 Plaza

Av. Pampite y José Vargas. Centro Plaza – Boulevard Gastronómico, sector del Reservorio de Cumbayá. (Ver anexo 1 y 2).

2.3.3 Precio

El precio puede ser el factor más importante del Mix de Marketing, ya que será aquel que genere ingresos. De este depende la existencia del negocio debido a que determinará la aceptación del cliente y la continuidad de ventas en el futuro. Es muy importante señalar la segmentación de mercado geográfica, demográfica, económica y sicográficamente, a la cual la empresa se dirigirá, ya que representa una guía de patrones comunes en la sociedad consumista, así será más sencillo el proceso de fijación de precio. Ventajosamente el segmento de mercado seleccionado es un mercado atractivo, es decir, accesible, medible y rentable.

Una fijación de precios adecuada del servicio se lleva a cabo basándose en la percepción del cliente más no en el costo del mismo. Un producto o servicio puede tener un precio elevado o bajo de acuerdo a las variables que lo conforman. En un Mix se debe evaluar conjuntamente el producto, la plaza y la promoción además del precio. Es en uno de estos donde se reconocerá el factor diferencial que permitirá a la empresa establecer un precio alto. Mucho tiene que ver la imagen corporativa, el local, decoración, ambiente, ubicación, atención al cliente, el servicio, la actitud, personalidad, presentación del personal, entre otros. Estos elementos constituirán parte de un costo pre apertura o inicial, el mismo que será tomado en cuenta para el precio de lanzamiento.

Para elegir una estrategia de fijación de precios tomamos en cuenta todos los elementos mencionados anteriormente que comprenderán los tres temas más importantes: los costos iniciales, la competencia y la demanda de los consumidores. Los precios de la competencia servirán de guía para ubicarnos en el mercado, los costos marcarán el límite inferior para el precio y la percepción de los clientes establecen el precio máximo.

En el caso de Feedin' Good se recurrirá a la estrategia de Tasa Vigente para establecer el precio de cada consulta, es decir que se cobrará un valor similar al de la competencia para no causar un fuerte impacto, y consiga llamar la atención del cliente.

Seguido de esto optaremos por la fijación de precio según la calidad. Cuando los compradores no pueden juzgar la calidad del servicio, ya sea examinándolo por sí mismos, o como resultado de la experiencia anterior con él, el precio se vuelve un signo de calidad importante. Por consiguiente, si el precio del servicio se fija a un nivel demasiado bajo, su calidad también puede ser percibida como baja. El servicio gana su propio prestigio a lo largo del tiempo, entonces el consumidor puede percibir la relación entre la calidad y el precio, y consecuentemente el uno se ve afectado por el otro. Si la calidad se mantiene, los clientes volverán.

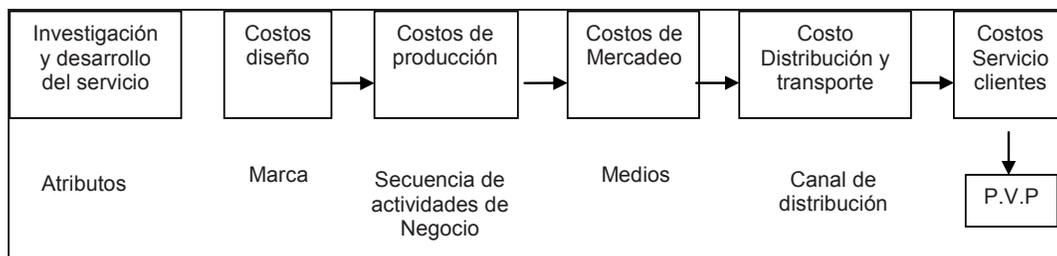


Figura 2: Sistema de fijación de precios

Entonces para concluir, el precio estará valorado en \$30.8+ IVA por consulta, lo que da un precio final de \$35, basándonos en la Tasa Vigente.¹ Las personas que acudan a la consulta mediante la promoción publicitaria en las ferias de las competencias, obtendrán un 20% de descuento en el valor total, es decir, \$25+IVA, precio final: \$28. (Ver anexo 2, Proyección de ventas y gastos generales)

En lo que respecta al precio de los platos, se manejará un precio inicial tentativo de \$6.16 + IVA, dando como resultado un precio final de \$7 por plato. Es tentativo porque se evaluará su legitimidad luego de realizar las recetas estándar y posteriormente el análisis financiero. Según la encuesta realizada, es un valor aceptable y muy llamativo. Este incluirá entrega a domicilio dentro de la aérea establecida para la ruta, procesos de planta y empaque. Podrá parecer un precio un tanto elevado en comparación a los que manejan algunos establecimientos de almuerzos ejecutivos. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que el precio genera una expectativa de calidad superior, la cual se procurará no defraudar y que en consecuencia generará satisfacción en el cliente por lo que está pagando. Adicionalmente, el precio refleja el prestigio y reputación que la marca pretende alcanzar, si bien inicialmente será complicado romper aquel paradigma, posteriormente la experiencia con el servicio será clave para la aceptación del precio.

¹ El valor por consulta en el mercado oscila entre los \$30 y \$40. **Tomado de:** Nutricionista María Fernanda Sandoval, docente de la Universidad de las Américas.

2.3.4 Promoción

Inicialmente la promoción del servicio recae en la efectividad de las campañas publicitarias que se realizarán en las ferias de las competencias y carreras que se efectúen en Quito y sus valles. Los mismos clientes se convertirán en nuestro medio de propaganda más práctico mediante la comunicación de su experiencia a la gente de su entorno. Además de página web, contará con una cuenta oficial dentro de las redes sociales más populares y publicará anuncios en medios masivos.

2.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En el mercado laboral se desempeña una amplia gama de nutricionistas, nutriólogos y dietistas al servicio del público. Muchos de ellos aplican dietas a diversas enfermedades que han afectado seriamente a gran parte de la sociedad, tales como: Diabetes, sobrepeso, obesidad, bajo peso, colesterol alto, triglicéridos altos, Gota, enfermedades gastrointestinales, hígado graso, hipoglucemia, enfermedades renales, anemia, entre otras. (<http://www.ecuamedical.com>)

La oferta de un profesional que pueda aplicar la gastronomía y la nutrición sigue siendo desconocida. En un diálogo con María Fernanda Sandoval, profesora nutricionista de la Universidad de las Américas, se pudo conocer que en el Ecuador y específicamente en la ciudad de Quito, no se ha promocionado este tipo de servicio. Inclusive los puertos de búsqueda en línea, no revelan ningún dato de un nutricionista especializado en las artes culinarias. En su opinión, resulta muy atractivo para quien necesita regirse a una dieta, que esta sea dictaminada por un Chef que pueda ofrecer un seguimiento tal como lo hiciera un nutricionista. Llámese chef en el medio social, a la persona ambientada en el arte culinario y que posee buen desempeño en la cocina.

En lo que respecta al ámbito gastronómico, existen sitios de restauración donde se ofrecen platos “light”, sin embargo, a diferencia de Feedin’ Good que

busca satisfacer las necesidades nutricionales de sus clientes en su plenitud, estos están enfatizados en ofrecer preparaciones que procuran no tener carbohidratos o azúcares ni grasas, cuando estos nutrientes son esenciales para el organismo y son componentes relevantes de un plato equilibrado.

En lo que respecta al medio de Cumbayá, el sector ofrece una variedad muy amplia de bares y restaurantes. Algunos ejemplos son: El palacio de las Fritadas, NOÉ, St. Andrew's, El Cavo, Lucía, Koi, Chacal parrilladas, El Sitio, Al Forno, La Bricciolla, Bocatto, Chipote Chillón, El Rincón de Pancho, Taconazo, Rusty, Parrilladas Federer, Ceviches de la Rumiñahui, entre otros, ofrecen platos principales a la carta valorados entre \$7 hasta \$30, creando así un cheque promedio entre 10 y 20 dólares por persona. Para el público en general representan lugares de asistencia "ocasional", más no de alimentación diaria. Son muy pocos los establecimientos que ofrecen almuerzos ejecutivos, menús variados, nutritivos y sabrosos y a precios asequibles.

Deportistas que acuden donde deportólogos, quienes carecen de un conocimiento profundo de nutrición humana, generalmente no se sienten satisfechos por las sugerencias obtenidas y en consecuencia abandonan fácilmente las dietas y el régimen aconsejado. No encuentran motivación alguna y para ellos la alimentación se torna un sacrificio, un acto poco agradable y no disfrutan de la comida como debería ser. Por otro lado, los nutricionistas se han formado de tal manera que conocen a fondo los nutrientes que los alimentos pueden proporcionar al organismo, pero eso no les garantiza que sepan combinar la gastronomía y la ciencia de la nutrición. Es muy atractiva la oferta de un plan nutricional enfatizado en los sabores y Feedin' Good eliminará la preocupación del cliente de la preparación estos platos, ir de compras, empleo de tiempo para cocinar, entre otras molestias.

La investigación y experimentación no cesará para Feedin' Good. El reconocimiento de nuevos productos, variaciones en menús, cómo sustituir ingredientes de recetas existentes de tal manera que el sabor no cambie pero

el valor nutritivo sea el conveniente, siempre representará una prioridad y un reto empresarial. Evitará la redundancia en la planificación de las dietas, siendo importante el cambio constante para evitar la monotonía y el aburrimiento, por lo que Feedin' Good estima mantenerse a la vanguardia de nuevas recetas y al tanto de noticias sobre alimentación que faculten la renovación y crecimiento del servicio.

Además, el apoyo y soporte que generará la vinculación con los organizadores de eventos deportivos, garantizará la credibilidad de Feedin' Good para los consumidores. Esta confianza se verá reflejada en los resultados obtenidos por los asistentes a las consultas. Tener de referencia el patrocinio de competencias de prestigio y de gran acogida servirá de valor agregado frente al resto de empresas con el mismo fin.

2.5 OFERTA GASTRONÓMICA

El concepto de Feedin' Good fue detallado anteriormente. Ahora se demostrará cómo se diseñarán las dietas de los deportistas, basándonos en un ejemplo. El Plan Alimenticio a continuación, consiste de seis menús en una dieta de 6 días. Cada receta ha sido elaborada detallando sus valores nutricionales, tomando en cuenta que las calorías no sobrepasen ni sean inferiores a las requeridas por un corredor normal y, adicionalmente, se enunciará una pequeña conclusión del porqué de la misma.

2.5.1 Menú 1

El beneficio fundamental de este menú recae en el aporte de almidón complejo y vitaminas del grupo B que genera la papa, junto con el aporte de proteína de alto valor biológico del pescado y leguminosas, permite que el deportista dote a su organismo de nutrientes necesarios para desarrollar su actividad física con un alto rendimiento.

Total de calorías por menú individual: **1565.55**

Tabla 3: Entrada Menú 1.

Guiso primaveral							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
aceite de oliva	30	gr		0	269,46	0	269,46
cebolla perla	250	gr	dados medianos	6	2,25	160	168,25
apio	150	gr	en rodajas	4,2	1,35	33,6	39,15
zanahoria	225	gr	pelada y en rodajas	9,9	2,025	93,6	105,525
papa chola	300	gr	pelada, dados mediano	28,8	0	244,8	273,6
Fondo de verduras	1250	ml		0	0	0	0
fréjol blanco	400	gr	previamente cocinadas o en conserva	290,72	46,8	1033,6	1371,12
Salsa de soya	30	ml		6,12	0,27	10,08	16,47
granos de choclo	85	gr	tierno	11,22	13,77	90,44	115,43
habas	200	gr	tiernas	90,4	9	197,6	297
col blanca	250	gr	rallada	16	6,75	52	74,75
maicena	45	gr		0,54	2,835	152,46	155,835
agua	30	gr	fría	0	0	0	0
queso parmesano	200	gr	rallado	332	540	29,6	901,6
sal y pimienta	5	gr		0	0	0	0
Totales				795,9	894,51	2097,78	3788,19
						Total calorías por porción	947,05

Tabla 4: Plato Principal Menú 1

Tilapia a la pimienta y cítricos							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
limón meyer	80	gr		0,03	0,02	0,69	0,74
naranja nacional	2	unid		3,20	0,02	0,83	4,05
tilapia	800	gr		777,60	309,60	0,00	1087,20
tomillo	5	gr		0,00	0,00	0,00	0,00
aceite de oliva	30	gr		0,00	269,46	0,00	269,46
pimienta negra	3	gr		1,44	4,51	6,48	12,43
sal	2	gr		0,00	0,00	0,00	0,00
Totales				782,27	583,61	8,00	1373,88
						Total calorías por porción	343,47

Tabla 5: Postre Menú 1

Magdalenas de nuez moscada y canela							
Número de porciones	12						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
salvado de trigo	140	gr		35,84	52,92	78,96	167,72
leche descremada	250	ml		33	4,5	45	82,5
harina de trigo integral	250	gr		106	36	734	876
levadura	15	gr		23,34	2,43	23,94	49,71
nuez moscada	3	gr	rallada	0,7	9,8	5,9	16,4
canela	5	gr	molida	0,76	1,4	15,96	18,12
azúcar morena	125	gr		0	0	497,5	497,5
pasas	200	gr		103,2	27	656	786,2
huevos	2	unid		0,6	0,9	0	1,5
aceite de girasol	90	gr		0	805,95	0	805,95
Totales				303,44	940,9	2057,26	3301,6
						Total calorías por porción	275,13

2.5.2 Menú 2

La importancia de ingerir proteína como la del pollo, se debe a que es fuente de vitamina B, así como hierro, potasio, magnesio, zinc y fósforo, tiene bajo contenido en grasas y además, es fácil de digerir. El aporte alto de este macronutriente beneficia al desarrollo de masa muscular, lo que es indispensable en el deportista.

Total de calorías por menú individual: **972.24**

Tabla 6: Entrada Menú 2.

Sopa de pollo y puerros							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
aceite de oliva	30	gr		0	269,46	0	269,46
cebolla perla	200	gr	juliana	4,8	1,8	128	134,6
zanahoria	150	gr	brunoise	6,6	1,35	62,4	70,35
puerro	500	gr	1/4 en brunoise, el resto en dados	2	13,5	328	343,5
pollo	1000	gr		856	270	0	1126
laurel	2	hojas		0	0	0	0
ciruelas pasas	60	gr	rodajas	5,52	2,16	96	103,68
sal / pimienta	5	gr		0	0	0	0
perejil fresco	5	gr	picado fino	0,58	0,36	1,26	2,2
Totales				875,5	558,63	615,66	2049,79
					Total calorías por porción		512,45

Tabla 7: Plato principal Menú 2

Encocado de pollo							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
leche de coco	500	gr	baja en grasa	0,00	0,90	0,00	0,90
caldo de pollo	1	lt		0,00	0,00	0,00	0,00
pasta de tomate	80	gr		3,74	33,12	23,04	59,90
Pechugas de pollo	600	gr	en cubos	554,40	60,48	0,00	614,88
Tomate cherry	250	gr	mitades	10,00	6,75	30,00	46,75
vainitas	250	gr		20,00	6,75	58,00	84,75
fideos de arroz	200	gr		103,20	27,00	656,00	786,20
cilantro	5	gr	picado	0,90	0,32	1,32	2,54
sal / pimienta	5	gr		0,00	0,00	0,00	0,00
Totales				692,24	135,32	768,36	1595,92
						Total calorías por porción	398,98

Tabla 8: Postre Menú 2.

Naranjas asadas con Canela							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
naranjas americanas	320	gr		14,08	2,88	148,48	165,44
canela molida	5	gr		0,76	1,4	15,96	18,12
azúcar morena	15	gr		0	0	59,7	59,7
Totales				14,84	4,28	224,14	243,26
						Total calorías por porción	60,82

2.5.3 Menú 3

Las grasas son necesarias por su alto aporte de energía, y también por que otorgan un buen sabor a los alimentos. Además, es un vehículo para las vitaminas liposolubles. Tienen poder de saciedad, lo cual es beneficioso en dietas para deportistas pues no se las debe restringir por completo, solo buscar equilibrarlas en el menú.

Total de calorías por menú individual: **1509.41**

Tabla 9: Entrada Menú 3.

Menestra de Curry y Camote							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
aceite vegetal	10	ml		0	89,82	0	89,82
camote	200	gr	pelado, dados medianos	8,8	1,8	230,4	241
Papa chola	75	gr	dados medianos	7,2	0	61,2	68,4
cebolla paiteña	250	gr	brunoise	12	2,25	126	140,25
ajo	20	gr	machacado	2,32	0,18	23,36	25,86
chile verde	10	gr	picado fino	0,52	0,54	2,36	3,42
jengibre	10	gr	picado fino	0,68	0,63	6,04	7,35
lenteja	65	gr		61,88	10,53	140,4	212,81
fondo de verduras	170	ml		0	0	0	0
yogurt natural	60	gr		12	5,4	33,6	51
garam masala	5	ml		0	0	0	0
sal / pimienta				105,4	111,15	623,36	839,91
Totales				210,8	222,3	1246,72	1679,82
						Total calorías por porción	419,96

Tabla 10: Plato principal Menú 3.

Pollo con pistachos							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
fondo de pollo	65	ml		0	0	0	0
Salsa de soya	30	ml		6,12	0,27	10,08	16,47
vino blanco	60	ml		0,24	0	1,92	2,16
maicena	15	gr		0,18	0	57,6	57,78
huevo	1	unid	solo clara	0,416	0,018	0	0,434
pasta de maní	45	gr		55,62	196,43	29,34	281,385
pechuga de pollo	450	gr		415,8	45,36	0	461,16
champiñones	450	gr		45	16,2	81	142,2
brócoli	50	gr		6,4	0,9	10	17,3
brotos de soya	150	gr		82,2	66,15	61,8	210,15
pistachos	250	gr	pelados	149	1188	275	1612
sal y pimienta				0	0	0	0
Totales				760,976	1513,3	526,74	2801,04
						Total calorías por porción	700,26

Tabla 11: Postre Menú 3.

Barritas de avena con uvillas							
Número de porciones	16						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
mantequilla	150	gr		4,8	1094,9	0	1099,65
miel	45	gr		0,9	0	140,4	141,3
azúcar morena	200	gr		0	0	796	796
mantequilla de maní	125	gr		120	561,38	105	786,375
avena	750	gr		510	472,5	1989	2971,5
uvillas	65	gr		3,38	1,755	47,06	52,195
pipas de girasol	30	gr		23,16	134,46	28,8	186,42
ajonjolí	30	gr		20,88	154,17	18,6	193,65
Totales				683,12	2419,1	3124,86	6227,09
						Total calorías por porción	389,19

2.5.4 Menú 4

El grupo de verduras y hortalizas es el más extenso de la pirámide nutricional, por lo que es indispensable en cualquier la dieta. La presencia de fibra favorece a mantener el peso adecuado y una buena digestión, además del aporte de micronutrientes importantes para el la salud, especialmente la de un deportista.

Total de calorías por menú individual: **1428.50**

Tabla 12: Entrada Menú 4.

Sopa de zanahoria y comino							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
zanahoria	300	gr	brunoise	13,2	2,7	124,8	140,7
ajo	10	gr	picado	1,16	0,09	11,68	12,93
cebolla blanca	50	gr	brunoise	2,6	0,9	22,2	25,7
tomate	200	gr	concassé	14,4	10,8	40,8	66
comino	5	gr		0	0	0	0
fondo de verduras	1	lt		0	0	0	0
yogurt natural	100	gr		20	9	56	85
sal / pimienta							
Totales				51,36	23,49	255,48	330,33
						Total calorías por porción	82,58

Tabla 13: Plato Principal Menú 4.

Atún con salsa verde							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
Atún	800	gr	filetes	736	864	0	1600
aceite de oliva	15	ml		0	134,73	0	134,73
limón	60	gr	en gajos	0,96	0,54	20,64	22,14
Salsa verde							
perejil	55	gr		6,38	3,96	13,86	24,2
cebolla perla	200	gr		4,8	1,8	132,8	139,4
ajo	20	gr		2,32	0,18	23,36	25,86
anchoas	15	gr		12,3	6,75	0	19,05
albahaca	30	gr	fresca	304,8	1,62	5,16	311,58
alcaparras	10	gr		0,92	0,72	1,92	3,56
orégano	3	gr	seco	0	0	0	0
aceite de oliva	130	ml		0	1167,7	0	1167,66
zum de limón	50	ml		0,8	0,45	17,2	18,45
sal / pimienta							
Totales				1069,28	2182,4	214,94	3466,63
						Total calorías por porción	866,66

Tabla 14: Postre Menú 4

Piña con yogurt de almendras							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
piña	1000	gr	pelada	20	0	460	480
aceite girasol	5	ml		0	44,78	0	44,78
yogur	165	ml		33	14,85	92,4	140,25
almendras	200	gr	peladas, tostadas y oicadas	130,4	928,8	192,8	1252
Totales				183,4	988,43	745,2	1917,03
						Total calorías por porción	479,26

2.5.5 Menú 5

En esta dieta podemos destacar los beneficios del camote que contiene gran cantidad de almidón, vitaminas y fibra. Sin embargo, el mayor beneficio que se puede obtener de él es su alto contenido de potasio, ideal para una dieta deportiva porque junto al calcio y al sodio, ayudan a normalizar el ritmo cardiaco y combaten la fatiga. Además existe un aporte ideal de proteína de un pescado magro como la corvina, que provee un equilibrio calórico adecuado.

Total de calorías por menú individual: **706.32**

Tabla 15: Entrada Menú 5.

Sopa de camote, zapallo y ajo							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
zapallo	800	gr	dados medianos	9,6	7,2	156,8	173,6
camote	175	gr		7,7	1,575	201,6	210,875
cebolla blanca	150	gr	brunoise	7,8	2,7	66,6	77,1
aceite de oliva	15	ml		0	134,73	0	134,73
ajo	20	gr		2,32	0,18	23,36	25,86
caldo de pollo	500	ml		0	450	0	450
crema agria	175	ml		11,2	519,75	49	579,95
cebollín	2	gr	picado fino	0,112	0,036	0,48	0,628
sal / pimienta							
Totales				38,732	1116,2	497,84	1652,74
						Total calorías por porción	413,19

Tabla 16: Plato Principal Menú 5

Corvina y mejillones con cilantro							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
pasta de maní	30	gr		37,08	130,95	19,56	187,59
Corvina	280	gr	dados grandes	213,92	5,04	2,24	221,20
mejillones	225	gr	frescos sin valvas	97,20	38,48	17,10	152,78
zanahoria	200	gr	dados pequeños	8,80	1,80	83,20	93,80
apio	120	gr		5,42	2,16	5,42	13,01
pimientos amarillos	200	gr		7,20	3,60	29,60	40,40
arvejas	175	gr		52,50	6,30	149,80	208,60
ajo	5	gr	machacado	0,58	0,05	5,84	6,47
cilantro	90	gr	cilantro	16,20	5,67	23,76	45,63
Totales				438,90	194,04	336,52	969,47
						Total calorías por porción	242,37

Tabla 17: Postre Menú 5

Higos asados a la miel y sabayón							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
higos	8	unid	frescos, maduros, en mitades	0,544	0,216	3,36	4,12
miel	60	ml		1,2	0	187,2	188,4
romero	2	ramas	fresco	0,384	2,736	5,168	8,288
huevos	3	unid		0,9	1,35	0	2,25
Totales				3,028	4,302	195,728	203,058
						Total calorías por porción	50,76

2.5.6 Menú 6

La fruta tiene un gran poder antioxidante, entre las más destacadas se encuentran las uvas, fresas, frambuesas y moras. Se puede combatir la oxidación de las células por un exceso de ejercicio físico, motivo por el cual este tipo de alimentos son recomendados en dietas para deportistas.

Total de calorías por menú individual: **1248.55**

Tabla 18: Entrada Menú 6

Sopa fría de arvejas							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
caldo de verduras	400	ml					
Arvejas	1250	gramos		375	45	1070	1490
cebolla blanca	55	gramos		2,88	0,99	24,44	28,31
yogurt natural	300	ml		60	27	168	255
aceite de oliva	15	ml		0	134,73	0	134,73
Totales				435	207,72	1262,44	1908
						Total calorías por porción	477,00

Tabla 19: Plato principal Menú 6.

Brochetas de dorado al romero y tocino							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
Dorado	200	gramos		149,6	3,24	10,4	163,24
Romero	12	gramos		2,32	16,38	31	49,7
Limón	30	ml		1,32	0,81	11,16	13,29
Ajo	50	gramos		5,8	0,45	58,4	65,97
Tocino	50	gramos		16,8	319,5	0	336,3
yemas huevo	3	unidad		0,32	6,39	0	13,42
aceite de oliva	230	ml		0	2065,9	0	2065,85
Totales				176,16	2412,6	110,96	2707,77
						Total calorías por porción	676,94

Tabla 20: Postre Menú 6.

Copa de frutos del bosque							
Número de porciones	4						
Ingredientes	cantidad	unidad	Observación	Proteína	Grasa	CHO	Calorías
gelatina de fresa	12	gramos		3,74	0	43,44	47,18
jugo de mora	200	ml		56,8	16,2	81,6	154,6
frambuesas	100	gramos		2,8	4,5	28	35,3
frutillas	100	gramos		28	4,5	28	60,5
mora	100	gramos		28,4	8,1	40,8	77,3
Totales				119,74	17,1	221,84	378,44
						Total calorías por porción	94,61

Se puede apreciar un aporte significado de calorías basadas en recetas llamativas enfatizadas en sabores atractivos que complazcan las distintas exigencias del cliente.

3 CAPÍTULO III: ADMINISTRACIÓN

3.1 TALENTO HUMANO

3.1.1 Reclutamiento de Personal

Es esencial aprovechar las habilidades de los candidatos, por lo que se verán sometidos a un período de prueba para evaluar, analizar sus cualidades, desempeño, defectos y aptitudes y así poder llegar a seleccionar el mejor calificado. La selección final estará a cargo del gerente general y un representante de RR.HH. para lograr un acuerdo, evaluando sus habilidades humanas y aptitud para el puesto de trabajo.

3.1.2 Banco de Datos

En este caso se realizará un reclutamiento de gente a través de los medios más importantes para potencializar la selección de personal y candidatos idóneos. Después de la adquisición del nuevo empleado se hará una selección de hojas de vida creando un Banco de Datos para futuros puestos, las personas elegidas serán ubicadas en una lista de espera de futuras vacantes.

3.1.3 La Selección como un Proceso de Decisión y de Elección

3.1.3.1 Identificación de las Características Personales del Candidato

El personal ya contratado deberá responder bien las obligaciones y responsabilidades en su puesto de trabajo de acuerdo a sus capacidades y sobre todo cumplir las normas que se le imponen.

3.1.4 Decisión y Elección

Luego de comparar las características de las personas idóneas para el puesto vacante, se procederá a ejecutar una selección más profunda para saber cuál es el que reúne los requisitos de acuerdo al perfil requerido.

3.1.4.1 Modelo de Colocación, Selección y Clasificación de los Candidatos

- **Modelo de colocación**

Cuando hay candidato para cierta vacante, la empresa no tiene opción de rechazarlo.

- **Modelo de selección**

Si hay varios candidatos se analizará cada carpeta y así determinará cuál es la mejor, y aquellos que no están dentro del perfil solicitado, serán rechazados.

- **Modelo de clasificación**

Existen varias vacantes y candidatos. En este caso, RRHH ubicará al aplicante de acuerdo a sus cualidades en diferentes puestos.

- **Modelo de valor agregado**

Se seleccionará a un candidato dentro de la empresa, debido a que existe una competencia interna.

3.1.4.2 Identificación de las Características Personales del Candidato

1. Ejecución de la tarea en sí:

Se deberá tener una concentración para los detalles, una visión amplia. El empleado siempre deberá estar dispuesto y realizará su trabajo con satisfacción y siempre viendo más allá de lo que pueda ser.

2. Interdependencia con otras tareas:

Siempre habrá relación con otras tareas de la empresa, por lo tanto el empleado debe poseer conocimiento general básico.

3. Interdependencia con otras personas

Las personas deberán estar aptos para el trabajo en equipo, independientemente del cargo que ocupen.

4. Interdependencia con la Unidad Organizacional o con el Propietario de la organización

El candidato deberá considerarse parte de la empresa para optimizar su desempeño.

3.1.5 Estructura Organizacional

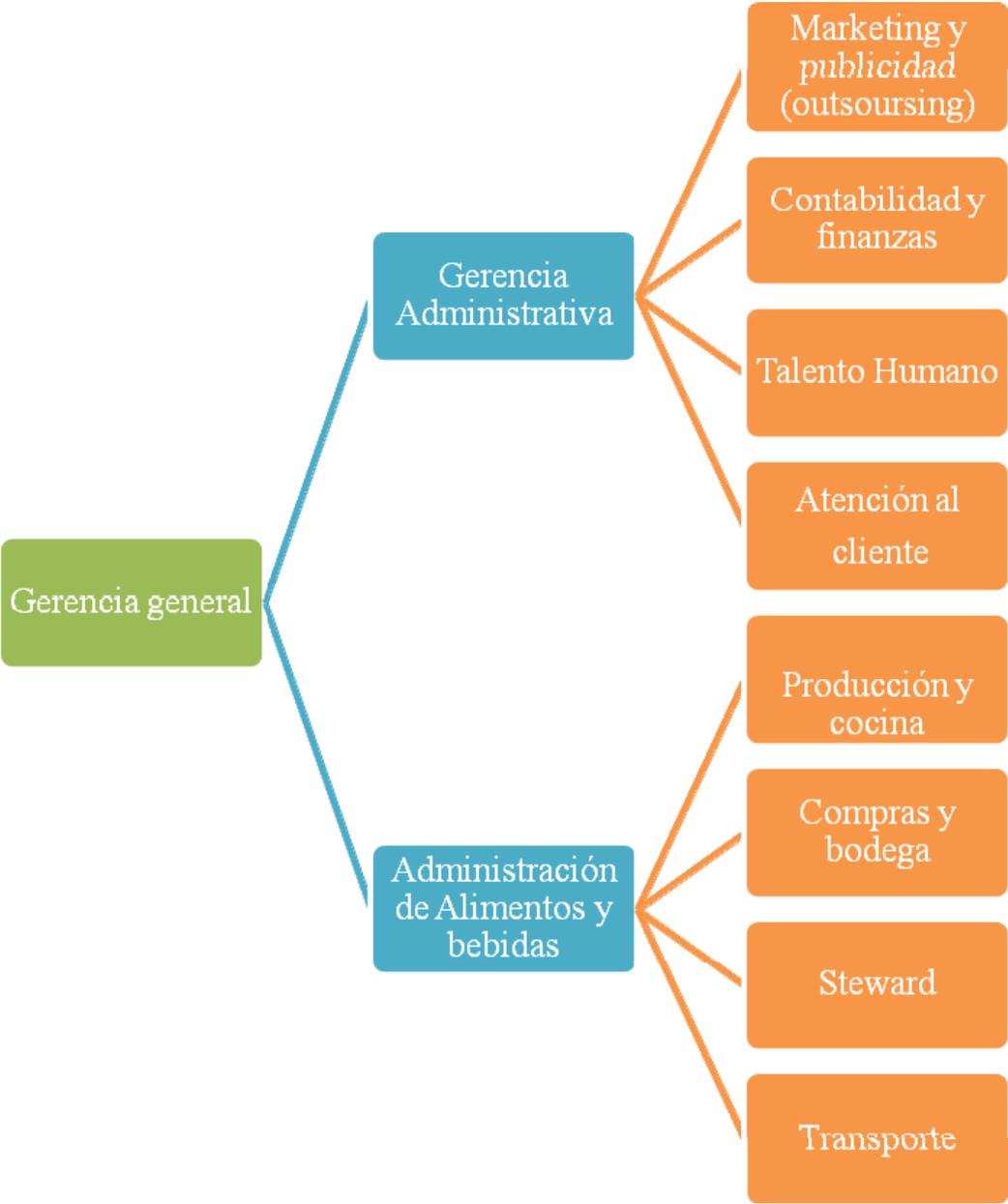


Figura 3: Organigrama estructural.

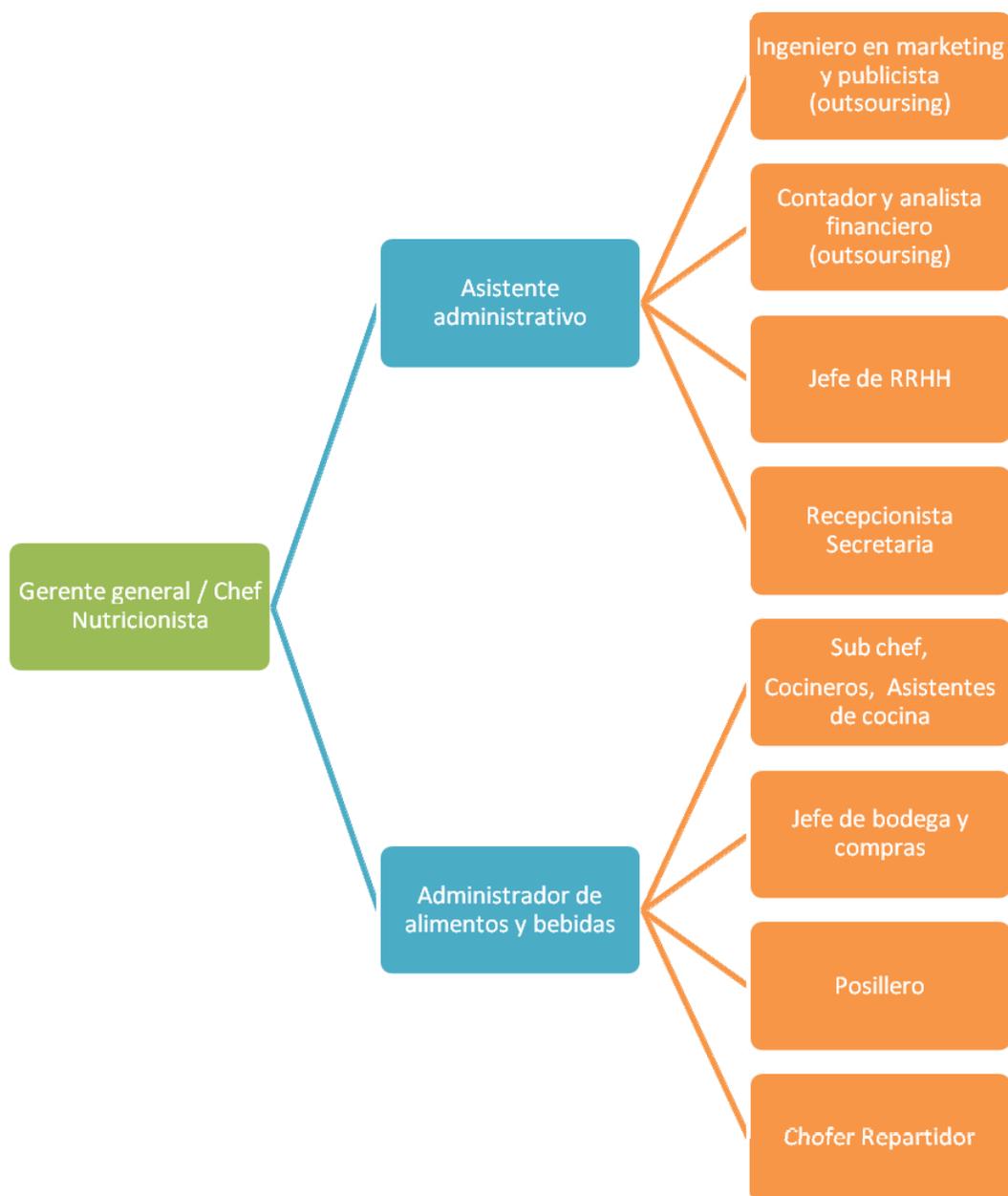


Figura 4: Organigrama Funcional.

3.1.5.1 Descripción y Perfil por Puestos de Trabajo

- **Chef Nutricionista / Gerente General:**

- Administrar: planificar, organizar, dirigir y controlar todos los departamentos.

- Trabajar conjuntamente con los demás departamentos y realizar evaluación de las actividades de la empresa.
- Optimizar los recursos humanos, financieros y materiales.
- Elaboración de recetas standard y planes alimenticios personalizados
- Examinar cada paciente y realizar un cuadro de requerimiento de energía y diagnóstico nutricional.
- Atención al cliente y recepción de críticas o comentarios
- Toma de decisiones gerenciales
- Dirección estratégica
- Elaboración de menús
- Preparación de alimentos y bebidas
- Controlar normas de higiene y sanidad
- Planteamiento de Políticas internas
- Elaboración del manual del empleado
- Asociaciones con organizadores de eventos deportivos
- Convenios
- Remuneración del personal, firma de cheques.
- Notificaciones al personal

- **Asistente Administrativo**

- Asistencia y soporte en supervisión de los departamentos administrativos.
- Elaboración de horarios de trabajo del personal.
- Soporte de dirección estratégica.
- Relaciones públicas.
- Presentar informes sobre el desempeño de cada departamento.
- Elaboración de memos.
- Proactivo, seguro e imponente.

- **Administrador de Alimentos y bebidas / Jefe de Talento Humano / Jefe de bodega y compras**

- Selección de proveedores.
- Elaboración de recetas standard.
- Mantener informado al Chef de todo lo que incumbe a la empresa.
- Supervisión del área de cocina conjuntamente con el Sub Chef.
- Manejo de inventarios.
- Elaboración de documentos con distintos formatos para la cocina; Lista de producción semanal, Lista de elaborados diario, Lista de bajas y pérdidas, Formato para requisiciones, Formato de pedidos, formato de compras, Formato de inventario diario.
- Tabulación de cifras de cada formato.
- Elaboración de informe estadístico.
- Solicitud de personal.
- Evaluación y selección del personal.
- Realizar roles de pagos.
- Determinar sueldos mensuales, comisiones, décimos y vacaciones.
- Contratos.
- Afiliación de los empleados al IESS.
- Capacitaciones.
- Gestiones de liquidación e indemnizaciones.
- Actividades recreativas y talleres de motivación del personal.
- Cultura Organizacional.
- Proactivo, seguro, buena presencia y actitud.
- Pedidos a proveedores de alimentos y bebidas.
- Interpretación de requisiciones de cocina
- Elaboración de lista de compras.
- Realizar compras sin proveedor.
- Mantener la bodega en orden y limpia.
- Manejo de inventarios de bodega.
- Informes de ingresos y egresos de insumos.

- Organizar insumos según la norma FIFO.
- Informar acerca de productos prontos a expirar.
- Recepción y análisis de mercadería.
- Entrega de facturas al departamento de contabilidad.
- Encargado de llaves de bodega.

- **Contador y analista financiero**

- Manejo de recursos económicos de la empresa.
- Elaboración de informes de contabilidad, balances y estados financieros.
- Manejo de cuentas bancarias.
- Pago a proveedores.
- Pago empleados.
- Estudiar, medir y analizar los patrimonios de la empresa.
- Presentar información de forma sistemática y útil para facilitar las acciones y toma de decisiones
- Realizar declaración de impuestos.
- Mantener actualizada la base de datos financieros que abarquen la empresa.
- Estar al tanto de nuevos decretos económicos que involucren al desempeño de la empresa

- **Ingeniero en Marketing y Publicista (Asesoría Externa)**

- Plan publicitario
- Plan de marketing
- Desarrollo de estrategias de publicidad y promoción
- Elaboración de campañas, atención al cliente y revelación del servicio
- Información del servicio
- Formar parte de los auspiciantes en los eventos deportivos, establecer su stand de la empresa y vender el servicio.

- Carpas informativas y suscripciones
- Demostraciones y consejos
- Deben estar presentes en todos los eventos en el espacio asignado por los organizadores
- Actitud positiva, carisma y empatía para llamar la atención del cliente.

- **Secretaria / Recepcionista**

- Atención a visitas
- Asistencia en las consultas.
- Atender llamadas telefónicas.
- Realizar llamadas telefónicas requeridas.
- Recepción y respuesta de correos.
- Informar constantemente al gerente acerca de todo.
- Recepción de documentos.
- Atención cordial al cliente.
- Archivo de documentos.
- Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones, y de reuniones o citas.
- Poseer conocimiento de los departamentos de las Administraciones Públicas con los que esté más relacionada la sección de que dependa.
- Poseer conocimiento básico tanto de gastronomía como de nutrición.
- Estar dispuesta a escuchar al cliente y aceptar diligencias repentinas.
- Tener conocimiento de protocolo empresarial e institucional.
- Conocer el correcto manejo de maquinaria tecnológica.
- Buena actitud y simpatía.
- Buena presencia.
- Educación, modales y valores.
- Buena ortografía y caligrafía.

- **Sub Chef**

- Dirección directa y continua del personal de cocina.
- Supervisión de higiene y sanidad durante la producción y del establecimiento.
- Elaboración de requisiciones a bodega.
- Responsable de capacitar y asesorar al personal de cocina.
- Rectificar sabores antes de su despacho.
- Organización y supervisión de cuartos fríos.
- Manejo de recetas standard.
- Manejo de inventarios.
- Empaque de pedidos.
- Jefe de cocina en ausencia del Chef.
- Encargado de llaves de cocina.

- **Cocineros y asistentes de cocina**

- Preparación de alimentos.
- Producción y almacenamiento.
- Manejo correcto de normas de sanidad e higiene.
- Corrección de recetas.
- Correcta utilización de máquinas y herramientas de cocina.
- Limpieza de la cocina al final de la jornada. Mesones, cocinas y maquinaria.
- Los asistentes de cocina deberán apoyar al personal de cocina en todo lo que requieran.

- **Posilleros**

- Limpieza de vajilla, cubertería, cristalería, instrumentos de cocina, pisos, paredes, cuartos fríos, hornos.
- Limpieza de oficinas.
- Asistencia de cocina cuando sea requerida.

- **Transporte**

- Transporte y entrega de pedidos.
- Elaboración de rutas de entrega.
- Puntualidad.
- Mantenimiento y limpieza del vehículo.
- Recepción de pagos y entrega de facturas.
- Imagen de la empresa, por lo que debe tener buena presencia, buenos modales, predispuesto a ayudar y debe conocer detalles de los menús despachados: preparación, ingredientes, valor nutritivo.

- **Outsourcing: Deportólogo**

- Asesoría y apoyo en casos que lo demanden.

3.1.6 Horario de Trabajo

Mediante una organización adecuada y el desarrollo puntual de las distintas labores por parte del personal, se espera cumplir al pie de la letra el horario establecido, con el fin de respetar el tiempo de todos los que conforman el talento humano de la empresa y el pago de horas extras.

Tabla 21: Horarios de trabajo

Horario de trabajo								
Cargo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	total horas
Chef nutricionista/Gerente General	8 am-5 pm	Libre	Libre	45				
Administrador de Alimentos y Bebidas / Jefe de RRHH	8 am-4 pm	Libre	Libre	40				
Recepcionista / Secretaria/Asistente Administrativa	8 am-4 pm	Libre	Libre	40				
Sub Chef	7 am-4 pm	Libre	Libre	40				
Cocineros	7 am-4 pm	Libre	Libre	40				
Asistentes de Cocina	7 am-4 pm	Libre	Libre	40				
Jefe de bodega y compras	8 am-5 pm	Libre	Libre	40				
Posilleros	9 am-6 pm	Libre	Libre	40				
Chofer repartidor	7 am-4 pm	Libre	Libre	40				
Contador	8 am-5 pm	Libre	Libre	40				

3.1.7 Nómina de Empleados y Salarios

Tabla 22: Salarios

Salarios de mano de obra directa							
Cargo	Cantidad	Sueldo base	Básico anual	13er sueldo	14to sueldo	Fondos de reserva (7,33%)	Aporte anual IESS (-9,35%)
Chef nutricionista/Gerente General	1	700	8400	700	292,29	699,72	785,4
Administrador de Alimentos y Bebidas / Jefe de RRHH / Jefe de bodega y compras	1	500	6000	500	292,29	499,8	561
Recepcionista / Secretaria/Asistente Administrativa	1	300	3600	300	292,29	299,88	336,6
Sub Chef	1	400	4800	400	292,29	399,84	448,8
Cocineros	2	300	3600	300	292,29	299,88	336,6
Posilleros	1	292,29	3507,48	292,29	292,29	292,17	327,9494
Chofer repartidor	1	292,29	3507,48	292,29	292,29	292,17	327,9494
Contador	1	350	4200	350	292,29	349,86	392,7
Total	9						

Cargo	Subtotal	Aporte patronal IESS (12,15%)	Vacaciones	Total Anual
Chef nutricionista/Gerente General	9306,61	1020,6	350	10677,21
Administrador de Alimentos y Bebidas / Jefe de RRHH/Jefe de bodega y compras	6731,09	729	250	7710,09
Recepcionista / Secretaria/Asistente Administrativa	4155,57	437,4	150	4742,97
Sub Chef	5443,33	583,2	200	6226,53
Cocineros	4155,57	437,4	150	4742,97
Posilleros	4056,284	426,15882	146,145	4628,58752
Chofer repartidor	4056,284	426,15882	146,145	4628,58752
Contador	4799,45	510,3	175	5484,75
Total	42704,19	4570,21764	1567,29	\$48.841,695

3.2 POLÍTICAS DE LA EMPRESA

- La calidad es vital.
- El cliente es la columna vertebral de la empresa.
- Todo servicio debe realizarse con excelencia y al precio justo.
- Se mantendrán presentes las buenas prácticas de manipulación de alimentos y bebidas en todo momento.
- La atención al cliente es muy importante, es el reflejo propio de la empresa. Es por esto que siempre se debe demostrar cordialidad, respeto, amabilidad, educación, preocupación, simpatía y seguridad.
- La espera es una molestia para todos, los clientes deben ser atendidos con puntualidad y no hay que dejarlos esperar.
- La honestidad es un valor muy bien recompensado.
- Se debe mantener un comportamiento adecuado y ético.
- Todos los clientes se merecen el mismo trato.
- Se mantendrá un ambiente de respeto dentro de la empresa.
- Las compras se las realizarán siempre velando por la salud del cliente, por lo tanto se adquirirán los productos más frescos y de la mejor calidad.
- Conservar limpio el consultorio en todos los aspectos.

- Mantener buena presencia, prolija y presentable.
- Llevar el uniforme limpio y planchado.

3.2.1 Valores

- Honestidad
- Respeto
- Lealtad institucional
- Responsabilidad
- Liderazgo
- Solidaridad
- Eficiencia
- Justicia
- Creatividad
- Trabajo en equipo

3.3 MANUAL DE SANIDAD E HIGIENE

Todo el personal contratado será acreedor al “Manual Básico de Sanidad e Higiene”. (Ver anexo 5).

3.4 REQUISITOS LEGALES DE FUNCIONAMIENTO

1. Obtención de la Patente municipal en el Municipio de Quito

- **Requisito:** Formulario de solicitud de patente (USD 0.20) Copia de la cédula de identidad. Papeleta de Votación. Planilla de servicios (Luz, agua o teléfono).
- **Trámite:** Ingresar la documentación. Atienden en un plazo de 24 horas

- **Costo:** Se paga de base USD 13 Si es una empresa en marcha y se trata de una renovación hay que pagar el 1/1000 de los activos.
- **Resultado:** Patente Municipal.

2. Registro Único de Contribuyentes RUC, en el SRI

- **Requisitos:** Patente Municipal, Copia a color de la Cédula de Identidad. Copia de Papeleta de Votación, Planilla de servicios (Luz, agua o teléfono).
- **Trámite:** En ventanilla.
- **Costo:** Sin costo
- **Resultado:** Número de RUC y certificados.

3. Certificado del Medio Ambiente (Av. Río Coca e isla Genovesa)

- **Requisitos:** Cumplir con las regulaciones ambientales exigidas por la Secretaría del Medio Ambiente. (campana de gases, trampa de grasa, etc.) Llenar formulario solicitud. Carta del Impuesto Predial del dueño del predio. Copia del RUC Copia de la cédula de identidad.
- **Trámite:** Ingresar la documentación. Esperar la inspección (entre 8 y 15 días. Luego de la inspección ir al Municipio para un pago de USD 53.80.
- **Costo:** Pago de USD 53.80 en el Municipio de Quito Luego de ingresado en la Tesorería de la zona a que corresponda el local.
- **Resultado:** Certificado de Medio Ambiente.

4. Informe de Regulación Metropolitana (IRM)

- **Requisitos:** Llenar formulario Informe de Regulación Metropolitana (IRM) Formulario USD 2 Copia de la carta del Impuestos Predial (del año en curso) Copia de la Cédula de identidad. Copia de la papeleta de votación.
- **Trámite:** Tramitar en la oficina del Municipio de cada zona, para obtener el IRM. Dura aproximadamente cuatro (4) días.
- **Costo:** 2USD.
- **Resultado:** (IRM).

5. Uso de Suelo

- **Requisitos:** Llenar formulario, Solicitud de Uso de suelo. Copia de la carta del Impuestos Predial (del año en curso). Copia de la Cédula de identidad. Copia de la papeleta de votación. Copia del IRM.
- **Trámite:** Tramitar en la oficina del Municipio de cada zona para obtener el IRM. Toma 8 días.
- **Costo:** Sin costo.
- **Resultado:** Certificado de uso de suelo.

6. Licencia Metropolitana: Es el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito, que integra las diferentes autorizaciones administrativas tales como: Uso y Ocupación de Suelo (ICUS), Sanidad, Prevención de Incendios,

Publicidad Exterior, Ambiental, Turismo, y por convenio de cooperación Ministerio de Gobierno (Intendencia de Policía).

- **Requisitos:** Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o representante legal. Copia de RUC actualizado. Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones (Persona natural o Representante legal). Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (cuando se requiera). Certificado Ambiental (cuando se requiera). Artesanos: Copia de la Calificación Artesanal (MIPRO o Junta Nacional de Defensa del Artesano) vigente. Copia Carné Artesanal vigente.
- **Trámites:** Se ingresa el trámite y le entregan dos documentos con el Número de Trámite (FUN). Luego de ingresado hay que esperar la inspección del Cuerpo de Bomberos (en aproximadamente 15 días o un mes). Si el local tiene más de 150 m²; los bomberos exigen un estudio denominado Plan de Autoprotección que contenga los mapas de Recursos, Extintores y Evacuación. Luego de la Inspección, los bomberos le entregan un “informe – ticket” con el resultado de la inspección. Con ese documento hay que acercarse al Municipio y retirar el original de la Licencia
- **Costo:** Costo del estudio “Plan de Autoprotección”.
- **Resultado:** Licencia Metropolitana.

7. Ministerio de turismo:

- **Requisitos:** Llenar formulario de registro Copia del Informe de Uso de suelo. Dos copias de la Patente. Copia del RUC Copias de la cédula

de identidad y papeleta de votación. Inventario de los bienes muebles y activos del local.

- **Trámites:** Ingresar el trámite en Turismo Quito. Llenar el formulario. Hay que pagar el 1/1000 de los activos. Trámite demora aproximadamente 15 días.
- **Costos:** 1/1000 de los activos.
- **Resultado:** Hoja de Registro.

8. Ministerio de Salud Pública del Ecuador: Carné de salud de cada empleado

- **Requisitos:** Exámenes y resultados de orina heces y sangre, Copia de cédula y papeleta de votación.
- **Trámite:** Ingresar el trámite. Toma aproximadamente 8 días.
- **Costo:** \$12 cada carné.
- **Resultado:** Carné de salud.

9. Ministerio de Salud: Permiso de funcionamiento de salud

- **Requisitos:** Obtener la Planilla de Inspección. Copia del RUC Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación. Copia de la Licencia Metropolitana. Copia de carnés Copia de Certificados de Manipulación de Alimentos.
- **Trámite:** Tramitar en el Centro de Salud y luego del ingreso de la documentación le entregan un documento para proceder al pago del permiso.

- **Costo:** \$65 o \$126
- **Resultado:** Permiso de Funcionamiento de Salud

10. Certificado de manipulación de alimentos: Ministerio de salud

- **Requisitos:** Capacitación en Manipulación de alimentos.
- **Trámite:** Curso organizado por la dirección provincial de salud.
- **Resultado:** Certificado de participación en el Curso de Manipulación de Alimentos.

3.5 IMAGEN CORPORATIVA

3.5.1 Logotipo

Es el distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto. (Real Academia de la Lengua Española, 2010) Es decir, en una marca, es la representación verbal de una o varias palabras mediante signos tipográficos. No se refiere ni al icono ni al símbolo, solo a las palabras, a las tipografías.

3.5.2 Isotipo

Se refiere a la parte, generalmente icónica o más reconocible, de la disposición espacial en diseño de una marca ya sea corporativa, institucional o personal. En el mundo empresarial y corporativo, isotipo o símbolo viene a referirse a la imagen o sintetización que visualmente se intenta hacer de los valores, personalidad, carácter y principios de dicha empresa. Es por esto, que hacer un buen isotipo es todo un arte y requiere de un profundo análisis de la empresa, creatividad y capacidad de síntesis, para que con los mínimos

elementos, lograr el “ISO” de la empresa, es decir, el “igual” de la empresa de forma visual.

3.5.3 Diseño para Feedin' Good

El primer prototipo capta la idea de fusionar el deporte, la gastronomía y la salud de tal manera que el público pueda apreciar el concepto del negocio en pocos segundos. Debido a que Feedin' Good es una empresa nueva que tiene como objetivo primario posicionarse en la mente del consumidor, decidimos incorporar el logotipo e isotipo en la misma imagen con el fin de ampliar la información proporcionada a simple vista del público.

Aquel diseño fue perfeccionado para obtener el logotipo final y decisivo con el que se iniciará Feedin' Good. El diseño consiste de un corredor con un gorro característico de un chef. Se eligió el color verde y blanco por su relación con la naturaleza, que a su vez es capaz de crear un sentimiento de calma, paz y relajación. El propósito de este diseño es mantenerlo simple, llamativo y elegante, pero que no exprese extrema seriedad, sino un ambiente familiar y amistoso.



Figura 5: Primer prototipo

IMAGOTIPO:**ISOTIPO:****LOGOTIPO:**

Figura 6: Diseño final Logotipo



Figura 7: Tarjetas de presentación

HOJAS MEMBRETADAS



Figura 8: Hojas membretadas

3.5.4 Uniformes del Personal

Para el personal de cocina - Chef, SubChef, Cocineros, Asistente de Cocina y Bodeguero- el uniforme adecuado consiste de:



Figura 9: Chaqueta de chef
Tomado de: www.chefuniforms.com



Figura 10: Pantalón modelo resorte en gabardina
Tomado de: www.grupodiprotex.com



Figura 11: Mandil pechero
Tomado de: www.chefuniforms.com



Figura 12: Cofia tipo americana
Tomado de: www.imperia.tex.tl



Figura 13: Zapatos antideslizantes
Tomado de: www.polyvore.com

Para el personal de posillería el uniforme consiste de:



Figura 14: Chaqueta modelo vincha
Tomado de: www.metal-kraft.com



Figura 15: Mandil de lona
Tomado de: www.uniformstore.biz



Figura 16: Pantalón modelo clásico
Tomado de: www.grupodiprotex.com



Figura 17: Zapatos o botas antideslizantes
Tomado de: www.polyvore.com

El uniforme de la Recepcionista y Secretaría consiste de:



Figura 18: Blusa mangas largas y chaleco
Tomado de: www.euamocabelo.com.br



Figura 19: Zapatos negros cómodos
Tomado de: www.bellezamujer.info

3.5.4.1 Normas de Uso

- Cada empleado será acreedor a dos uniformes completos, a excepción de calzado, los cuales deberán ser reemplazados cuando el Chef lo considere.
- Es responsabilidad de cada empleado cuidar su uniforme, mantenerlo limpio y planchado en todo momento.
- Es obligación de todo el personal a quien se le asigne uniforme usarlo de lunes a viernes durante las jornadas normales de trabajo, adecuadamente (no combinado con otras prendas) y con pulcritud.
- En caso de que las prendas sufran algún daño por el mal trato del empleado, él tendrá que asumir el costo de reparación.
- No está permitido realizar alteraciones al uniforme. En caso de existir alteraciones, el costo del arreglo y/o reposición de las mismas se cargarán al empleado.
- Está prohibido el uso del uniforme fuera de la empresa en reuniones sociales o lugares públicos.
- El personal que está en contacto directo con alimentos debe mantener una presencia aseada, cabello presentable (si es largo, recogerse durante la jornada), uñas cortas y limpias, afeitado.

- Está prohibido el uso de pulseras y anillos.
- Recepcionista y secretaría mantener un peinado y maquillaje discreto, al igual que aretes y accesorios de belleza.
- En caso de que el empleado termine su relación laboral con la empresa, deberá entregar los uniformes que se le asignaron.
- Si llegasen a incumplirse estas reglas, el empleado será amonestado. Si continuase el desacato, el Chef tendrá la potestad de determinar la sanción merecida.

4 CAPÍTULO IV: EQUIPAMIENTO INICIAL

4.1 CONSULTORIO

La apariencia del consultorio debe transmitir a los clientes seguridad, confianza y comodidad. Es por esto que se lo equipará con los muebles y enseres que se detallan a continuación:

Tabla 23: Equipamiento consultorio.

Equipamiento del consultorio	
Detalle	Cantidad
Equipos de computación y tecnología	
Xtratech supreme amd dc 3.0ghz/2gb/500gb/dvdrw/tmp/w7 basic	2
Teclado Xtratech multimedia usb negro	2
Mini mouse Omega plata negro retractil usb	2
Parlante Logitech 2.0 s120	2
Telefono Panasonic dect 6.0 3x1 c-id – silver	1
Impresora Samsung laser monocromatica 20ppm	1
Flat Panel Samsung 18.5	2
Toner Samsung laser para ml-2851 (5k)	1
Muebles de oficina	
Gerencia	
Mesa Gerencia Chocolate 180cm	1
Sillón Presidente Monaco Semireclinable Cuerina	1
Biblioteca Media importada 2 cuerpos	1
Secretaría / Recepción	
Estacion de trabajo importado 1P 140cm	1
Sillón Siluette Media Reclinable	1
Silla Hard PVC Negro/Blanco	2
Archivador Aereo con tapa metalica curva 120cm	1
Sala de espera	
Sofa Bipersonal Phantom Negro	1
Mesa para sala de espera de 80x60cm matal -vidrio	1
Equipamiento médico	
Mesa de examinación	1
Holter de arritmia	1
Balanza digital con tallímetro adulto/pediátrico	1
Set de diagnóstico	1
Tensiómetro de pared adulto	1

4.2 COCINA

La cocina se suministrará con tecnología de punta, equipos y herramientas de trabajo de la mejor calidad y perdurabilidad:

Tabla 24: Equipamiento Cocina.

Equipamiento de cocina	
Detalle	Cant.
Cocina	
Batidora semi-industrial de fabricación americana, KITCHEN AID KSM150 artesanal, de 5 cuartos de galón de capacidad, tazón de acero inoxidable con protector para evitar derrames, un batidor globo de alambre tipo D, un batidor plano tipo B, y un batidor de gancho tipo ED, control de 10 velocidades; motor de 325w.	1
Licuadora WARING BB180S de 32 onz. de capacidad, con vaso de acero inoxidable, con swith alterno de dos velocidades, especificación 115/60/1	1
Cacerola UPDATE U-ASP-3 fabricada de aluminio de 3-3/4 Qt. de capacidad	3
Cacerola UPDATE U-ASP-10 fabricada en aluminio de 10 Qt. de capacidad	1
Sartén VOLLRATH 67814 fabricado de aluminio con recubrimiento antiadherente de 35.56 cm de diámetro.	2
Sartén VOLLRATH 67112 fabricado de aluminio en acabado natural de 30.5 cm de diámetro	5
Olla calentadora de sopas SUNNEX 81388A-3, capacidad 10 lts., operación eléctrica a 450 watts. Espec. eléctrica 120/60/1.	1
Chafer SUNNEX X51229 fabricado de s/s, provisto de bandeja para agua, bandeja tamaño 1/1 de 6.5 cms., dos mecheros y tapa tipo domo.	2
Horno industrial de convección IMPERIAL ICVGP de fabricación americana, un compartimento con capacidad para albergar entre 5 y 12 latas, unidad provista de cinco repisas. Operación a gas con capacidad de calentamiento de 70.000 BTU. Puerta frontal con una hoja de vidrio. Control de temperatura de 150 a 500°F. Motor de ventilación de 1/2 HP de dos velocidades. Dimensiones 96.5 x 102.2 x 152.4 cms. Espec. eléctrica 120/60/1	1
Bandeja para hornear ADVANCE 18-8A-13 fabricada de aluminio, calibre 18, tamaño 1/2 de 45.7 x 33.0 cms.	5
Coche trapeador CARLISLE 36904-04 fabricado de polietileno montado sobre ruedas	1
Cocina industrial IMPERIAL IR-6 de fabricación americana, operación a gas con seis hornillas abiertas con capacidad de calentamiento de 28.000 BTU cada una y piloto independiente, parrillas de hierro fundido de 30 x 30 cms., unidad montada sobre base con horno de 35.000 BTU y control termostático de temperatura entre 150 a 500°F.	1
Terminado exterior en acero inoxidable. Dimensiones 91 x 72 x 91 cms. de alto.	
Basurero CARLISLE, 341020-23, 20gal. capacidad	2
Congelador industrial KOLDPIA SGRF-49FD, 49 pies cúbicos de capacidad, sistema de refrigeración autocontenida con dos motores de 1/2 HP, unidad de dos compartimentos provista de cuatro repisas de alambre con recubrimiento epóxico por cada compartimento, luz interior. Unidad fabricada de acero inoxidable. Dimensiones 126.0x80.0x202.0 cms. Espec. eléctrica 115/60/1	1
Refrigerador industrial KOLDPIA SGRR-23FD, 21 pies cúbicos de capacidad, sistema de refrigeración autocontenida con motor de 1/4 HP, unidad de un compartimento provista de cuatro repisas de alambre con recubrimiento epóxico, luz interior. Unidad fabricada de acero inoxidable. Dimensiones 74.0x80.0x202.0 cms. Espec. eléctrica 115/60/1	1
Bolillo UPDATE U-RPW-3215 fabricado en madera de 38.1 cm de longitud.	1
Esterilla antiadherente MATFER 321002, resistente desde -40°C hasta 300°C. Dimensiones 58.5 x 38.5 cm.	2
Pinza utilitaria HALCO 3512EH, extra heavy fabricada de acero inoxidable de 30.5 cm	2
Tabla de picar UPDATE CBGR-1824 fabricada de polipropileno de 45.72 x 60.96 x 1.3 cm, color verde.	1
Tabla de picar UPDATE U-CB-1520 fabricada en polietileno de 38.1 x 50.8 x 1.3 cm., color blanco	1
Tabla de picar UPDATE U-CBYE-1218 fabricada en polietileno de 30.5 x 45.7 x 1.3 cm., color amarillo	1
Bandeja CARLISLE 10202 fabricada de policarbonato, tamaño 1/1 de 52.7 x 32.4 x 15.24 cms.	10
Tapa flexible para bandeja CARLISLE 10212-14 fabricada de policarbonato, tamaño 1/1 de 52.7 x 32.4 cms., color celeste	10
Balanza digital de plataforma YAMATO DSR-200 con indicador de peso conectado a la base, capacidad 200 lb. x 0.2 lb. Plataforma de acero inoxidable. Incluye adaptador.	1
Extractor industrial de jugos, SUNKIST J-1, fabricación americana, equipado con 3 cabezales para extracción de jugos de naranja, toronja y limon, motor de 1/4 HP. 10-12 galones por hora. Elec. 115/60/1.	1
Tazon HALCO S775 fabricado en acero inoxidable de 5 Qt de capacidad	2
Tazón HALCO S773 fabricado de acero inoxidable e 3 Qt. de capacidad.	2
Tazón HALCO S772 fabricado de acero inoxidable de 1.5 Qt. de capacidad.	8
Tazón HALCO S778 fabricado en acero inoxidable de 10.5 Qt de capacidad	2
Tazón UPDATE U-MB-2000 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 20 Qt.	3
Tazón colador UPDATE U-CCOL-15S fabricado en acero inoxidable de 38 cm de diámetro	1
Cuchillo carnicero marca TRAMONTINA 24621/089 de 9" (23.13)	1
Cuchillo fileteador de salmón TRAMONTINA 24618/058 8", mango plástico color	1
Cuchillo tipo sierra TRAMONTINA 24627/080 10" (25.4 cms.), mango plástico	1
Campana de cocina 2.00x0.9x0.5 m	1
Mesa de lavado y trampa de grasa	1
Grifo oscilante	1
Cuarto frío 13.25 m3	1
Productos de limpieza Spartan del Ecuador Productos Químicos S.A	
Green Industrial 10 lt	1
Metacuat 10 lt	1
Golden Wash 10 lt	1
Instalación Sistema Centarlizado para gas licuado de petroleo GLP	1
Tanques de Gas estacionarios 120 wg	2
Transporte	
Transporte: Chevrolet N300 Move	1

4.3 UNIFORMES DEL PERSONAL

Como se señaló anteriormente, cada empleado será acreedor a dos juegos de uniformes, y es su responsabilidad mantenerlos en óptimas condiciones.

Tabla 25: Uniformes

Uniformes	
Detalle	Cantidad
Chaqueta de chef color negro modelo broche con vivo blanco, mangas largas, tallas: S – M – L – XL.	8
Pantalón modelo resorte en gabardina especial color negro, tallas: S – M – L – XL.	8
Mandil pechero en gabardina color negro	8
Cofia tipo americana en lino color negro.	8
Limpión algodón color blanco	8
Chaqueta modelo vincha color negro mangas cortas con cuello y puño combinado en tela de cuadritos, tallas: S – M – L – XL.	4
Pantalón modelo resorte en tela de cuadritos, tallas: S – M – L – XL.	4
Mandil de lona color negro.	4
Pantalón modelo clásico en tela lino, con pretina ancha para mujer, tallas: S – M – L – XL.	3
Pantalón mangas largas en popelina especial (Cód. 04), tallas: S – M – L – XL.	3
Chaleco para mujer modelo clásico en tela Lino color azul marino, tallas: S – M – L – XL.	3

4.4 INVENTARIO INICIAL

Para una efectiva ejecución de las recetas, es esencial que la cocina esté bien abastecida de los insumos necesarios para su preparación. A continuación una lista de los insumos que conformarán el inventario inicial de la cocina de Feedin' Good.

Tabla 26: Inventario inicial

Inventario inicial		
Detalle	Cantidad	Unidad
aceite de oliva	2	lt
aceite girasol	4	lt
aceite vegetal	4	lt
ajo	1	kg
albahaca	1	atado
alcaparras	1	kg
almendras	1	kg
apio	2	kg
Atún	5	kg
avena	2	kg
azúcar morena	4	kg
camote	5	kg
canela	0,5	kg
cebolla blanca	8	kg
cebolla paitaña	5	kg
cebolla perla	5	kg
cebollín	1	atado
champiñones	1	kg
cilantro	1	atado
ciruelas pasas	1	kg
col blanca	2	kg
comino	0,25	kg
Corvina	5	kg
frambuesas	1	kg
fréjol blanco	1	kg
frutillas	1	kg
gelatina fresa	1	kg
granos de choclo	1	kg
harina de trigo integral	5	kg
huevo	30	Unidad
jengibre	0,5	kg
laurel	0,25	kg
leche de coco	2	lt
leche descremada	12	lt
lenteja	4	kg
limón meyer	5	kg
maicena	1	kg
mantequilla	4	kg
mejillones	5	kg
menta	1	atado
miel	1	kg
mora	1	kg
naranjas americanas	6	Unidad
nuez moscada	0,2	kg
orégano	0,2	kg
papa chola	10	kg
pasta de maní	1	kg
pasta de tomate	2	kg
pechuga de pollo	5	kg
perejil fresco	1	atado
pimientos amarillos	1	kg
pimientos rojo	1	kg
piña	6	kg
pistachos	1	kg
pollo	10	kg
puerro	2	kg
queso parmesano	1	kg
romero	1	atado
Sal	2	kg
Salsa de soya	1	lt
salvado de trigo	0,25	kg
tilapia	5	kg
tocino	1	kg
tomate	5	kg
Tomate cherry	1	kg
tomillo	1	atado
vino blanco	2	lt
yogurt natural	2	lt
zanahoria	5	kg
zapallo	10	kg

5 CAPÍTULO V: ANÁLISIS FINANCIERO

5.1 INVERSIÓN

El valor total de inversión para la creación de Feedin' Good es \$ 73.144,81. A continuación se desglosará este valor en los componentes del equipamiento general del consultorio médico y la cocina. Cabe recalcar que el local donde será instalada la cocina es capital propio, por lo que no será incluido en la siguiente lista.

Tabla 27: Activos Físicos y Capital de Trabajo

Equipamiento del consultorio			
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio final
Equipos de cómputación y tecnología. Proveedor: COMPUTRON			
Xtratech SUPREME AMD DC 3.0GHz/2GB/500GB/DVDRW/TMP/W7 BASIC	2	\$ 436,61	\$ 873,22
Teclado Xtratech Multimedia USB negro	2	\$ 14,29	\$ 28,58
MINI MOUSE OMEGA PLATA NEGRO RETRACTIL USB	2	\$ 7,14	\$ 14,28
PARLANTE LOGITECH 2.0 S120	2	\$ 13,39	\$ 26,78
TELEFONO PANASONIC DECT 6.0 3x1 C-ID – SILVER	1	\$ 88,39	\$ 88,39
IMPRESORA SAMSUNG LASER MONOCROMATICA 20PPM	1	\$ 79,47	\$ 79,47
FLAT PANEL SAMSUNG 18.5	2	\$ 120,54	\$ 241,08
TONER SAMSUNG LASER PARA ML-2851 (5K)	1	\$ 112,50	\$ 112,50
		Subtotal	\$ 1.464,30
		IVA	\$ 175,72
		Total	\$ 1.640,02

Muebles de oficina. Proveedor: Office Store			
Gerencia			
Mesa Gerencia Chocolate 180cm	1	\$ 884,00	\$ 884,00
Sillon Presidente Monaco Semireclinable Cuerina	1	\$ 474,00	\$ 474,00
Biblioteca Media importada 2 cuerpos	1	\$ 351,00	\$ 351,00
Secretaria / Recepción			
Estacion de trabajo importado 1P 140cm	1	\$ 466,00	\$ 466,00
Sillon Siluette Media Reclinable	1	\$ 162,00	\$ 162,00
Silla Hard PVC Negro/Blanco	2	\$ 104,00	\$ 208,00
Archivador Aereo con tapa metalica curva 120cm	1	\$ 160,00	\$ 160,00
Sala de espera			
Sofa Bipersonal Phantom Negro	1	\$ 772,00	\$ 772,00
Mesa para sala de espera de 80x60cm matal -vidrio	1	\$ 92,00	\$ 92,00
		Subtotal	\$ 3.569,00
		IVA	\$ 428,28
		Total	\$ 3.997,28

Equipamiento médico. Proveedor: Perfectech S.A			
Medical Equipment			
Mesa de examinación	1	\$ 3.900,0	\$ 3.900,0
Holter de arritmia	1	\$ 3.500,0	\$ 3.500,0
Balanza digital con tallímetro adulto/pediátrico	1	\$ 680,0	\$ 680,0
Set de diagnóstico	1	\$ 195,0	\$ 195,0
Tensiómetro de pared adulto	1	\$ 125,0	\$ 125,0
Subtotal			\$ 8.400,00
IVA			\$ 1.008,00
Total			\$ 9.408,00

Equipamiento de cocina			
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio final
Cocina Proveedor: Termalimex CIA.LTDA. Y ENI Ecuador			
Batidora semi-industrial de fabricación americana, KITCHEN AID KSM150 artesanal, de 5 cuartos de galón de capacidad, tazón de acero inoxidable con protector para evitar derrames, un batidor globo de alambre tipo D, un batidor plano tipo B, y un batidor de gancho tipo ED, control de 10 velocidades; motor de 325w.	1	\$ 383,29	\$ 383,29
Licuada WARING BB180S de 32 onz. de capacidad, con vaso de acero inoxidable, con swith alterno de dos velocidades, especificacion 115/60/1	1	\$ 165,78	\$ 165,78
Cacerola UPDATE U-ASP-3 fabricada de aluminio de 3-3/4 Qt. de capacidad	3	\$ 16,97	\$ 50,91
Cacerola UPDATE U-ASP-10 fabricada en aluminio de 10 Qt. de capacidad	1	\$ 32,91	\$ 32,91
Sartén VOLLRATH 67814 fabricado de aluminio con recubrimiento antiadherente de 35.56 cm de diámetro.	2	\$ 70,35	\$ 140,70
Sartén VOLLRATH 67112 fabricado de aluminio en acabado natural de 30.5 cm de diámetro	5	\$ 43,21	\$ 216,05
Olla calentadora de sopas SUNNEX 81388A-3, capacidad 10 lts., operación eléctrica a 450 watts. Espec. eléctrica 120/60/1.	1	\$ 140,94	\$ 140,94
Chafer SUNNEX X51229 fabricado de s/s, provisto de bandeja para agua, bandeja tamaño 1/1 de 6.5 cms., dos mecheros y tapa tipo domo.	2	\$ 157,00	\$ 314,00
Horno industrial de convección IMPERIAL ICVGP de fabricación americana, un compartimento con capacidad para albergar entre 5 y 12 latas, unidad provista de cinco repisas. Operación a gas con capacidad de calentamiento de 70.000 BTU. Puerta frontal con una hoja de vidrio. Control de temperatura de 150 a 500°F. Motor de ventilación de 1/2 HP de dos velocidades. Dimensiones 96.5 x 102.2 x 152.4 cms. Espec. eléctrica 120/60/1	1	\$ 5.605,20	\$ 5.605,20
Bandeja para hornear ADVANCE 18-8A-13 fabricada de aluminio, calibre 18, tamaño 1/2 de 45.7 x 33.0 cms.	5	\$ 11,66	\$ 58,30
Coche trapeador CARLISLE 36904-04 fabricado de polietileno montado sobre ruedas	1	\$ 94,11	\$ 94,11
Cocina industrial IMPERIAL IR-6 de fabricación americana, operación a gas con seis hornillas abiertas con capacidad de calentamiento de 28.000 BTU cada una y piloto independiente, parrillas de hierro fundido de 30 x 30 cms., unidad montada sobre base con horno de 35.000 BTU y control termostático de temperatura entre 150 a 500°F. Terminado exterior en acero inoxidable. Dimensiones 91 x 72 x 91 cms. de alto.	1	\$ 2.484,00	\$ 2.484,00
Basurero CARLISLE, 341020-23, 20gal. capacidad	2	\$ 40,96	\$ 81,92
Congelador industrial KOLDPIA SGRF-49FD, 49 pies cúbicos de capacidad, sistema de refrigeración autocontenida con dos motores de 1/2 HP, unidad de dos compartimentos provista de cuatro repisas de alambre con recubrimiento epóxico por cada compartimento, luz interior. Unidad fabricada de acero inoxidable. Dimensiones 126.0x80.0x202.0 cms. Espec. eléctrica 115/60/1	1	\$ 3.479,36	\$ 3.479,36
Refrigerador industrial KOLDPIA SGRR-23FD, 21 pies cúbicos de capacidad, sistema de refrigeración autocontenida con motor de 1/4 HP, unidad de un compartimento provista de cuatro repisas de alambre con recubrimiento epóxico, luz interior. Unidad fabricada de acero inoxidable. Dimensiones 74.0x80.0x202.0 cms. Espec. eléctrica 115/60/1	1	\$ 2.170,29	\$ 2.170,29
Bolillo UPDATE U-RPW-3215 fabricado en madera de 38.1 cm de longitud.	1	\$ 13,63	\$ 13,63
Esterilla antiadherente MATFER 321002, resistente desde -40°C hasta 300°C. Dimensiones 58.5 x 38.5 cm.	2	\$ 32,35	\$ 64,70

Pinza utilitaria HALCO 3512EH, extra heavy fabricada de acero inoxidable de 30.5 cm	2	\$ 2,48	\$ 4,96
Tabla de picar UPDATE CBGR-1824 fabricada de polipropileno de 45.72 x 60.96 x 1.3 cm, color verde.	1	\$ 27,10	\$ 27,10
Tabla de picar UPDATE U-CB-1520 fabricada en polietileno de 38.1 x 50.8 x 1.3 cm., color blanco	1	\$ 17,88	\$ 17,88
Tabla de picar UPDATE U-CBYE-1218 fabricada en polietileno de 30.5 x 45.7 x 1.3 cm., color amarillo	1	\$ 13,00	\$ 13,00
Bandeja CARLISLE 10202 fabricada de policarbonato, tamaño 1/1 de 52.7 x 32.4 x 15.24 cms.	10	\$ 38,90	\$ 389,00
Tapa flexible para bandeja CARLISLE 10212-14 fabricada de policarbonato, tamaño 1/1 de 52.7 x 32.4 cms., color celeste	10	\$ 11,48	\$ 114,80
Balanza digital de plataforma YAMATO DSR-200 con indicador de peso conectado a la base, capacidad 200 lb. x 0.2 lb. Plataforma de acero inoxidable. Incluye adaptador.	1	\$ 230,04	\$ 230,04
Extractor industrial de jugos, SUNKIST J-1, fabricación americana, equipado con 3 cabezales para extracción de jugos de naranja, toronja y limon, motor de 1/4 HP. 10-12 galones por hora. Elec. 115/60/1.	1	\$ 892,62	\$ 892,62
Tazon HALCO S775 fabricado en acero inoxidable de 5 Qt de capacidad	2	\$ 5,64	\$ 11,28
Tazón HALCO S773 fabricado de acero inoxidable e 3 Qt. de capacidad.	2	\$ 3,70	\$ 7,40
Tazón HALCO S772 fabricado de acero inoxidable de 1.5 Qt. de capacidad.	8	\$ 2,35	\$ 18,80
Tazón HALCO S778 fabricado en acero inoxidable de 10.5 Qt de capacidad	2	\$ 9,42	\$ 18,84
Tazón UPDATE U-MB-2000 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 20 Qt.	3	\$ 14,87	\$ 44,61
Tazón colador UPDATE U-CCOL-15S fabricado en acero inoxidable de 38 cm de diámetro	1	\$ 14,89	\$ 14,89
Cuchillo carnicero marca TRAMONTINA 24621/089 de 9" (23.13)	1	\$ 10,62	\$ 10,62
Cuchillo fileteador de salmón TRAMONTINA 24618/058 8", mango plástico color	1	\$ 7,61	\$ 7,61
Cuchillo tipo sierra TRAMONTINA 24627/080 10" (25.4 cms.), mango plástico	1	\$ 7,41	\$ 7,41
Campana de cocina 2.00x0.9x0.5 m	1	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00
Mesa de lavado y trampa de grasa	1	\$ 2.895,00	\$ 2.895,00
Grifo oculante	1	\$ 91,85	\$ 91,85
Cuarto frío 13,25 m3	1	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Productos de limpieza Spartan del Ecuador Productos Químicos S.A			
Green Industrial 10 lt	1	\$ 43,00	\$ 43,00
Metacuat 10 lt	1	\$ 45,30	\$ 45,30
Golden Wash 10 lt	1	\$ 51,40	\$ 51,40
Instalación Sistema Centaralizado para gas licuado de petroleo GLP	1	\$ 2.912,76	\$ 2.912,76
Tanques de Gas estacionarios 120 wg	2	\$ 750,40	\$ 1.500,80
Transporte. Proveedor: Automotores Continental			
Transporte: Chevrolet N300 Move	1	\$ 18.389,4	\$ 18.389,40
Subtotal			\$ 50.506,46
IVA			\$ 6.060,78
Total			\$ 56.567,24

Uniformes			
Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio final
Proveedor: C&M Uniformes Quito			
Chaqueta de chef color negro modelo broche con vivo blanco, mangas largas, tallas: S – M – L – XL.	8	\$ 19,46	\$ 155,68
Pantalón modelo resorte en gabardina especial color negro, tallas: S – M – L – XL.	8	\$ 19,33	\$ 154,64
Mandil pechero en gabardina color negro	8	\$ 8,04	\$ 64,32
Cofia tipo americana en lino color negro.	8	\$ 1,79	\$ 14,32
Limpión algodón color blanco	8	\$ 1,77	\$ 14,16
Chaqueta modelo vincha color negro mangas cortas con cuello y puño combinado en tela de cuadritos, tallas: S – M – L – XL.	4	\$ 15,00	\$ 60,00
Pantalón modelo resorte en tela de cuadritos, tallas: S – M – L – XL.	4	\$ 15,31	\$ 61,24
Mandil de lona color negro.	4	\$ 7,01	\$ 28,04
Pantalón modelo clásico en tela lino, con pretina ancha para mujer, tallas: S – M – L – XL.	3	\$ 16,00	\$ 48,00
Pantalón mangas largas en popelina especial (Cód. 04), tallas: S – M – L – XL.	3	\$ 16,00	\$ 48,00
Chaleco para mujer modelo clásico en tela Lino color azul marino, tallas: S – M – L – XL.	3	\$ 14,16	\$ 42,48
		Subtotal	\$ 690,88
		IVA	\$ 82,91
		Total	\$ 773,79

Inventario inicial			
Cocina. Proveedores: Megamaxi, Santa Maria, Guadaproducts			
Detalle	Cantidad	Precio unitario por Kg, Lt o unid	Precio final
aceite de oliva	2	\$ 9,25	\$ 18,50
aceite girasol	4	\$ 3,06	\$ 12,24
aceite vegetal	4	\$ 2,09	\$ 8,36
ajo	1	\$ 13,85	\$ 13,85
albahaca	1	\$ 0,60	\$ 0,60
alcaparras	1	\$ 7,20	\$ 7,20
almendras	1	\$ 16,05	\$ 16,05
apio	2	\$ 0,92	\$ 1,84
Atún	5	\$ 6,60	\$ 33,00
avena	2	\$ 3,35	\$ 6,70
azúcar morena	4	\$ 0,90	\$ 3,60
camote	5	\$ 1,00	\$ 5,00
canela	0,5	\$ 22,32	\$ 11,16
cebolla blanca	8	\$ 1,08	\$ 8,64
cebolla paitaña	5	\$ 2,36	\$ 11,80
cebolla perla	5	\$ 2,36	\$ 11,80
cebollín	1	\$ 0,60	\$ 0,60
champiñones	1	\$ 4,73	\$ 4,73
cilantro	1	\$ 0,50	\$ 0,50
ciruelas pasas	1	\$ 4,40	\$ 4,40
col blanca	2	\$ 0,50	\$ 1,00
comino	0,25	\$ 7,88	\$ 1,97
Corvina	5	\$ 12,07	\$ 60,35
frambuesas	1	\$ 10,00	\$ 10,00
fréjol blanco	1	\$ 1,41	\$ 1,41
frutillas	1	\$ 1,29	\$ 1,29
gelatina fresa	1	\$ 4,37	\$ 4,37
granos de chocolo	1	1,84	\$ 1,84
harina de trigo integral	5	\$ 1,82	\$ 9,10
huevo	30	\$ 0,13	\$ 3,90
jengibre	0,5	\$ 2,06	\$ 1,03
laurel	0,25	\$ 10,00	\$ 2,50
leche de coco	2	\$ 9,20	\$ 18,40
leche descremada	12	\$ 0,96	\$ 11,52
lenteja	4	\$ 1,41	\$ 5,64
limón meyer	5	\$ 1,32	\$ 6,60
maicena	1	\$ 3,80	\$ 3,80
mantequilla	4	\$ 8,16	\$ 32,64
mejillones	5	\$ 5,46	\$ 27,30
menta	1	\$ 0,50	\$ 0,50
miel	1	\$ 10,00	\$ 10,00
mora	1	\$ 3,95	\$ 3,95
naranjas americanas	6	\$ 0,50	\$ 3,00
nuez moscada	0,2	\$ 1,59	\$ 0,32
orégano	0,2	\$ 8,21	\$ 1,64
papa chola	10	\$ 4,35	\$ 43,50
pasta de maní	1	\$ 6,02	\$ 6,02
pasta de tomate	2	\$ 3,80	\$ 7,60
pechuga de pollo	5	\$ 7,43	\$ 37,15
perejil fresco	1	\$ 0,50	\$ 0,50
pimientos amarillos	1	\$ 1,89	\$ 1,89
pimientos rojo	1	\$ 1,82	\$ 1,82
piña	6	\$ 0,68	\$ 4,08
pistachos	1	\$ 17,24	\$ 17,24
pollo	10	\$ 2,64	\$ 26,40
puerro	2	\$ 0,23	\$ 0,46
queso parmesano	1	\$ 8,50	\$ 8,50
romero	1	\$ 0,50	\$ 0,50
Sal	2	\$ 0,32	\$ 0,64
Salsa de soya	1	\$ 19,66	\$ 19,66
salvado de trigo	0,25	\$ 4,00	\$ 1,00
tilapia	5	\$ 8,86	\$ 44,30
tocino	1	\$ 10,19	\$ 10,19
tomate	5	\$ 1,09	\$ 5,45
Tomate cherry	1	\$ 4,93	\$ 4,93
tomillo	1	\$ 0,50	\$ 0,50
vino blanco	2	\$ 4,85	\$ 9,70
yogurt natural	2	\$ 4,58	\$ 9,16
zanahoria	5	\$ 0,92	\$ 4,60
zapallo	10	\$ 0,68	\$ 6,80
Subtotal			\$ 677,23
IVA			\$ 81,27
Total			\$ 758,50

Tabla 28: Remuneración de mano de obra directa

Cuadro de salarios							
Cargo	Cantidad	Sueldo base	Básico anual	13er sueldo	14to sueldo	fondos de reserva (7,33%)	Aporte anual IESS (-9,35%)
Chef nutricionista/Gerente General	1	700	8400	700	292,29	699,72	785,4
Administrador de Alimentos y Bebidas / Jefe de RRHH/Jefe de bodega y compras	1	500	6000	500	292,29	499,8	561
Recepcionista / Secretaria/Asistente Administrativa	1	300	3600	300	292,29	299,88	336,6
Sub Chef	1	400	4800	400	292,29	399,84	448,8
Cocineros	2	300	3600	300	292,29	299,88	336,6
Posilleros	1	292,29	3507,48	292,29	292,29	292,17	327,9494
Chofer repartidor	1	292,29	3507,48	292,29	292,29	292,17	327,9494
Contador	1	350	4200	350	292,29	349,86	392,7
Total	9						

Cargo	Subtotal	Aporte patronal IESS (12,15%)	Vacaciones	Total Anual
Chef nutricionista/Gerente General	9306,61	1020,6	350	10677,21
Administrador de Alimentos y Bebidas / Jefe de RRHH/Jefe de bodega y compras	6731,09	729	250	7710,09
Recepcionista / Secretaria/Asistente Administrativa	4155,57	437,4	150	4742,97
Sub Chef	5443,33	583,2	200	6226,53
Cocineros	4155,57	437,4	150	4742,97
Posilleros	4056,284	426,15882	146,145	4628,58752
Chofer repartidor	4056,284	426,15882	146,145	4628,58752
Contador	4799,45	510,3	175	5484,75
Total	42704,19	4570,21764	1567,29	\$48.841,695

5.1.1 Fuentes de Financiamiento

El capital necesario será aportado por el Ing. Manuel Mera Vergara, en su afán de consolidar la empresa que él considera indicada. El pago de los inversionistas será amortizado a 5 años a partir de su creación.

5.2 COSTOS Y GASTOS

Gasto se refiere a todo egreso monetario de una empresa o persona que no se verá recuperado en un futuro. Por su parte, el costo es todo egreso monetario de una empresa o persona que sí se verá recuperado en el futuro, ya que es el valor monetario de consumo de factores que tiene un ejercicio de una actividad económica dedicada a la producción de un bien o servicio.

5.2.1 Gastos Fijos del Consultorio y Cocina

Los Gastos Fijos son aquellos valores independientes de la producción, es decir, los que deben ser pagados sin importar cuánto se ha vendido en el período de tiempo deseado. Los valores presentados en las siguientes tablas se han calculado tomando en cuenta un porcentaje de inflación del 4.98 según los datos del Banco Central del Ecuador.

Tabla 29: Gastos fijos Consultorio Año 1.

Gastos fijos Consultorio	Año 1	Observación	Año 2	Año 3	Año4	Año 5
Arriendo	650,00		682,37	716,35	752,03	789,48
Guardianía y condominio	50,00		52,49	55,10	57,85	60,73
Teléfono e Internet fijo	45,00		47,24	49,59	52,06	54,66
Agua	12,00		12,60	13,22	13,88	14,57
Luz	200,00		209,96	220,42	231,39	242,92
Remuneración Personal	1742,08		1828,83	1919,91	2015,52	2115,89
Equipamiento médico	156,80	amortizado 5años	164,61	172,81	181,41	190,45
Uniformes del personal	6,45	amortizado 5años	6,77	7,11	7,46	7,83
Costo muebles y enseres de consultorio	66,62	amortizado 5años	69,94	73,42	77,08	80,92
Asesoría en Marketing	500,00		524,90	551,04	578,48	607,29
Publicidad	3333,33		3499,33	3673,60	3856,54	4048,60
Transporte: Chevrolet N300 Move	153,25		160,88	168,89	177,30	186,13
	\$ 6.915,52		\$ 7.259,92	\$ 7.621,46	\$ 8.001,01	\$ 8.399,46

Tabla 30: Gastos Fijos Cocina año 1.

Gastos fijos Cocina Año 1	Año 1	Observación	Año 2	Año 3	Año4	Año 5
Combustible	50,00		52,49	55,10	57,85	60,73
Caja chica	200,00		209,96	220,42	231,39	242,92
Comida del personal	480,00		503,90	529,00	555,34	583,00
Teléfono e Internet fijo	45,00		47,24	49,59	52,06	54,66
Agua	60,00		62,99	66,12	69,42	72,87
Luz	35,00		36,74	38,57	40,49	42,51
Remuneración Personal	2328,06		2444,00	2565,71	2693,49	2827,62
Uniformes del personal	6,45	amortizado 5 años	6,77	7,11	7,46	7,83
Herramientas, utensilios, equipos de cocina y limpieza	942,79	amortizado 5 años	989,74	1039,03	1090,77	1145,09
Recargas de GLP	250,00		262,45	275,52	289,24	303,65
Transporte: Chevrolet N300 Move	153,25		160,88	168,89	177,30	186,13
	\$ 4.550,55		\$ 4.777,17	\$ 5.015,07	\$ 5.264,83	\$ 5.527,01

5.2.2 Costos Variables del Consultorio y Cocina

Estos valores se refieren a los que dependen o están en función de una forma u otra con la cantidad producida o consumida.

Tabla 31: Costos Variables

Costos variables	
Consultorio	0
Cocina	\$ 2.739,00

5.3 PROYECCIÓN DE VENTAS

Tabla 32: Proyección de ventas Consultorio

Proyección de Ventas Año 1 Consultas						
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Competencia de mayor acogida	Cross Podium 10k	Huairasinchi	Héroes de la Policía Nacional 10k; Arrayanes 10k; New Balance 8k	UTE 10k; PUCE 7k; 1ra Reto Salud 2012	La Condamine 8k; Nike Nosotras Corremos 5k	Últimas Noticias 15k; 2da Reto Salud 2012
Número de Consultas	15	15	35	25	25	25
Numero de Consultas en campaña publicitaria de competencias	20	20	60	50	40	70
Total consultas	35	35	95	75	65	95
Ingreso por consultas (\$35)	525	525	1225	875	875	875
Ingreso por consulta en campaña promocional (\$28)	560	560	1680	1400	1120	1960
Total de ingresos por consultas	1085	1085	2905	2275	1995	2835

Proyección de Ventas Año 1 Consultas						
Concepto	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Competencia de mayor acogida	Maratón de Quito	Ruta de las Iglesias 10k; Tour Nestle Zuleta	3ra Reto Salud 2012; Liga 10k	Tour Montaña Nestle Papagayo	Nike 10k; Energizer Night race 8k; Media Maratón Mitad del Mundo	Rumiñahui 10k
Número de Consultas	25	25	25	45	55	10
Numero de Consultas en campaña publicitaria de competencias	60	60	60	80	80	10
Total consultas	85	85	85	125	135	20
Ingreso por consultas (\$35)	875	875	875	1575	1925	350
Ingreso por consulta en campaña promocional (\$28)	1680	1680	1680	2240	2240	280
Total de ingresos por consultas	2555	2555	2555	3815	4165	630

Tabla 33: Proyección de ventas Cocina

Proyección de Ventas Cocina Año 1						
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Total consultas	35	35	95	75	65	95
Ingreso por ventas de Menús 5 días a la semana a \$ 11,00	3850	3850	10450	8250	7150	10450

Proyección de Ventas Cocina Año 1							
Concepto	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total de ingresos por menús vendidos
Total consultas	85	85	85	125	135	20	
Ingreso por ventas de Menús 5 días a la semana a \$ 11,00	9350	9350	9350	13750	14850	2200	\$ 102.850,00

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el volumen mínimo de ventas que deben lograrse para comenzar a obtener utilidades, es decir, el valor de ventas que se requiere alcanzar para cubrir gastos y costos de la empresa. Significa ni ganar, ni perder. Nuestro punto de equilibrio se ha calculado basándose en los datos del Año 1.

5.4.1 Cocina

Tabla 34: Datos Punto de equilibrio Cocina

Datos		
Precio unitario	\$ 11,86	P
Unidades vendidas	660	UV
Ingreso total	\$ 7.827,60	IT
Costo fijo total	\$ 4.550,55	CFT
Costo variable total	\$ 2.739,00	CVT
Costo variable unitario	\$ 4,15	CVU

Tabla 35: Fórmula 1

Fórmula Punto de equilibrio	mensual	diario
Punto de equilibrio=CFT/(P-CVU)	590	30
Valor monetario de equilibrio	\$ 6.999,94	\$ 350,00

Tabla 36: Determinación punto de equilibrio Cocina

Determinación del Punto de Equilibrio							
PVP unitario	Cantidad	Ingreso total	Costos fijos	Costo Variable Unitario	Costo Variable Total	Costo total	Ganancia total
\$ 11,86	0	\$ -	\$ 4.550,55	\$ 4,15	0	\$ 4.550,55	\$ (4.550,55)
\$ 11,86	200	\$ 2.372,00	\$ 4.550,55	\$ 4,15	830	\$ 5.380,55	\$ (3.008,55)
\$ 11,86	590	\$ 6.999,94	\$ 4.550,55	\$ 4,15	2449,388	\$ 6.999,94	\$ -
\$ 11,86	660	\$ 7.827,60	\$ 4.550,55	\$ 4,15	2739	\$ 7.289,55	\$ 538,05
\$ 11,86	1200	\$ 14.232,00	\$ 4.550,55	\$ 4,15	4980	\$ 9.530,55	\$ 4.701,45

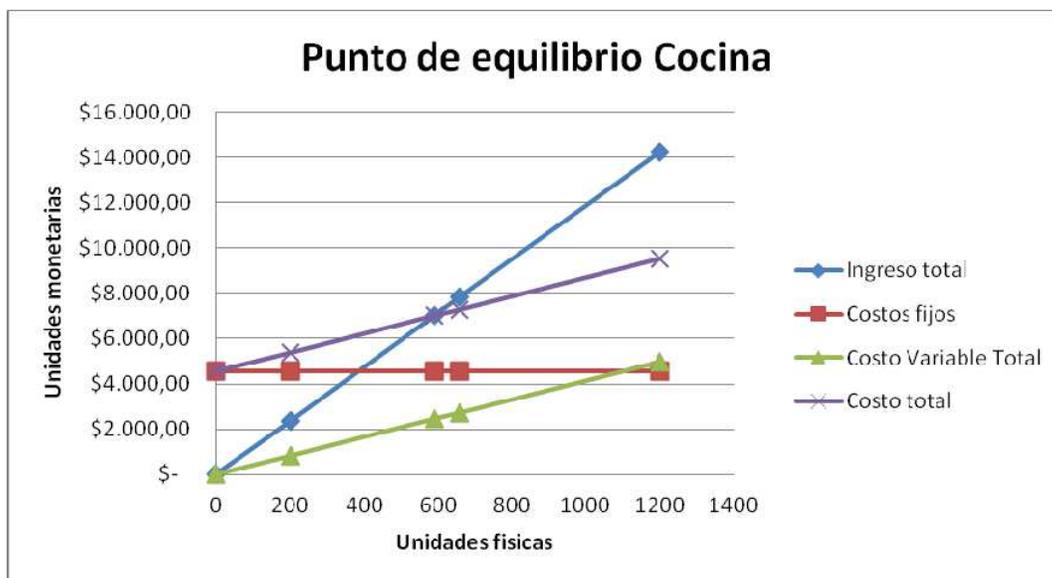


Figura 20: Punto de equilibrio cocina

Según el proceso anterior, Feedin' Good debe vender 590 menús mensuales para alcanzar el punto de equilibrio, es decir, 30 diarios para no tener ganancia ni pérdida.

5.4.2 Consultorio

Tabla 37: Datos Punto de Equilibrio Consultorio

Datos		
Precio unitario	\$ 32,00	P
Unidades vendidas	35	UV
Ingreso total	\$ 1.120,00	IT
Costo fijo total	\$ 6.915,62	CFT
Costo variable total	\$ -	CVT
Costo variable unitario	\$ -	CVU

Tabla 38: Fórmula 2

Fórmula punto de equilibrio	mensual	diario
Punto de equilibrio=CFT/(P-CVU)	216	11
Valor monetario de equilibrio	\$ 6.915,62	\$ 345,78

Tabla 39: Determinación Punto de equilibrio Consultorio

Determinación del Punto de equilibrio							
PVP unitario	Cantidad	Ingreso total	Costos fijos	Costo Variable Unitario	Costo Variable Total	Costo total	Ganancia total
\$ 32,00	0	\$ -	\$ 6.915,62	\$ -	0	\$ 6.915,62	\$ (6.915,62)
\$ 32,00	200	\$ 6.400,00	\$ 6.915,62	\$ -	0	\$ 6.915,62	\$ (515,62)
\$ 32,00	216	\$ 6.915,62	\$ 6.915,62	\$ -	0	\$ 6.915,62	\$ -
\$ 32,00	660	\$ 21.120,00	\$ 6.915,62	\$ -	0	\$ 6.915,62	\$ 14.204,38
\$ 32,00	1200	\$ 38.400,00	\$ 6.915,62	\$ -	0	\$ 6.915,62	\$ 31.484,38

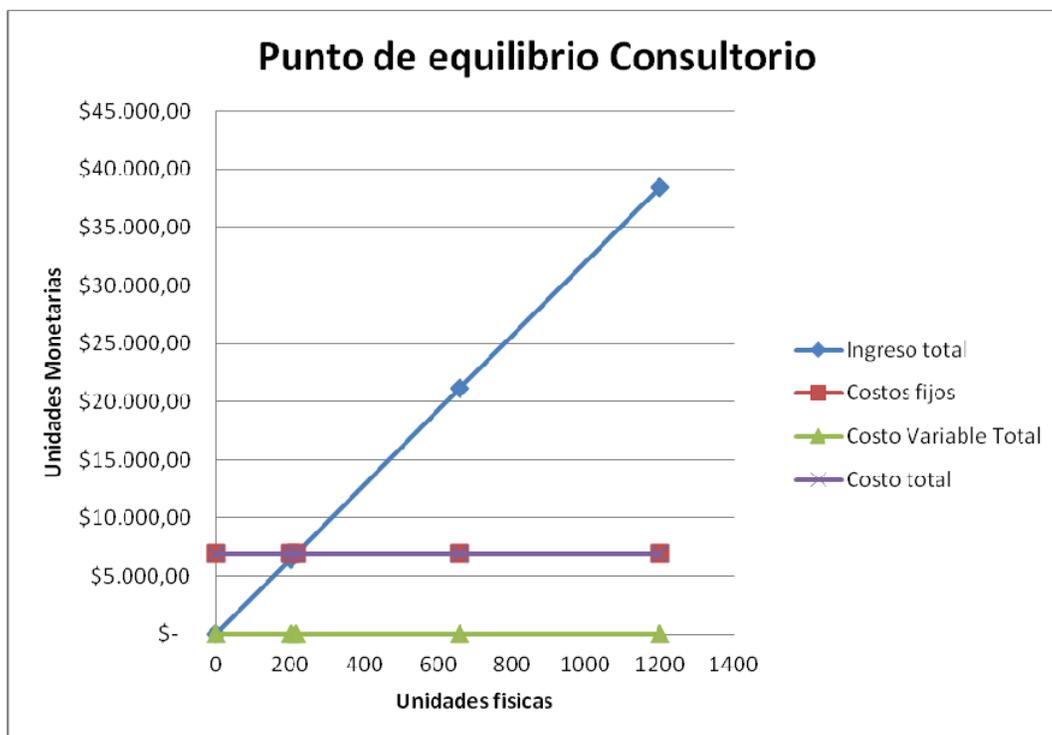


Figura 21: Punto de Equilibrio Consultorio

El consultorio carece de costos variables debido a que sin importar la cantidad de clientes que asistan, el costo fijo del local no variará. Según el análisis, Feedin' Good debe atender al 216 consultas mensuales u 11 diarias para alcanzar el punto de equilibrio.

6 CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- La empresa Feedin' Good tendría el potencial necesario para introducirse con fuerza en el mercado. Su creación representaría un nuevo concepto de alimentación, para los aficionados al deporte competencia deportiva. La meta de Feedin' Good sería contribuir al proceso de entrenamiento previo a cualquier evento, con el fin de mejorar el desempeño del competidor mediante una buena alimentación que le proporcione la energía y sustento preciso. Podemos concluir que el público encuentra interesante, atractiva y necesaria esta oferta innovadora.
- Potencialmente, las dietas con buen sabor podrían posicionar la marca entre las empresas más reconocidas de asesoramiento nutricional, preparación deportiva y un nuevo concepto de negocio en el ámbito gastronómico.
- El segmento de mercado seleccionado es amplio, pero a la vez limitante, debido a que la mayor cantidad de deportistas corredores se encuentran en la ciudad de Quito. Pese a que la ubicación del consultorio sería la ideal, se debería considerar cambiarla a un lugar donde la oficina y la cocina compartan un mismo terreno, para de esta manera poder reducir costos por división de plaza.
- Sería de vital importancia encontrar el personal capacitado para cada función. Cuando se estableció que otro factor diferencial sería el servicio de calidad, se buscaría el cumplimiento estricto del mismo. El propietario tendría la obligación de analizar y evaluar el desempeño de su personal. Además debe estar muy bien asesorado en la contabilidad, una de las clave de una buena administración.

- Las bases de dirección estratégica serían indispensables para un buen manejo y control de las actividades de la empresa que involucren la participación de los clientes. Si no se alcanzaría la meta de participación dentro de las competencias, Feedin'Good no cumpliría el objetivo de posicionamiento de mercado.
- El precio de las consultas sería aceptable para los consumidores, por otro lado, se pudo conocer que el precio tentativo de \$7 por menú no sería factible. Luego de realizar las recetas standard con sus respectivos costos, se pudo conocer el precio correcto que es \$11. Se asume que resulta un precio bastante elevado que el público no estaría dispuesto a pagar por tratarse de un pago rutinario.
- Gracias al análisis financiero, se pudo conocer que a pesar de que Feedin' Good es una idea realizable, no se trataría de una empresa rentable. Las utilidades deseadas insinúan un volumen de ventas demasiado alto, considerando el precio elevado de los menús. Las cifras del punto de equilibrio sobrepasaron las expectativas y resultaría muy complicado cubrirlas mensualmente. Se requeriría un capital inicial superior destinado a la inversión de marketing y publicidad para ingresar al mercado con más fuerza. Si las ventas serían mayores, el precio se podría reducir. Se recomendaría investigar más a fondo de qué modo se podría transformar este negocio en uno viable y, principalmente, rentable.

6.2 RECOMENDACIONES

- El temor al fracaso no debe tener oportunidad en el asunto y las decisiones administrativas deberán tomarse sabiamente. Si la ejecución toma un buen camino, se ratifica la recuperación del capital en lapso planteado de dos años. Si se espera un mejoramiento continuo de la empresa y su desenvolvimiento en el mercado, la inversión de capital será indispensable.

- Sería recomendable primero ubicar la empresa en el sector del Parque de La Carolina, donde se planeaba abrir la primera sucursal.
- Sería recomendable hallar el modo de reducir los costos de las recetas, sustituyendo ingredientes o aprovechándolos de mejor manera.
- Sin una buena aplicación de las estrategias de marketing detalladas anteriormente, los convenios con varios organizadores no serían realizados y por ende la cantidad de clientes decepcionarían la expectativa, por eso la presencia en todos los eventos posibles será una prioridad del área de publicidad y marketing de la empresa.
- Se requeriría un capital inicial superior destinado a la inversión de marketing y publicidad para ingresar al mercado con más fuerza. Si las ventas serían mayores, el precio se podría reducir. Se recomendaría investigar más a fondo de qué modo se podría transformar este negocio en uno viable y, principalmente, rentable.
- Sería importante buscar asesoramiento de marketing pre lanzamiento. Se debería hacer hincapié en la imagen corporativa, desarrollarla mejor ya que el nombre y logotipo de la empresa no resulta atractivo al público ni a su propio creador, y lo que se desearía es que sea el pilar de atracción del público.
- Siempre se deberá mantener la honestidad y transparencia en cada gestión, de esta forma la empresa puede verse amparada por entes financieras y legales en caso de ser requerido.

REFERENCIAS

- Afiliación, Servicios y beneficios. Recuperado el 2012-01-26 de www.ccq.org.ec
- Angulo, Clara. *Fijación de precios del marketing*. Recuperado el 2011-11-06 de www.monografias.com
- Boullosa, Beatriz. *Historia de la nutrición humana*. Recuperado el 2011-10-01 de www.nutrinfo.com
- Burke, Louise. (2010). *Practical Sports Nutrition*. Madrid, España: Editorial Médica Panamericana, S.A.
- Chef nutricionista. Recuperado el 2012-01-26 de www.empleo.renego.ec.
- Chiavenato, A. (1998). *Gestión del talento humano*. México: McGraw Hill. 3ra. Edición.
- Cumbayá maps. Recuperado el 2012-01-26 de www.maplandia.com.
- Directorio médico del Ecuador. Recuperado el 2012-01-26 de www.ecuamedical.com
- Emprendedores: Importancia del nombre para la empresa. Recuperado el 2012-10-19 de www.blog-emprendedor.info
- Experiencia, Calcular la muestra correcta. Recuperado el 2012-11-05 de www.feedbacknetworks.com.
- Gomezjurado, M. (2011-2012). *Tipos de estrategias competitivas*. Profesora de Dirección Estratégica en la Universidad de las Américas.
- Guía para la obtención de permisos funcionamiento de un restaurante en Quito. Recuperado el 2012-11-01 de www.mundogourmet.ec
- La marca. *Diferencias entre un logotipo, isotipo, un imago tipo*. Recuperado el 2011-11-06 de www.tentulogo.es
- Nutrición Deportiva. *Historia*. Recuperado el 2011-10-01 de www.wikipedia.org
- Nutricionistas en Quito. Recuperado el 2012-01-26 de www.ecuador.paginasamarillas.com
- Varas, C. (2008 – 2009). *Introducción al marketing*. Profesora de Marketing en la Universidad de las Américas.

ANEXOS

ANEXO 2: Representación del consultorio



Figura 24: Recepción Consultorio



Figura 25: Cocina Consultorio



Figura 26: Consultorio y oficina

Tomado de: http://www.anuncios.ec/anuncio/arriendo-lujosa-suite-en-el-centro-plaza-en-cumbaya_Pichincha-1

ANEXO 3: Afiliación a la Cámara de Comercio de Quito

La CCQ busca “promover el comercio, con visión nacional, defendiendo una economía libre, solidaria y competitiva, representando los intereses de todos sus socios, brindando servicios de calidad y desarrollando propuestas y acciones que contribuyan al progreso de Quito y del país”.

La afiliación a la CCQ beneficia de la siguiente manera:

- **Centro de negocios y servicios:**

Ahora en un solo lugar se podrá realizar trámites en organismos públicos como: INEN, SRI, OAE, Municipio de Quito, IESS, Superintendencia de Compañías.

Recibir asesorías en: Contabilidad, Economía, Importaciones y Exportaciones, Temas Jurídicos y Legales, entre otros.

Contar con varios planes de asistencia: Seguridad, Salud y Vida, Crédito, Vivienda, Apoyo Gremial, Plan Efectivo y más.

- **Tu negocio en marcha:**

Es una combinación única de servicios evaluación, capacitación, asesoría y certificación, que a través de una alianza entre la Cámara de Comercio de Quito y el Banco de Guayaquil, ayuda al crecimiento de nuestros socios y al fortalecimiento de sus negocios.

- **Plan de salud y vida:**

La Cámara de Comercio de Quito pensando siempre en el bienestar de sus socios pone a su disposición el INTEGRAMED Centro Médico Cámara de Comercio de Quito.

Los socios, sus familiares y empleados podrán recibir atención médica con los mejores profesionales en una completa variedad de especialidades a tan sólo USD 2,99 la consulta y descuentos de hasta un 40% en los servicios complementarios como laboratorio, rayos x y ecografías, endoscopía digestiva, diagnóstico cardiológico, rehabilitación, entre otros.

- **Plan de seguridad:**

El Plan de Seguridad brinda atención a todos sus socios las 24 horas del día y los 365 días del año, realizando la verificación de alertas y coordinación de auxilio inmediato. Este plan contempla tres importantes componentes: Sistema de Auxilio, Acción Jurídica y Capacitación.

- **Plan Efectivo:**

Con el Plan Efectivo usted podrá beneficiarse con:

Liquidez: inmediata y de libre disponibilidad.

No produce endeudamiento: consiste en la venta de cuentas por cobrar. No copa su acceso a créditos.

Cobranza: de los documentos a la fecha, facilitando la puntualidad y recuperabilidad de los mismos.

Disminución de costos: eliminan los riesgos de administración y mantención de documentos en cartera.

- **Sistema de asesorías:**

La Cámara de Comercio de Quito a través de sus departamentos Jurídico, Comercio Exterior y de su Centro de Estudios de Análisis ofrece a sus

socios asesorías personalizadas con profesionales de primer nivel, en las siguientes áreas:

- Jurídica, con su propio abogado
- Comercial, con su propio asesor en importaciones y exportaciones
- Económica, con su propio asesor económico
- Financiero Contable, con su propio contador.

- **Capacitaciones:**

Capacítense usted y sus colaboradores con personal altamente calificado y beneficiense de un 30% de descuento en los dos Campus que el Centro de Estudios del Comercio pone a su disposición.

Estos servicios y beneficios ofrecidos por la CCQ contribuyen a la creación de negocios seguros que se verán respaldados por una entidad de gran magnitud en caso de cualquier dificultad o inconveniente efectuado a lo largo de su desarrollo. (www.ccq.org.ec)

Tabla 40: Afiliación CCQ

Cámara de Comercio de Quito	Fecha de Cálculo:26-01-2012 23:15:25	
Cálculo por afiliación	Capital: \$80.00	
PROFORMA	Valor Cuota: \$32.5	
Concepto		Valor
Cuota de ingreso a la CCQ		\$27.97
Cuota Social		\$16.25
Subtotal		\$44.22
IVA 0.00%		\$0.00
Total ingreso		\$44.22
Cuota Anticipada		\$65.00
IVA CA 0.00%		\$0.00
Total anticipado		\$65.00
Total		\$109.22
Valor Debe		\$0.00

Tomado de: www.ccq.org.ec.

ANEXO 4: Formulario de Registro de Signos Distintivos

		
INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL IEPI FORMATO UNICO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS		
1 N°. de Solicitud	2 Fecha de Presentación	
3 Denominación del Signo		
4 Naturaleza del signo	5 Tipo de signo	
Denominativo <input type="checkbox"/>	Marca de Producto <input type="checkbox"/>	
Figurativo <input type="checkbox"/>	Marca de Servicios <input type="checkbox"/>	
Mixto <input type="checkbox"/>	Nombre Comercial <input type="checkbox"/>	
Tridimensional <input type="checkbox"/>	Lema Comercial <input type="checkbox"/>	
Sonoro <input type="checkbox"/>	Índica Geog/denominación origen <input type="checkbox"/>	
Olfativo <input type="checkbox"/>	Apariencia Distintiva <input type="checkbox"/>	
Táctil <input type="checkbox"/>	Marca Colectiva <input type="checkbox"/>	
	Marca de Certificación <input type="checkbox"/>	
	Rótulo Enseña <input type="checkbox"/>	
6 Identificación del(os) solicitante(s)		
Nombre(s):		
Dirección:		
Ciudad:	E-mail:	
Teléfonos:	Fax:	
Nacionalidad del Signo:		
Nacionalidad del Solicitante:		
7 Quien(es) actúa(n) a través de		
Representante <input type="checkbox"/>	O	Apoderado <input type="checkbox"/>
Nombre:		
Dirección:		
Teléfono:	E-mail:	
Registro de poder N°:	Fax:	
8 Interés real para oposición Andina Art.- 147 - Decisión 486 CAN (llenar solo de ser el caso)		
Esta solicitud se presenta para acreditar		
9 Reservado para la reproducción del signo mixto o figurativo	10 Descripción clara y completa del signo	
*Clasificación del elemento figurativo		

ANEXO 5: Manual Básico de Sanidad e Higiene

Sanidad: procesos estandarizados para que todas las actividades gastronómicas se desarrollen de tal manera que se eviten agentes contaminantes que puedan alterar la pureza de un producto.

Higiene: medidas dedicadas a la prevención y eliminación de amenazas contaminantes con el fin de conservar y promover la salud.

TIPOS DE CONTAMINANTES ALIMENTICIOS

Físicos: detectables y tangibles.

Químicos: Substancias químicas no aptas para ser ingeridas, venenos bioquímicos producidos por organismos vivos.

Biológicos: Micro y macroorganismos vivos. Mohs, virus, parásitos y bacterias.

Tabla 41: Ejemplos Contaminantes

Fuente	Agente típico
Alimentos alterados por bacterias y hongos	Toxinas
Determinadas plantas y hongos, peces y mariscos	Toxinas
Operaciones de cocinado	Nitratos y nitritos
Operaciones de higiene	Agentes limpiadores herbicidas y pesticidas
Control de infestaciones	Venenos para plagas
Cacerolas, tuberías y equipos	Pb (plomo), Sb (Antimonio), Cu (cobre), Al (Aluminio)

PROCESO CORRECTO DE SANITIZACIÓN

- Limpieza, removimiento y eliminación de contaminantes físicos y químicos. Productos a utilizar: H₂O y jabón o detergente.
- Enjuague con H₂O potable o tratada.
- Desinfección mediante soluciones desinfectantes como Cl₂ (cloro), NH₄ (amonio cuaternario), I (yodo), H₂O₂ (peróxido de hidrógeno, más conocido como agua hidrogenada).

Mesones: 20 – 60 ppm (1ppm= 1 mg / kg = una parte por millón)

Equipos mayores: 60 – 100 ppm

Pisos, instrumentos, pediluvios o baños: 100 – 200 ppm

Vegetales: 2 – 5 ppm

Carnes: 20 – 50 ppm

- Otro enjuague
- Secado: Aire o papel desechable.

Cuándo limpiar y sanitizar:

- Cada vez que son utilizados
- Al interrumpir una tarea
- Al cambiar de tipo de alimento
- Lo más frecuente posible si no se cambia de actividad o alimentos, por lo menos cada 4 horas.

ENFERMEDADES CAUSADAS POR ALIMENTOS

Aquellas que son transmitidas por contaminantes en la comida.

Brote: Un incidente en el cual dos o más personas experimentan la misma enfermedad después de ingerir la misma comida.

Consecuencias:

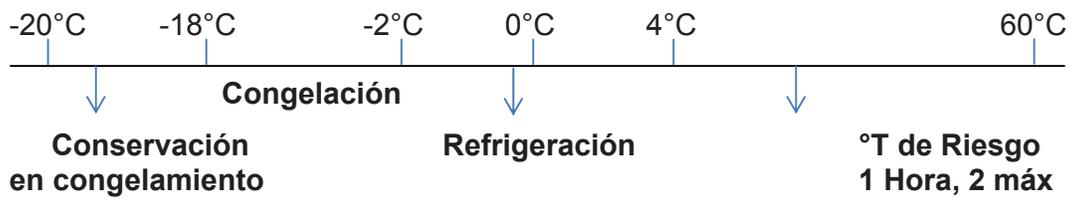
- Pérdida de clientes y ventas
- Pérdida de prestigio y reputación
- Demandas
- Aumento de los primas de seguro
- Empleados con moral baja
- Ausentismo de empleados
- Necesidad de rentrenar a los empleados
- Bochornos

INSTRUCCIONES DE ALMACENAMIENTO

1. Recibir mercadería
2. Almacenamiento
3. Preparación
4. Cocción
5. Exhibición
6. Enfriamiento
7. Recalentamiento

Los alimentos que tengan proteínas favorecen al desarrollo rápido de microorganismos.

Condiciones de insalubridad: Abuso de tiempo y temperatura.



Los alimentos presentan siempre microorganismos en su superficie o en su interior. Estos microorganismos pueden ser:

- Endógenos: ya presentes en el interior de las estructuras del alimento donde pueden provocar zoonosis, enfermedades animales y vegetales no transmisibles al hombre.
- Exógenos: se incorporan al alimento durante su manipulación y procesado.

TIPOS DE AGENTES PATÓGENOS

Bacterias: Son microorganismos que pueden ser transferidos a un alimento al tocarlo con un dedo húmedo. Viven generalmente en materia orgánica en descomposición, por tanto abundan en el suelo, excrementos humanos y animales, además están presentes en el intestino y sobre la piel de personas y animales. Pueden causar infecciones al estómago, y si es grave pueden ingresar a órganos corporales y en la corriente sanguínea.

Virus: Son microorganismos más pequeños que las bacterias. Su principal portador es el ser humano, por lo que los alimentos se pueden contaminar al estar en contacto con la persona infectada, sin embargo también se pueden encontrar en mariscos que han estado en contacto con aguas residuales.

Parásitos: Son organismos que viven dentro de animales y personas, dependiendo de los mismos para obtener alimento, agua y calor. Generalmente son visibles pero sus huevos son difícilmente detectables. Se transfieren por la piel o heces de las personas.

Algunas enfermedades causadas por alimentos infectados son:

- Salmonelosis,
- Shigelosis o disentería bacilar,
- Gastroenteritis por *Escherichia coli* enteropatógeno,
- Enteritis causada por *Yersinia enterocolitica*,
- Diarreas por *Vibrio parahaemolyticus* y por otros vibrios próximos al *V. cholerae*,
- Enteritis causadas por *Campylobacter*,
- Enteritis producidas por *Bacillaceae*,
- Intoxicaciones alimentarias agudas como el botulismo (intoxicación por *Clostridium botulinum*) y la intoxicación estafilocócica,
- Intoxicaciones alimentarias crónicas causadas por hongos,
- Virosis transmitidas por alimentos como la hepatitis de tipo A,
- Enfermedades causadas por protozoos y transmitidas por alimentos y

- Enfermedades causadas por helmintos
 - Staphylococcus aureus
 - Listeria monocytogenesis
 - Clostridium perfringens
 - Bacillus series
 - Virus Norwalk
 - Trichinella spiralis

CAUSAS DEL CRECIMIENTO DE MICROORGANISMOS

- **Abuso de tiempo y temperatura:** El alimento no debe permanecer más de 2 horas en temperatura de riesgo 4°C a 60°C.
- **Contaminación cruzada:** La transferencia de microorganismos de superficies contaminadas a otras que no lo son. Esto se evita con la correcta limpieza y sanitización de los vectores como manos, herramientas de trabajo y alimentos contaminados.
- **Falta de higiene personal:** Cuando la higiene personal es deficiente o por la frecuencia de ejecución y cuando los manipuladores de alimentos presentan heridas no protegidas o llevan joyas y acostumbran a rascarse constantemente.
- **Limpieza y sanitización incorrectas:** Cuando el proceso de limpieza y sanitización es deficiente.

ALGUNOS MÉTODOS DE REDUCCIÓN O ELIMINACIÓN DE MICROORGANISMOS SON:

Procesos de prevención:

- Buenos hábitos de higiene personal.
- Informar cuando se presenta una enfermedad eventual.
- Eliminar hábitos negativos del personal como fumar, comer o beber durante el trabajo, etc.
- Proceso correcto de higiene y sanitización.

Higiene personal:

- Bañarse a diario y vestirse con ropa limpia, incluso mandil o limpión.
- Evitar usar joyas porque coleccionan suciedad o se caen mientras uno trabaja.
- Usar sombrero, gorra, malla, o cualquier implemento que ayude a mantener el cabello fuera de la cara, manos y alimentos.
- Usar venda limpia y guantes descartables sobre heridas frescas sin infectar.
- Mantenga sus uñas limpias y bien cortadas.
- Lavarse bien las manos y lavárselas a menudo.

TRATAMIENTO ADECUADO DE ALIMENTOS DURANTE LA PREPARACIÓN

Métodos para descongelar:

- En refrigeración a 41° F o 5°C o menos.
- Sumergir los alimentos bajo un chorro de agua potable a temperatura ambiente 70° F (21° C) o menor.
- En el horno microondas cuando se va a cocinar inmediatamente después.
- Como parte del proceso de cocción.

Temperaturas internas mínimas de cocción

- | | |
|---------------------------------|------------------------------------|
| • Aves enteras o molidas | 165° F o 74° C durante 15 segundos |
| • Carne molida y pescado molido | 155° F o 68 °C durante 15 segundos |
| • Carne de cerdo y res | 145° F o 63°C durante 15 segundos |
| • Pescado | 145 °F o 63° C durante 15 segundos |

Temperaturas correctas de almacenamiento de alimentos calientes y fríos:

- | | |
|-----------------------|---------------------|
| • Alimentos fríos | 41 °F o 5°C o menos |
| • Alimentos calientes | 135° F o 57°C o más |

Tabla 42: Tiempos de almacenamiento

Producto	Período de almacenamiento	
	Refrigeración (días)	Congelación (meses)
Carne fresca		
Res molida	1 a 2	3 a 4
Bistec y asados	3 a 5	6 a 12
Cerdo costillas	3 a 5	4 a 6
Cerdo Molido	1 a 2	3 a 4
Cerdo asado	3 a 5	4 a 6
Carne curada		
Embutidos	3 a 5	1 a 2
Chorizo	1 a 2	1 a 2
Salsa de carne	1 a 2	3
Pescado		
Magro como bacalao	2 a 3	3 a 6
Grasoso como atún o salmón	1 a 2	Hasta 3
Almejas y ostras	1 a 2	Hasta 6
Pollo		
Entero	1 a 2	12
En partes	1 a 2	9
Menudo	1 a 2	3 a 4
Productos lácteos		
Queso suizo o preparado	21 a 28	No de preferencia
Leche	5	1
Huevos frescos con cáscara	21	No
Huevos duros	7	No
Carne y vegetales		
Al horno, sopas y guisos	3 a 4	2 a 3

Tomado de: USDA NY Sea Grant Food Marketing Institute

Métodos de enfriamiento correcto de alimentos:

Para reducir la temperatura de alimentos calientes lo más rápido posible evitando permanecer en la zona de riesgo se puede:

- Porcionar los alimentos calientes en pequeñas cantidades o poco profundas.
- Aplicar métodos como cama de hielo, baños de agua helada y abatidores de temperaturas.

Métodos correctos de recalentamiento de alimentos:

Para aumentar la temperatura de alimentos fríos lo más rápido posible evitando permanecer en la zona de riesgo se puede:

- Calentar a temperaturas de 165° F o 74° C por 15 segundos mínimo en menos de 2 horas, si esto no ocurre, el alimento debe ser desechado.
- No se debe usar equipos para exhibir los alimentos calientes, se utilizan equipos para cocción que permitan un intercambio de calor drástico.

ANEXO 6: Formato de contrato de trabajo a prueba para empleados y Rol de pagos

CONTRATO DE TRABAJO A PRUEBA

A la suscripción del presente contrato de trabajo comparecen el empleador y la trabajadora, cuyos nombres y condiciones se indican a continuación, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrarlo, conforme a las siguientes especificaciones que forman parte integral del mismo:

LUGAR Y FECHA DE CELEBRACIÓN DEL CONTRATO: _____

NOMBRE DEL EMPLEADOR: FEEDIN' GOOD, representada por el Sr. DIEGO FELIPE MEJÍA LUNA, en su calidad de Gerente General.

DOMICILIO DEL EMPLEADOR: Av. PAMPITE Y JOSÉ VARGAS

NOMBRE DE LA TRABAJADORA: XXXXX XXX

CEDULA DE IDENTIDAD: XXXXXXXX

DIRECCIÓN DE LA TRABAJADORA: _____

CLASE DE TRABAJO, ARTE U OFICIO QUE DESEMPEÑA LA TRABAJADORA: _____

REMUNERACIÓN UNIFICADA ACORDADA: _____

FORMA DE PAGO: MENSUAL

LUGAR DONDE DESEMPEÑA SUS LABORES: CUMBAYÁ

FECHA DE TERMINACIÓN DEL CONTRATO: _____

CLAUSULAS:

PRIMERA.- El empleador, para el desarrollo de las tareas propias de su actividad, contrata los servicios personales de la trabajadora, que los desempeñará en conformidad con la Ley, los reglamentos internos, las disposiciones generales, órdenes e instrucciones que le impartan el empleador o sus representantes.

SEGUNDA.- La trabajadora se compromete a prestar sus servicios personales en forma exclusiva para con el empleador, en la clase de trabajo acordado, para el cual declara tener los conocimientos y capacidades necesarias.

TERCERA.- El empleador pagará a la trabajadora por la prestación convenida de sus servicios la remuneración unificada convenida y en la forma que queda determinada en las especificaciones iniciales.

De esta suma se harán los descuentos que correspondan a los aportes personales de la trabajadora al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, retenciones de impuesto a la Renta, en caso de haberlas, los ordenados por el Juez o autoridad competente y los demás determinados por la Ley. El empleador pagará además las remuneraciones adicionales, utilidades y otros beneficios sociales que se llegare a acordar, en las condiciones y con las limitaciones establecidas legalmente. En caso de pago por jornal se estará a lo dispuesto en el Art. 54 del Código de Trabajo, esto es la pérdida de la remuneración completa de la semana, si la trabajadora faltare injustificadamente una jornada o media jornada de trabajo, según sea el caso.

El Empleador se compromete a entregar a la trabajadora, son costo alguno los elementos de seguridad necesarios para la protección de éste en sus labores cotidianas. Es obligación de la trabajadora utilizar estos elementos durante toda la jornada laboral. En caso de accidente de la trabajadora, causado por la no utilización de los implementos de seguridad entregados, éste libera de toda responsabilidad al Empleador.

CUARTA.- La trabajadora se obliga a laborar jornadas de trabajo de ocho horas diarias y máximo cuarenta horas semanales, en forma rotativa dentro de los turnos establecidos en la empresa, que son los siguientes: Primer turno, de 06H00 a 14H00; Segundo turno, de 14H00 a 22H00 y el Tercer turno de las 22H00 a 06H00 del día siguiente. La jornada nocturna será remunerada conforme lo determina el Art. 49 del Código de Trabajo.

El empleador podrá hacer reajustes o cambios de horarios, de estimarlo conveniente.

Si por las exigencias del trabajo a realizarse o por circunstancias de caso fortuito o fuerza mayor fuere necesario que la trabajadora deba laborar sábados o domingos o en horas suplementarios que excedan la jornada máxima diaria, las partes aceptan someterse a lo dispuesto en los Arts. 49, 50, 52, 54 y 55 del Código de Trabajo.

QUINTA.- Este contrato se entenderá como de prueba los primeros noventa días contados desde la fecha de su celebración. Durante este período cualquiera de las partes podrá darlo por terminado libremente. Vencido este plazo, automáticamente se entenderá que continúa en vigencia por el tiempo faltante para completar un año. En este caso, el empleador o la trabajadora deberán notificar a la otra parte su voluntad de darlo por terminado con treinta días o quince días de anticipación respectivamente, de conformidad con el Art. 185 del Código de Trabajo. A falta de esta notificación, se convertirá en contrato de trabajo a tiempo indefinido.

A sí mismo cualquiera de las partes podrá dar por terminado este contrato, previo visto bueno, en los casos de los Arts. 172 y 173 y con el procedimiento determinado en el Art. 621 del mismo Código.

SEXTA.- En todo lo que no estuviere previsto en el presente contrato, las partes declaran incorporadas las disposiciones de la ley de la materia, en especial las relativas a las obligaciones del empleador y de la trabajadora, las prohibiciones generales de los Arts. 44 y 46 y las obligaciones específicas contenidas en los Arts. 42 y 45 del Código de Trabajo.

SEPTIMA.- Para el caso de discrepancias que no puedan ser solucionadas mediante acuerdo personal y directo entre las partes, éstas renuncian a su

domicilio y se someten a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado.

OCTAVA.- El empleador y la trabajadora, sin reserva de ninguna clase, aceptan y ratifican en todas sus partes el contrato contenido en las cláusulas que anteceden por convenir a sus intereses y para constancia de lo cual, las partes firman este contrato en tres ejemplares de igual contenido y valor, el mismo que será registrado ante el Inspector del Trabajo.

EL EMPLEADOR
CI.

LA TRABAJADORA
CI.

INSPECTOR DEL TRABAJO

FEEDIN' GOOD Ecuador Av. Pampite y José Vargas, Cumbayá	Rol de pago individual al:		Fecha de emisión:			
	Código / Nombre:		Ciudad:			
	Cargo:					
	Área:					
SUELDO:		Días:				
INGRESOS		DESCUENTOS		NETO A RECIBIR		
Rem. Sec. Unif.		IESS Pers 9,35 %	0,00	0,00		
Horas 50%						
Horas 100%		Total Desc.	0,00			
Total Ingresos	0,00					
RECIBI CONFORME						
Recibi de FEEDINGOOD						
los valores antes indicados por concepto de pago						
total de mis haberes correspondientes al trabajo						
que he desarrollado en el periodo señalado en este						
recibo.						

ANEXO 7: Cotización Uniformes de personal – C&M Uniformes

Quito, 12 de noviembre del 2012

FEEDING GOOD.

Atención.

Sr. Diego Mejía.

E-mail. kamino.gourmet@gmail.com

Telf. 289 3320

Ciudad.

Estimado Sr. Mejía.

Adjunto cotización según requerimiento solicitado.

- Chaqueta de chef color negro modelo broche con vivo blanco, mangas largas, tallas: S – M – L – XL.

8 x \$ 19.46 c/u. \$ 155.68

- Pantalón modelo resorte en gabardina especial color negro, tallas: S – M – L – XL.

8 x \$ 19.33 c/u. \$ 154.64

- Mandil pechero en gabardina color negro.

8 x \$ 8.04 c/u. \$ 64.32

- Cofia tipo americana en lino color negro.

8 x \$ 1.79 c/u. \$ 14.32

- Limpión algodón color blanco.
8 x \$ 1.77 c/u. \$ 14.16
- Chaqueta modelo vincha color negro mangas cortas con cuello y puño combinado en tela de cuadritos, tallas: S – M – L – XL.
4 x \$ 15.00 c/u. \$ 60.00
- Pantalón modelo resorte en tela de cuadritos, tallas: S – M – L – XL.
4 x \$ 15.31 c/u. \$ 61.24
- Mandil de lona color negro.
4 x \$ 7.01 c/u. \$ 28.04
- Pantalón modelo clásico en tela lino, con pretina ancha para mujer, tallas: S – M – L – XL.
3 x \$ 16.00 c/u. \$ 48.00
- Pantalón mangas largas en popelina especial (Cód. 04), tallas: S – M – L – XL.
3 x \$ 16.00 c/u. \$ 48.00
- Chaleco para mujer modelo clásico en tela Lino color azul marino, tallas: S – M – L – XL.
3 x \$ 14.16 c/u. \$ 42.48

Subtotal. \$ 690.88

12% IVA: \$ 82.91

Total. \$ 773.79

Forma de pago: 50% anticipo.

50% contra entrega.

Tiempo de entrega: a convenir.

Atentamente,

Amparo Villegas M.

C & M UNIFORMS ®

**ANEXO 8: Cotización equipamiento de computación
y tecnología - Computron**



Xtratech SUPREME AMD DC 3.0GHz/2GB/500GB/DVDRW/TMP/W7 BASIC
\$436.61 x2 = \$873.22



Teclado Xtratech Multimedia USB negro
\$14.29 x2 = \$28.58



MINI MOUSE OMEGA PLATA NEGRO RETRACTIL USB
\$7.14 x2 = \$14.28



PARLANTE LOGITECH 2.0 S120
\$13.39 x2 = \$26.78



TELEFONO PANASONIC DECT 6.0 3x1 C-ID – SILVER
\$88.39



IMPRESORA SAMSUNG LASER MONOCROMATICA 20PPM
\$79.47



FLAT PANEL SAMSUNG 18.5
\$120.54 x2 = \$241.08



TONER SAMSUNG LASER PARA ML-2851 (5K)
\$112.50

Subtotal = \$1464.30

IVA= 175.71

TOTAL= \$1640.01

ANEXO 9: Cotización Equipamiento de Cocina – Termalimex Cia. Ltda.

TERMALIMEX CIA. LTDA.					
Dirección: RUMIPAMBA OE1-80 Y AV. 10 DE AGOSTO					
R.U.C.: 1790162524001			PROFORMA: 0011027		
SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES					
RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004					
Cliente : DIEGO MEJIA		Quito, 29 de Agosto del 2012			
Contacto :					
Dirección : QUITO					
Ciudad : QUITO		Email :			
R.U.C. : 9999999999		TELEFONO : 098919222		Cod. Vendedor : VVB Pag. 1 de 3	
No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
1	1	Licuada WARING BB180S de 32 onz. de capacidad, con vaso de acero inoxidable, con swith alterno de dos velocidades, especificacion 115/60/1	165.78	0.00	165.78
	1	Batidora semi-industrial de fabricación americana, KITCHEN AID KSM150 artesanal, de 5 cuartos de galón de capacidad, tazón de acero inoxidable con protector para evitar derrames, un batidor globo de alambre tipo D, un batidor plano tipo B, y un batidor de gancho tipo ED, control de 10 velocidades; motor de 325w.	383.29	0.00	383.29
	2	Bandeja HALCO 88004 fabricada en acero inoxidable calibre 24, 1/1 GN de 53.0 x 32.5 x 10.0 cm	27.57	0.00	55.14
	2	Bandeja HALCO 88006 fabricada en acero inoxidable calibre 24, 1/1 GN de 53.0 x 32.5 x 15.0 cms	36.24	0.00	72.48
	4	Tapa para bandeja 1/1 GN HALCO CP8002 fabricada de acero inoxidable de 53.3 x 33 cms.	22.53	0.00	90.12
	3	Cacerola UPDATE U-ASP-3 fabricada de aluminio de 3-3/4 Qt. de capacidad.	16.97	0.00	50.91
	1	Cacerola UPDATE U-ASP-10 fabricada en aluminio de 10 Qt. de capacidad.	32.91	0.00	32.91
	2	Sartén VOLLRATH 67814 fabricado de aluminio con recubimiento antiadherente de 35.56 cm de diámetro.	70.35	0.00	140.70
	5	Sartén VOLLRATH 67112 fabricado de aluminio en acabado natural de 30,5 cmde diámetro.	43.21	0.00	216.05
2	1	Olla calentadora de sopas SUNNEX 81388A-3, capacidad 10 lts. , operación eléctrica a 450 watts. Espec. eléctrica 120/60/1.	140.94	0.00	140.94
3	2	Chafer SUNNEX X51229 fabricado de s/s, provisto de bandeja para agua, bandeja tamaño 1/1 de 6.5 cms., dos mecheros y tapa tipo domo.	157.00	0.00	314.00
4	1	Horno industrial de convección IMPERIAL ICVGP de fabricación americana, un compartimento con capacidad para albergar entre 5 y 12 latas, unidad provista de cinco repisas. Operación a gas con capacidad de calentamiento de 70,000 BTU. Puerta frontal con una hoja de vidrio. Control de temperatura de 150 a 500°F. Motor de ventilación de 1/2 HP de dos velocidades. Dimensiones 96.5 x 102.2 x 152.4 cms. Espec. eléctrica 120/60/1	5,605.20	0.00	5,605.20
5	1	Rebanadora industrial SIRMAN MIRRA 250 de fabricación italiana, motor de 0.20 HP, cuchilla de 25 cms. de diámetro. Unidad fabricada en aluminio con bandeja de recepción incorporada.	734.57	0.00	734.57
6	1	Horno industrial de microondas AMANA RCS10TS de fabricación americana, capacidad de calentamiento 1000 watts, capacidad interior de 1.2 pies cúbicos . Menú con capacidad de almacenar hasta 10 programas. Terminado interior y exterior en acero inoxidable. Espec. eléctrica 120/60/1	925.80	0.00	925.80
7	1	Coche trapeador CARLISLE 36904-04 fabricado de polietileno montado sobre ruedas.	94.11	0.00	94.11
8	1	Cocina industrial IMPERIAL IR-6 de fabricación americana, operación a gas con seis hornillas abiertas con capacidad de calentamiento de 28.000 BTU cada una y piloto independiente, parrillas de hierro fundido de 30 x 30 cms., unidad montada sobre base con horno de 35.000 BTU y control termostático de temperatura entre 150 a 500°F. Terminado exterior en acero inoxidable. Dimensiones 91 x 72 x 91 cms. de alto.	2,484.00	0.00	2,484.00
9	2	Basurero CARLISLE, 341020-23, 20gal. capacidad	40.96	0.00	81.92

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001**SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES****RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004****PROFORMA: 0011027****Cliente :** DIEGO MEJIA

Quito, 29 de Agosto del 2012

Contacto :**Dirección :** QUITO**Ciudad :** QUITO**Email :****R.U.C. :** 9999999999**TELEFONO :** 098919222**Cod. Vendedor :** VVB

Pag. 2 de 3

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCCTO.	P.TOTAL
10	1	Congelador industrial KOLDPIA SGRF-49FD, 49 pies cúbicos de capacidad, sistema de refrigeración autocontenida con dos motores de 1/2 HP, unidad de dos compartimentos provista de cuatro repisas de alambre con recubrimiento epóxico por cada compartimento, luz interior. Unidad fabricada de acero inoxidable. Dimensiones 126.0x80.0x202.0 cms. Espec. eléctrica 115/60/1	3,479.36	0.00	3,479.36
11	1	Refrigerador industrial KOLDPIA SGRR-23FD, 21 pies cúbicos de capacidad, sistema de refrigeración autocontenida con motor de 1/4 HP, unidad de un compartimento provista de cuatro repisas de alambre con recubrimiento epóxico, luz interior. Unidad fabricada de acero inoxidable. Dimensiones 74.0x80.0x202.0 cms. Espec. eléctrica 115/60/1	2,170.29	0.00	2,170.29
12	1	Laminadora de pasta manual marca IMPERIA 010, fabricación italiana, posee un rodillo de 220 mm de longitud con una apertura máxima de 5 mm. con engranajes de acero, perilla de regulación de espesor de 10 niveles. Cada unidad esta provista de rodillos, bandeja, mango y abrazadera.	665.82	0.00	665.82
13	1	Molde para ravioli marca IMPERIA 310, fabricación italiana, cada molde de 12 unidades.	16.58	0.00	16.58
14	1	Set de boquillas para pastelería ATECO 783 fabricadas de acero inoxidable, 55 piezas.	58.92	0.00	58.92
15	1	Bolillo UPDATE U-RPW-3215 fabricado en madera de 38.1 cm de longitud.	13.63	0.00	13.63
16	1	Manga pastelera HALCO NPB7 fabricada de nylon de 30.5 x 48.3 cms.	8.89	0.00	8.89
17	1	Flameador JBP U749 (butano).	87.56	0.00	87.56
18	2	Esterilla antiadherente MATFER 321002, resistente desde -40°C hasta 300°C. Dimensiones 58.5 x 38.5 cm.	32.35	0.00	64.70
19	1	Espátula para pastelería ATECO 1309, hoja de 9 3/4" x 1 1/2", mango plástico.	12.01	0.00	12.01
20	1	Espátula TRAMONTINA 24671/180 10" (25.7 cms) mango plástico	5.26	0.00	5.26
21	2	Pinza utilitaria HALCO 3512EH, extra heavy fabricada de acero inoxidable de 30.5 cm de longitud.	2.48	0.00	4.96
22	1	Mandolina JB PRINCE D311-F - estándar de fabricación francesa, fabricada de acero inoxidable con cuchillas ajustables con espaciados de 1/8" y 3/8", incluye protector.	300.16	0.00	300.16
23	1	Tabla de picar UPDATE CBGR-1824 fabricada de polipropileno de 45.72 x 60.96 x 1.3 cm, color verde.	27.10	0.00	27.10
24	1	Tabla de picar UPDATE U-CB-1520 fabricada en polietileno de 38.1 x 50.8 x 1.3 cm., color blanco.	17.88	0.00	17.88
25	1	Tabla de picar UPDATE U-CBYE-1218 fabricada en polietileno de 30.5 x 45.7 x 1.3 cm., color amarillo.	13.00	0.00	13.00
26	2	Transportador térmico de dos cuerpos CARLISLE PC600N-59 fabricado de polietileno con capacidad interior para almacenar hasta cinco bandejas tamaño 1/1 de 2-1/2" de profundidad por cada compartimento (o realizar diferentes combinaciones de bandejas) color pizarra	1,070.38	0.00	2,140.76
27	5	Bandeja para hornear ADVANCE 18-8A-13 fabricada de aluminio, calibre 18, tamaño 1/2 de 45.7 x 33.0 cms.	11.66	0.00	58.30
28	10	Bandeja CARLISLE 10202 fabricada de policarbonato, tamaño 1/1 de 52.7 x 32.4 x 15.24 cms.	38.99	0.00	389.90

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-80 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

PROFORMA:

0011027

Cliente : DIEGO MEJIA

Quito, 29 de Agosto del 2012

Contacto :

Dirección : QUITO

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 9999999999

TELEFONO : 098919222

Cod. Vendedor : VVB

Pag. 3 de 3

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
29	10	Tapa flexible para bandeja CARLISLE 10212-14 fabricada de policarbonato, tamaño 1/1 de 52.7 x 32.4 cms., color celeste	11.48	0.00	114.80
30	1	Balanza digital de plataforma YAMATO DSR-200 con indicador de peso conectado a la base, capacidad 200 lb. x 0.2 lb. Plataforma de acero inoxidable. Incluye adaptador.	230.04	0.00	230.04
31	1	Extractor industrial de jugos, SUNKIST J-1, fabricación americana, equipado con 3 cabezales para extracción de jugos de naranja, toronja y limon, motor de 1/4 HP. 10-12 galones por hora. Elec. 115/60/1.	892.62	0.00	892.62
32	2	Tazon HALCO S775 fabricado en acero inoxidable de 5 Qt de capacidad.	5.64	0.00	11.28
33	2	Tazón HALCO S773 fabricado de acero inoxidable e 3 Qt. de capacidad.	3.70	0.00	7.40
34	8	Tazón HALCO S772 fabricado de acero inoxidable de 1.5 Qt. de capacidad.	2.35	0.00	18.80
35	2	Tazón HALCO S778 fabricado en acero inoxidable de 10.5 Qt de capacidad.	9.42	0.00	18.84
36	3	Tazón UPDATE U-MB-2000 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 20 Qt.	14.87	0.00	44.61
37	2	Tazón colador UPDATE U-CCOL-15S fabricado en acero inoxidable de 38 cm de diametro	14.89	0.00	29.78
38	1	Cuchillo carnciero marca TRAMONTINA 24621/089 de 9" (23.13) .	10.62	0.00	10.62
39	1	Cuchillo fileteador de salmón TRAMONTINA 24618/058 8", mango plástico color amarillo.	7.61	0.00	7.61
40	1	Cuchillo tipo sierra TRAMONTINA 24627/080 10" (25.4 cms.), mango plástico.	7.41	0.00	7.41
			SUBTOTAL:		22,516.81
			DSCTO. :		0.00
			SUBTOTAL :		22,516.81
			TRANSPORTE:		0.00
			I.V.A. 12 %:		2,702.02
			TOTAL :		25,218.83

CONDICIONES DE OFERTA

-FORMA DE PAGO

-CONTADO CONTRA ENTREGA

-PLAZO DE ENTREGA

-INMEDIATO SALVO VENTA PREVIA

-VALIDEZ DE OFERTA

15 DIAS A PARTIR DE LA PRESENTE

ATENTAMENTE

VERONICA VALLEJO
TERMALIMEX

ANEXO 10: Cotización de muebles y enseres de oficina – Office Store

RUC: 1791406311001

	DATOS DE LA EMPRESA
Empresa: Contacto: Dirección: Teléfono: E-mail: Fecha: Fecha entrega:	Feedin`good _____ Diego Mejia _____ _____ 0998919222 _____ kamino.gourmet@gmail.com _____ 08/11/2012 _____ _____

CANT	CODIGO	REF.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	TOTAL
GERENCIA					
1	17028	705	Gerencia Chocolate 180cm	\$ 884,00	\$ 884,00
1	14025	2061	Sillon Presidente Monaco Semireclinable Cuerina	\$ 474,00	\$ 474,00
					
1	14036	3011	Sillon Volta Presidente Importado Cuerina	\$ 436,00	\$ 436,00
					
2	14090	2062	Sillon Gerente Monaco Semireclinable Cuerina NY	\$ 402,00	\$ 804,00
					
2	14034	3012	Sillon Volta Gerente importado Cuerina	\$ 396,00	\$ 792,00
					

1	20001	kt	Biblioteca Media importada 2 cuerpos		\$ 351,00	\$ 351,00
1	3428	A-01	ASISTENTE Estacion de trabajo importado 1P 140cm		\$ 466,00	\$ 466,00
1	13029	Silla ejec.	Sillon Siluette Media Reclinable		\$ 162,00	\$ 162,00
2	12062	312	Silla Hard PVC Negro/Blanco		\$ 104,00	\$ 208,00
1	20020		Archivador Aereo con tapa metalica curva 120cm		\$ 160,00	\$ 160,00
1	20024		Archivador Aereo con tapa metalica curva 90cm		\$ 120,00	\$ 120,00
1	15039	S18	SALA DE ESPERA Sofa Tripersonal Phantom Negro		\$ 1.021,00	\$ 1.021,00
1	15038	S18	Sofa Bipersonal Phantom Negro		\$ 772,00	\$ 772,00

1	19028	Mesa para sala de espera de 80x60cm matal -vidrio	\$ 92,00	\$ 92,00
			SUBTOTAL	\$ 6.742,00
			DESCUENTO	\$ -
			I.V.A 12%	\$ 809,04
			TOTAL	\$ 7.551,04

Soledad Cabrera
ASESOR COMERCIAL

ANEXO 11: Cotización Equipamiento Médico – Perfectech S.A.



PROFORMA N°369 Q-2012

FECHA: QUITO, 22 DE NOVIEMBRE DE 2012
CLIENTE: SR. DIEGO MEJIA
ATTE: SR. DIEGO MEJIA
DIRECCION:
TELEFONO:

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR U.	TOTAL
1 u	SISTEMA DE ERGOMETRIA (PRUEBA DE ESFUERZO) MARCA : MORTARA MODELO : XSBRIBE ESTADO : NUEVO DE FABRICA PROCEDENCIA : NORTEAMERICANA Especificaciones: <i>Se adjunta catalogo</i>	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
1 u	MESA GINECOLOGICA DE EXAMINACION MARCA: MIDMARK - RITTER MODELO: 604 - 002 ESTADO: NUEVO PROCEDENCIA: USA <i>Se adjunta catalogo</i>	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00
1 u	HOLTER DE ARRITMIA MARCA: MORTARA MODELO: H3 PLUS ESTADO: NUEVO PROCEDENCIA: U.S.A. ESPECIFICACIONES DEL FABRICANTE: MEMORIA DE 64 MB EN 24 HORAS TIEMPO DE GRABACION DE 24 A 48 HORAS CANAL DE GRABACION ECG: 3 CANALES NIVEL DE MOVIMIENTO: 1 CANAL DE PULSO DEL PULSO DEL MARCAPASOS: 1 CANAL DE DETECCION DE CH 1 MARCAPASOS	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00



CARACTERISTICAS:		
PEQUEÑO Y LIGERO		
SOLO PESA 28 GRAMOS (1 ONZA) Y TAN PEQUEÑO QUE EL PACIENTE APENAS NOTARA QUE ESTA AHÍ		
3 CANALES DE GRABACION		
TRES CANALES DE GRABACION, TAMBIEN DISPONE DE DOS CANALES DE GRABACION BIPOLAR		
DETECCION DE ESPIGAS DE MARCAPASOS INCLUIDA DE SERIES		
VISUALIZACION DE LAS ONDAS		
PANTALLA DE GRAFICOS PARA VISUALIZAR LAS ONDAS DE ECG DURANTE LA CONEXIÓN DEL PACIENTE		
GRABACION PARA 24 Y 48 HORAS		
CON UNA UNICA PILA DE AAA, EL H3+ OFRECE LA POSIBILIDAD DE OBTENER HASTA 2 DIAS DE GRABACION CONTINUA		
TRANSFERENCIAS DE DATOS USB		
DESCARGA DE LA GRABACION AL SISTEMA HOLTER H-SCRIBE MEDIANTE UN CABLE USB		
OTRAS ESPECIFICACIONES:		
TIPO DE INSTRUMENTO: GRABADOR HOLTER DIGITAL		
CANALES DE ENTRADA: ADQUISICIÓN SIMULTÁNEA DE DOS O TRES CANALES		
DERIVACIONES ESTÁNDAR QUE SE ADQUIEREN IMPEDANCIA DE ENTRADA, RANGO DINÁMICO DE ENTRADA, TOLERANCIA A DESVIACIÓN DE ELECTRODOS, RESPUESTA A FRECUENCIAS		
IGUALA O SUPERA LOS REQUISITOS DE LA NORMA ANSI/AAMI EC38		
FRECUENCIA DE MUESTREO DIGITAL: 180 MUESTRAS/SEGUNDO/CANAL PARA REGISTRO Y ALMACENAMIENTO ESTÁNDAR.		
FUNCIONES ESPECIALES: DETECCIÓN DE MARCAPASOS. VISUALIZACIÓN DE ECG DURANTE LA CONEXIÓN DEL PACIENTE		
CONVERSIÓN A/D: 12 BITS		
ALMACENAMIENTO: MEMORIA INTERNA, NO VOLÁTIL		
CLASIFICACIÓN DEL DISPOSITIVO: PIEZAS A PRUEBA DE DESFIBRILACIÓN DE TIPO CF, CON ALIMENTACIÓN ELÉCTRICA INTERNA		
PESO: 28 GR (1 ONZA) SIN PILA		
DIMENSIONES: 64 X 25 X 19 MM (2,5 X 1,0 X 0,75 PULGADAS)		
PILA: NECESITA 1 PILA ALCALINA AAA PARA GRABAR HASTA 48 HORAS		

	INCLUYE:		
	<i>1 CABLE DE PACIENTE PARA ECG</i>		
	<i>1 GRABADORAS SEER LIGHT</i>		
	<i>1 SOFTWARE HSCRIBE</i>		
	<i>1 CABLE DE INTERFASE DE LA GRABADORA</i>		
	<i>1 PAQUETE DE BATERIA AAA</i>		
1 u	<u>BALANZA DIGITAL CON TALLIMETRO ADULTO / PEDIATRICO</u>	\$ 680,00	\$ 680,00
	MARCA: RICE LAKE		
	MODELO: RL-150		
	PROCEDENCIA: USA		
	ESTADO: NUEVA DE FABRICA		
	<i>Se adjunta catalogo</i>		
1 u	SET DE DIAGNOSTICO	\$ 195,00	\$ 195,00
	MARCA: TIMESCO		
	MODELO: ORION / REF:2502.300.05		
	PROCEDENCIA: INGLES		
	ESTADO: NUEVO		
	Incluye:		
	<i>Otoscopio</i>		
	<i>Oftalmoscopio</i>		
	<i>Set de especulos nasales</i>		
	<i>Estuche</i>		
	<i>Manual en Español</i>		
1 u	TENSIOMETRO de PARED / ADULTO	\$ 125,00	\$ 125,00
	MARCA: LABTRON		
	PROCEDENCIA:		
	ESTADO: NUEVO		
	Especificaciones		
	<i>Manometro de tipo pantalla luminiscente</i>		
	<i>Pera de goma</i>		
	<i>Brazalete</i>		
SUBTOTAL		33.400,00	
12% IVA		4.008,00	
TOTAL		37.408,00	

CONDICIONES GENERALES DE NEGOCIACION:

- **Precios en dólares americanos**
- **Condiciones de pago: 50% de anticipo y saldo con posibilidades de financiaci**
- **Tiempo de entrega: 05 días laborables a partir de la aprobacion de la orden de compra**
- **Garantia Tecnica: 12 meses a partir de la firma del acta de entrega recepcion de lo oferta**
- **: Incluye dos visitas tecnicas de mantenimiento preventivo**
- **Vigencia de la cotización: 30 días calendarios**
- **Los precios y la disponibilidad pueden variar sin aviso previo**

Atentamente,

Ing. Edwin Rivera G.

Gerente Sucursal

PERFECTECH S.A. Quito

MATRIZ GUAYAQUIL: Urb. Santa Leonor Mz#5 Solar#28 PBX042-285050; Telf (593-4) 5125207 -5125208

**SUCURSAL GUAYAQUIL: Av. De Las Americas # 103 Centro de Negocios "El Terminal" Bloque E Of. 40-41 Telf.: (593-4) 2130562
Telefax (593-4) 2130566 Celular 097834126.**

**SUCURSAL QUITO: Queseras del Medio E11-205 Hotel Barnard P. Baja Local # 3 Telf.: (593-2) 2223638
Telefax (593-2) 2547021 celular 097375734 Web: www.perfectech.com.ec - edwinrivera@perfectech.com.ec**

ANEXO 12: Calendario de Carreras de atletismo Quito 2012

Calendario Quito 2012

La Dirección Metropolitana de Deporte y Recreación de Quito, hizo público la planificación de las actividades deportivas para el 2012.

Poco a poco que Carreras Ecuador vaya confirmando la realización de los eventos y consiguiendo información más detallada (valor y puntos de inscripción), lo iremos publicando en nuestro calendario principal.

Por el momento les dejamos con el listado para que vayan planificando su año deportivo.

Fecha	Disciplina	Nombre	Organización
07-ene-12	Atletismo	Selectivo de Cross	Concentración Deportiva de Pichincha
15-ene-12	Atletismo	Virgen de la Candelaria 10K	Alangasi
22-ene-12	Atletismo	Quito Verde 10K	Adacapeipi
22-ene-12	Atletismo	Cross Podium 10K	Podim
29-ene-12	Atletismo	Estudiantes 7K	Estudiantes del Norte
29-ene-12	Atletismo	Carrera de la Vicepresidencia	Sportime
05-feb-12	Atletismo	Juntos contra el Cancer 5k	Fundación Tercer Milenio
12-feb-12	Atletismo	Distancia Salesiana Spellman 10K	Spellman
26-feb-12	Atletismo	Corre por la Vida	ADE
04-mar-12	Atletismo	Heroes de la Policía Nacional	Policía Nacional
10-mar-12	Atletismo	Maurice Rabel 6K	Col. Maurice Rabel
11-mar-12	Atletismo	Competencia Atlética Gabrielina 10K	Col. San Gabriel
11-mar-12	Atletismo	Cambrige 2K	Cambrige School
11-mar-12	Atletismo	Mundo sin Drogas 8K	Fundación Mundo sin Drogas
18-mar-12	Atletismo	Día del Consumidor 10K	Andino
18-mar-12	Atletismo	Hidrobo 5K	Col. Ma. Angélica Hidrobo
25-mar-12	Atletismo	Kilometrito 5K	Organización Atlética Kilometrito
25-mar-12	Atletismo	Cani Cross 5K	Bio Alimentar
25-mar-12	Atletismo	Mejía 10K	Asebaguem
31-mar-12	Atletismo	Los Arrayanes 10K	Club Los Arrayanes
31-mar-12	Atletismo	New Balance 8K	Sportime
08-abr-12	Atletismo	UTE 10K	UTE
08-abr-12	Duatlón	Primera Válida Duatlón Quito	Richard Arias
22-abr-12	Atletismo	Aucas 10K	S.D.Aucas
22-abr-12	Atletismo	PUCE 7K	PUCE
22-abr-12	Atletismo	Col. Nuevo Ecuador 10K	Col. Nuevo Ecuador
28-abr-12	Ciclismo	Primera válida Reto Salud 2012	Proyecto Aventura
29-abr-12	Atletismo	Del Cole a la Meta 5K	Del Cole a la U
06-may-12	Atletismo	La Condamine 8K	Col. La Condamine

12-may-12	Atletismo	Nosotras Corremos 5K	Nike
20-may-12	Atletismo	Día de la Madre 7K	Carlos Caguana y Joyería Vanitex
20-may-12	Atletismo	Nuestros Héroes del Ejército	Virgen de la Merced
27-may-12	Atletismo	TIC's 10K	Empresas de Tecnología
27-may-12	Atletismo	Del Aire	ADE
03-jun-12	Atletismo	Diviértete Corriendo	Children International
03-jun-12	Atletismo	Niñez y Atletismo Fusión de Salud	Del Cole a la U
03-jun-12	Atletismo	Quito Últimas Noticias 15K	El Comercio
09-jun-12	Ciclismo	2da Válida Reto Salud 2012	Proyecto Aventura
17-jun-12	Atletismo	Urbana Thlón 10K	Sportime
17-jun-12	Atletismo	Chasquisito	Academia Yolanda Quimbita
01-jul-12	Atletismo	10K de la Energía E.E.Q.	
08-jul-12	Atletismo	Maratón de Quito 42K, 21K y 15K	Zero Límites
21-jul-12	Atletismo	Señor del Árbol 10K	ADE
22-jul-12	Atletismo	Club Atletas Silvio Guerra	Silvio Guerra
22-jul-12	Duatlón	2da Válida del Duatlón 20K	Richard Arias
29-jul-12	Atletismo	Solidaridad 10K	Fundación Tercer Milenio
05-ago-12	Atletismo	Confiteca 8K	Confiteca
05-ago-12	Atletismo	Día de la Independencia	Carlos Caguana
05-ago-12	Atletismo	Pichincha Universal	Pichincha Universal
12-ago-12	Atletismo	Ruta del Sur 10K	Comerciantes Andinos
18-ago-12	Atletismo	Ruta de las Iglesias 10K	Tventas
19-ago-12	Atletismo	Caltex 5K	Sr. Cajilema
25 y 26-ago-12	Ciclismo	Tour Montaña Nestle en Zuleta	Proyecto Aventura
26-ago-12	Atletismo	Vuelta al Cráter 10K	Rolando Vera Rodas
08-sep-12	Ciclismo	3ra Válida Reto Salud 2012	Proyecto Aventura
09-sep-12	Atletismo	Santísima Virgen María 10K	Fundación Germinar
23-sep-12	Atletismo	Liga 10K	Cien Pies
30-sep-12	Duatlón	Tercera Válida de Duatlón	Richard Arias
06-oct-12	Ciclismo	Tour Montaña Nestle Papagayo	Proyecto Aventura
07-oct-12	Atletismo	El Recreo 10K	C.C. El Recreo
21-oct-12	Duatlón	Segunda Válida del Duatlón 20K	Richard Arias
21-oct-12	Atletismo	Circuito Atlético el Pastel Deportivo	Lic. Carlos Caguana
10-nov-12	Atletismo	Energizer Night Race 8k	Proyecto Aventura
11-nov-12	Atletismo	Nike 10K	Nike
11-nov-12	Atletismo	Chasqui de Oro 10K	Fuerte Rumiñahui
17-nov-12	Atletismo	Contadores de Pichincha 10K	Col. de Contadores
18-nov-12	Atletismo	El Migrante 10K	Periódico El Migrante
25-nov-12	Atletismo	Media Maratón 21K	Sportime
02-dic-12	Atletismo	Ciudad de Quito 8K	Academia Yolanda Quimbita
02-dic-12	Atletismo	Camino al Cielo de Quito	Lic. Carlos Caguana
08-dic-12	Atletismo	Quitumbe 5K	Unidad Educativa Quitumbe

Nota: Las competencias más importantes se encuentran resaltadas en letras amarillas y fondo café.

Tomado de: www.carrerasecuador.com.