

UNIVERSIDAD AMERICANA



Seminario Desarrollo de Emprendedores

XIX Muestra Empresarial UAM 2014



Integrantes del Grupo:

Carlos Enrique González Morazán

Elayne Gabriela González Borrás

María Alejandra Guevara Juárez

Rosalyns Nohelia Aguirre Mayorga

Noel Antonio Mora Rodríguez

Carrera: Medicina

Nombre del docente: Dra. Alicia Rivas Miranda

Managua, Junio 2014

Contenido

I.	RESUMEN EJECUTIVO	3
II.	IDENTIFICACION DEL PROYECTO	5
	Ficha Técnica	5
III.	Situación Actual e Identificación del problema.....	6
	Situación Actual e Identificación del problema	7
IV.	Antecedentes	9
V.	Justificación	13
VI.	Misión y visión de la Proyecto	15
VII.	Objetivos del Proyecto	17
	Objetivo General	18
	Objetivo Específico	18
VIII.	Resultados esperados.....	19
IX.	Mercado	21
X.	Producción.....	24
XI.	Descripción del proceso de producción y/o generación del producto	33
XII.	Organización y aspectos generales	37
XIII.	Contabilidad y finanzas	48
XIV.	Bibliografía.....	55
XV.	Anexos	577

I. RESUMEN EJECUTIVO

NUTRIHEALTH es un proyecto que tiene como fin brindar asesoría nutricional a personas que tienen un mal estado nutricional (tanto obesidad como desnutrición), personas con comorbilidades, quienes deben de llevar una adecuada alimentación, o a personas que simplemente quieren mantener una nutrición ideal de acuerdo a sus características demográficas. Para lograr esta meta, **NUTRIHEALTH** se ha tomado la tarea de guiar a estas personas hacia un buen estado nutricional, por medio de consulta y/o seguimiento personal y consulta y/o seguimiento mediante la implementación de un sitio web.

El primer método que emplea **NUTRIHEALTH** es el de consultas personales individualizadas, las cuales son realizadas por un personal altamente entrenado en la rama de la Nutrición Clínica. Dichas consultas se llevarán a cabo en dos establecimientos específicos, localizados en las ciudades de Masaya y Managua, y consistirán en una entrevista clínica nutricional, la evaluación

antropométrica de la persona, interpretación de los valores antropométricos, realización de un plan nutricional de acuerdo al diagnóstico del individuo, y por último la consejería nutricional y explicación de cómo utilizar las herramientas que **NUTRIHEALTH** proveerá a la persona, las cuales incluyen un plan de menú y diario mensual (Anexos 1 y 2).

El segundo método utilizado por el programa de **NUTRIHEALTH** es el de consultas virtuales, por medio de nuestro sitio web. Al igual que el método anterior, los usuarios serán atendidos por personal profesional. Para ser atendidos mediante el sitio web, la persona primero debe crear una cuenta de usuario. Luego tendrá que calendarizar su cita y elegir el Nutricionista tratante. Seguidamente la página los llevará a una ventana de pago donde tendrán que cancelar su cuota para que pueda ser atendido. La consulta virtual se llevará a cabo por medio de Skype y seguirá orden detallado a continuación: entrevista

clínica nutricional, ingreso de datos antropométricos para la evaluación física de la persona, interpretación de los valores antropométricos, realización de un plan nutricional de acuerdo al diagnóstico del individuo, y por último la

consejería nutricional y explicación de cómo utilizar las herramientas que **NUTRIHEALTH** proveerá a la persona, las cuales son un plan de menú y diario mensual, en formato PDF.

II. IDENTIFICACION DEL PROYECTO

Ficha Técnica

Nombre del proyecto:

NUTRIHEALTH

Ubicación Geográfica:

- Costado oeste del Mercado Ernesto Fernández, frente a la estación de buses urbanos. Masaya, Nicaragua
- Del cine Salinas 2c al sur, 2 ½ c abajo. Bo. Campo Bruce. Managua, Nicaragua

Sector Beneficiario:

- Beneficiarios Directos:
Población Nicaragüense, entre 15 a 40 años.
- Beneficiarios Indirectos:
Familia y comunidad en general.

Período de ejecución del proyecto:

Julio del 2014 a Julio del 2017.

Presupuesto general:

Presupuesto global en tres años: \$ 49, 794.00 (Anexo 3).

III. Situación Actual e Identificación del problema

Situación Actual e Identificación del problema

En la actualidad, el mundo se enfrenta a una doble carga de malnutrición, que incluye tanto la desnutrición como la alimentación excesiva. Existen varios factores que influyen en el mal estado nutricional incluyendo: la educación, edad y género, sedentarismo, tipo de dieta, enfermedades asociadas, costumbres, como también la accesibilidad económica, entre otros.

La deficiencia de la educación sobre mejores estilos de vida y su beneficio en la salud contribuye indirectamente al mal estado nutricional. Por otro lado, la edad, género y el sedentarismo del usuario le predisponen a un metabolismo lento que puede interferir en la pérdida de peso. La dieta alta en grasa y carbohidratos simples predisponen tanto a la malnutrición como también a la obesidad, cuya proporción es considerada epidémica a nivel mundial. Asimismo, las enfermedades padecidas pueden imposibilitar a un individuo a mantener una dieta balanceada. Además las costumbres del paciente como también su accesibilidad económica contribuyen a tomar decisiones erradas sobre su dieta. Todos estos factores se entrelazan predisponiendo a un mal estado nutricional, asociándose a enfermedades tales como: desordenes hormonales, desnutrición, obesidad, síndrome metabólico, dislipidemia, y enfermedades crónicas como Diabetes mellitus tipo II, hipertensión arterial y cáncer, e inclusive depresión y baja autoestima.

La obesidad ha alcanzado proporciones epidémicas a nivel mundial, y cada año mueren, como mínimo, 2,6 millones de personas a causa de la obesidad o sobrepeso. Aunque anteriormente se consideraba un problema confinado a los países de altos ingresos, en la actualidad la obesidad también es prevalente en los países de ingresos bajos y medianos. Por otro lado, la desnutrición contribuye a cerca de un tercio de todas las muertes infantiles. Repercutiendo a largo plazo o adultez tanto en alteraciones de la salud, deficiencia cognoscitiva, pérdida de horas laborales, y altos costos tanto para el gobierno como para el sistema de salud.

Por tanto se considera que el abordaje nutricional de la población entre los 15 y 40 años por medio de la educación de usuarios sobre una dieta baja en grasa, y rica en frutas y vegetales, pueden llevar al paciente a la mejoría de su salud, pérdida de peso, nutrición óptima por medio de los nutrientes y minerales necesarios para las funciones corporales básicas, como también la prevención de enfermedades tanto agudas como crónicas (ver anexo 4).

IV. Antecedentes

La obesidad ha alcanzado proporciones epidémicas a nivel mundial. Anualmente mueren, como mínimo, 2.6 millones de personas a causa de obesidad o sobrepeso. En 2008, 1500 millones de adultos mayores o igual a 20 años tenían sobrepeso. Dentro de este grupo, más de 200 millones de hombres y cerca de 300 millones de mujeres eran obesos.

Para detener la epidemia mundial de obesidad se ha pensado en una estrategia poblacional, multisectorial, multidisciplinaria y adaptada al entorno cultural. El Plan de Acción de la Estrategia Mundial para la Prevención y el Control de las Enfermedades Crónicas, señala una ruta para el establecimiento y fortalecimiento de iniciativas de vigilancia, prevención y tratamiento de las enfermedades no transmisibles, entre ellas la obesidad.

México actualmente ocupa el primer lugar a nivel mundial de los países con mayor índice de obesos. Gran parte de los padecimientos que se conocen en el mundo provienen a causa de la obesidad. Esta epidemia se conoce como la enfermedad del nuevo siglo, afecta a todos los países por igual, y Nicaragua no es la excepción.

En nuestro país cada día se hace más evidente el incremento de las personas que son afectadas por este mal, la cual no discrimina ni edad, ni sexo, ni raza, ni estatus social. La ciudadanía en general como el propio Ministerio de Salud, MINSAL, al parecer no perciben la obesidad como lo que verdaderamente es, una enfermedad, pues no existe ningún área de salud orientada a la atención especial de este tipo de pacientes.

La Organización Mundial de la Salud, OMS, estima que en los próximos cinco años habrá alrededor de los 2, 300 millones de adultos con sobrepeso, y más de 700 millones con obesidad. En 2005 había en todo el mundo al menos 20 millones de menores de 5 años con sobrepeso. Antes se consideraba que el problema de obesidad y sobrepeso era exclusivo de los países desarrollados, sin embargo, hay afectaciones claras en los países en vías de desarrollo como Nicaragua, en donde el problema se está elevando considerablemente en las zonas urbanas, sobre todo en los jóvenes y niños en edades muy tempranas.

En nuestro país, el sedentarismo, además de los desórdenes y malos hábitos alimenticios, conforman la causa principal para que se desarrolle esta enfermedad de manera silenciosa.

Se ha querido obtener registros sobre esta epidemia en Nicaragua pero el MINSA no cuenta con registros porcentuales que cuantifiquen exactamente el número de personas que sufren sobrepeso y obesidad en Nicaragua. Según el último dato de la ONU se estima que Nicaragua cuenta con un 30% de población con sobrepeso y de esos un 12% son personas con un serio problema de obesidad, principalmente en las zonas urbanas.

Los médicos utilizan el Índice de Masa Corporal ya que es uno de los más fáciles de emplear entre muchos otros que existen y permite el diagnóstico de obesidad o sobrepeso.

Se calcula de la siguiente manera: Peso en kilos dividido entre la estatura del usuario en metros al cuadrado. Un resultado entre 18 y 24.9 se considera un peso normal para la estatura. De 25 a 29.9 nos indica que tenemos un sobrepeso; un valor de 30 a 34.9 refleja que tenemos una obesidad leve; de 35 a 39.9 indica una obesidad de grado dos, pero todo resultado superior de 40 se considera una obesidad mórbida. La obesidad tiene una etiología multifactorial, se piensa que hay una estrecha relación entre la obesidad, diabetes y desarrollo de Síndrome Metabólico. Estadísticamente, un obeso mórbido tiene 10 años menos de vida.

El factor genético es un factor que predispone a la obesidad, por ejemplo, el paciente que proviene de una familia obesa tiene más probabilidades de ser obeso; no significa que no pueda luchar contra esta predisposición, al contrario, puede combatirlo con una buena disciplina alimenticia y ejercicios.

Uno de los estados más alarmantes para Nicaragua es el aumento de la obesidad en jóvenes y niños; y es uno de los sectores más afectados. Esto es a causa de la falta de educación que tienen los ciudadanos, el uso de los comerciales con anuncios de comidas rápidas, la libertad de acceso para comprar golosinas en el caso de los niños, la falta de

ejercicio, y la influencia de la cultura Nicaragüense por consumir comidas ricas en grasa saturada provenientes de fritangas con mayor accesibilidad, todos factores que añadiendo el sedentarismo fomentan la obesidad y mal nutrición y por ende el desarrollo de comorbilidades posteriores.

Los nutricionistas coinciden en que se debe hacer ejercicios y comer sanamente para tener una vida saludable. Asimismo, aconsejan hacer dietas balanceadas, orientadas o recomendadas por verdaderos especialistas, y no tomarlas de sitios de internet, ya que no reflejan ninguna seguridad.

Todo tipo de alimento, tal como arroz, frijoles, legumbres, verduras, pollo, pescado y hasta carne de res, pueden conformar una dieta equilibrada, siempre y cuando sean consumidas en porciones no excesivas, recomendadas, preferiblemente, por un experto en nutrición.

La mal nutrición influye negativamente en nuestra sociedad a corto y largo plazo, disminuyendo el crecimiento en el niño como también sus habilidades cognitivas, y por último en su capacidad de trabajar fructíferamente y ser parte vital de la sociedad debido a las múltiples enfermedades padecidas como consecuencia de esta misma.

La talla baja es un marcador de fácil medición, que refleja los desequilibrios de las determinantes sociales. En Nicaragua aproximadamente el 25% de la población tiene desnutrición crónica, el 5% desnutrición aguda y menos del 10% desnutrición.

Se ha creado un programa llamado “Iniciativa contra la desnutrición infantil” en el cual se ha hecho un llamado por medio de cartas a todos los candidatos a presidencia de la república, exhortándolos a comprometerse a priorizar la lucha contra la desnutrición durante su gestión según la OPS.

V. Justificación

La mayoría de la población nicaragüense sin importar la edad, poseen un mal estado nutricional. Este mal estado nutricional es un factor predisponente para padecer enfermedades crónicas (Diabetes mellitus, hipertensión arterial, entre otras) o bien exacerbaban los signos y síntomas, deteriorando así la vida de la persona. Con el fin de prevenir las enfermedades crónicas y mejorar la calidad de vida del nicaragüense, aumentando su autoestima, actividad física.

NUTRIHEALTH es el medio por el cual queremos brindar asesoría nutricional a todo aquel usuario que se encuentre en riesgo de padecer de una enfermedad crónica como también aquellos que desean una mejoría tanto de su salud física como mental.

En el mercado Nicaragüense existen diferentes tipos de clínicas y consultorios que brindan el servicio de asesoría nutricional, pero se desconoce si existe el desarrollo, comercio y promoción de un consultorio médico virtual que brinde el mismo servicio que los consultorios físicos.

En base a esto es una de las principales razones que nuestro proyecto es innovador ya que pretendemos ser los pioneros en la rama de la consultoría virtual y además consolida con consultorios físicos y una gran línea de publicidad.

La empresa contará con dos consultorios, uno ubicado en el barrio de la ciudad de Managua y otra en la ciudad de Masaya, además contaremos con un portal web y redes sociales que tendrán la misma función que los consultorios físicos, con la diferencia de que los usuarios podrán acceder a nuestro servicio desde cualquier lugar con acceso a internet.

Es por ello que seremos una microempresa en la que se subcontratará los servicios de expertos en diseño de publicidad y desarrollo de herramientas interactivas que faciliten el acceso de los usuarios a nuestro servicio.

VI. Misión y visión del Proyecto

Misión: “**NUTRIHEALTH** es una empresa dedicada a brindar un servicio de asesoría nutricional a la población Nicaragüense, basada en los conocimientos y métodos de planes nutricionales actuales, orientados a educar a nuestros usuarios sobre los alimentos saludables y nutritivos que deben consumir diariamente, con el fin de mejorar el estado nutricional, disminuir comorbilidades y prevenir enfermedades crónicas.”

Visión: “Consolidaremos una empresa con información actualizada, los mejores materiales didácticos y diferentes medios de acceso, para tener un alto alcance a la población Nicaragüense.”

VII. Objetivos del Proyecto

Objetivo General

- Mejorar la calidad de vida de los usuarios por medio de evaluación y consejería nutricional.

Objetivo Específico

- Dar un servicio de asesoría nutricional a la población Nicaragüense, mediante la consulta personalizada y/o a través de la consulta virtual.
- Detallar adecuadamente los beneficios que tendrá la población Nicaragüense al ser otorgado este servicio.
- Brindar seguimiento y evaluación periódica a los pacientes que utilizan el servicio de asesoría nutricional.

VIII. Resultados esperados

R1: Identificar las causas que conllevan a un mal estado nutricional del usuario entre edades de 15 a 40 años de edad.

Actividades:

- Historia clínica general
- Evaluación mediante Examen Físico: Signos vitales, inspección, peso, talla, perímetro abdominal, IMC.
- Historia clínica nutricional

R2: Instruir el usuario sobre hábitos alimenticios saludables sin alterar los productos adquiridos por el mismo.

Actividades:

- Brindar consejería sobre hábitos y alternativas nutricionales
- Orientar al usuario acerca de alternativas alimentarias saludables.
- Creación de material didáctico
- Creación de sitio web para las consultas de seguimientos.

R3: Pacientes con información asertiva y práctica sobre los estilos de vida saludable de forma individualizada y según los antecedentes patológicos persistentes en los usuarios.

- Brindar consejería
- Creación de material didáctico
- Creación de sitio web para las consultas de seguimientos.

IX. Mercado

Estudio de mercado

El propósito del estudio de mercado consiste en educar al ser humano y enseñarle la importancia de la nutrición y como esta influye en la vida cotidiana y la salud de la población en general.

De acuerdo al estudio de mercado y la información disponible tenemos que:

- Con las encuestas realizadas a la población, concluimos que no existe en el mercado local un servicio que brinde asesoría nutricional accesible y a bajo costo que ayude a satisfacer las necesidades de las personas según su estilo de vida (Anexo 5).
- Nuestro producto será distribuido para cubrir la demanda insatisfecha del mercado local y posteriormente, cubrir clientes potenciales de todo el territorio nacional. De esta manera daremos respuesta a las necesidades de los ciudadanos encuestados.

Análisis de demanda

Con la ejecución de este proyecto pretendemos cubrir la demanda insatisfecha del mercado local, debido a que los consultorios que brindan el servicio de asesoría nutricional, no son muy accesibles ya sea por el precio o por la posición geográfica de estos.

Análisis de oferta

Actualmente se conoce que en Nicaragua existen entidades que brindan el servicio de asesoría nutricional en consultorios privado, pero a un alto costo, también se sabe que no existe este tipo de servicios de forma interactiva y virtual que contenga la información que

el usuario necesita para mejorar su estado nutricional, adaptada de protocolos médicos o de cualquier información de utilidad.

Análisis de competencia

Según las investigaciones podemos argumentar que los competidores que brindan servicios de asesoría nutricional lo hacen a altos costos, debido a que la demanda es poca y los costos de renta de locales son altos, los precios por consulta de estos servicios se encuentran entre U\$ 30.00 y U\$50.00.

Mercado Meta

El segmento de mercadeo meta es la población Nicaragüense entre 15 y 40 años.

Mercado Potencial

Al estar presentes en diferentes ferias y actividades enfocadas al público en general, así como la publicidad en redes sociales y diferentes puntos de la ciudad de Managua y Masaya, se prevé captar la atención de la población.

X. Producción

Características del servicio

El servicio será consolidado con dos tipos de métodos diferentes de consultas, el primero es brindar asesorías personalizadas e individualizadas, las cuales son realizadas por un personal altamente entrenado en la rama de la Nutrición Clínica. El segundo método es brindar asesoría virtual, por medio de nuestro sitio web.

En ambos métodos se utilizará material didáctico que ayude a la fácil comprensión del usuario y a una adaptación rápida de la nutrición con su estilo de vida, además de citas periódicas de control, para medir los resultados del servicio en los individuos que hagan uso de este.

Características de asesoría personalizada

Los establecimientos constan de su sala de espera, secretaria y consultorio. Al entrar, el usuario será recibido atentamente por la secretaria, quien le proveerá parte del documento de la historia clínica que tendrá que llenar, esto incluye: datos generales, motivo de consulta, expectativas, entre otros, con el propósito de reducir el uso de tiempo de consulta en datos que son fáciles de obtener, optimizando así la consulta nutricional, y así mismo utilizando mejor nuestro y el tiempo del usuario en su momento en la sala de espera; vale la pena mencionar que la secretaria estará entrenada técnicamente para orientar a las personas a quienes se les dificulte el llenado de este documento. Posteriormente, la persona será llamada a la consulta con el nutricionista. Esta consiste en una entrevista para la finalización de la historia clínica nutricional (ver Anexo 6), en la cual se le pregunta especialmente sobre su estilo de vida y hábitos alimentarios. Luego sigue la evaluación antropométrica, que consiste en pesar, tallar y medir diferentes parámetros físicos de la persona, aplicándolo a fórmulas matemáticas nutricionales que nos darán, según clasificaciones utilizadas a nivel mundial, el estado biofísico nutricional del individuo. Con lo anteriormente mencionado, se realizara el diagnostico inmediato de la persona, y si aún no se puede llegar a un diagnostico seguro, se enviara exámenes complementarios para su confirmación. Luego se le explicaran nuestros programas y se le guiara a la elección del más adecuado para él o ella. Finalmente se le realizara el plan

nutricional y modificaciones de su estilo de vida, como también se le dará material didáctico y comprensivo (diario mensual y plan de menú), explicándole la forma de uso, que le otorgara parte de la responsabilidad sobre su alimentación. Luego de la consulta el nutricionista le indicara al usuario cuando será la siguiente visita para su seguimiento. Antes de dejar la clínica, la persona deberá ir donde la secretaria para informar sobre su próxima cita para que esta quede correctamente calendarizada.

Características de asesoría virtual

Se creó una página web que estará disponible en el link www.nutrihealthnica.com.ni; al entrar al sitio web se le dará la bienvenida en la página principal, en la que encontrarán las opciones de:

- **Inicio:** En esta sección se describe quienes somos, la misión y la visión del servicio, además podrán encontrar redes sociales, teléfono e email donde nos podrán contactar y aclarar sus dudas, además se encuentra una ventana con las opciones de servicio, registro, contactos y planificación de cita. (Anexo 7, figura 1)
 - **Servicio:** Explica los servicios que ofrece NUTRIHEALTH. (Anexo 7, figura 2)
 - **Registro:** Se pedirá información indispensable para crear una cuenta en nuestro portal. (Anexo 7, figura 3)
 - **Contactos:** En esta ventana el usuario envía la solicitud de para la programación de su cita, posterior a este recibirá un mensaje de confirmación. (Anexo 7, figura 4)
 - **Planificación de cita:** Este es el último paso para contratar el servicio, en esta ventana se solicitara el tipo de consulta que desea, ya sea virtual o personal, el día, la hora, el lugar y asesor, según este disponible en la agenda, si el usuario desea realizar la consulta online; antes de finalizar la solicitud, deberá realizar el pago con su tarjeta de crédito, y luego recibirá un mensaje de confirmación de que la cita está programada, el mensaje incluirá un formulario que el paciente deberá llenar antes del día de su

consulta, y el usuario de Skype al que contactara y este le brindara la asesoría (Anexo 7, figura 5)

- **Día de la consulta:** El día de la consulta el usuario se contactara a Skype, y empezara la consulta con el asesor, por video llamada, aleatoriamente se le enviara los materiales como diario y menú nutricional. (Anexo 7, figura 6)

Oferta del producto

Primer año de servicio			
	No. de consultas a la semana	No. de consultas al mes	Número de consultas al año
No. de consultas personales	10	40	480
No. de consultas virtuales	10	40	480
			Total de consultas 960

La capacidad de atención efectiva proyectada en el primer año de servicio es de 960 consultas.

Segundo año de servicio			
	No. de consultas a la semana	No. de consultas al mes	Número de consultas al año
No. de consultas personales	12	48	572
No. de consultas virtuales	10	40	480
			Total de consultas 1,056

Para el segundo año de servicio le estimamos un incremento del 4% al año, equivalente a un total de consultas de 1,056.

Tercer año de servicio			
	No. de consultas a la semana	No. de consultas al mes	Número de consultas al año
No. de consultas personales	18	72	864
No. de consultas virtuales	14	56	672
			Total de consultas 1,536

Según los cálculos estimados el número total de consultas en el tercer año de servicio sería de 1536, equivalente a un aumento del 5%.

Precio del servicio

Una de las ventajas de este servicio es su bajo costo por consulta. En el primer periodo, algunos materiales de oficina y equipos médicos al igual que la página web, son adquiridos una sola vez. En los próximos meses solamente se comprará papelería y se renovará la publicidad, y la cantidad puede variar de acuerdo a la demanda pronosticada en los periodos de mayor y menor aceptación. Consideramos un precio de consultas en el primer año de US\$ 10.00. Aun con este precio, nuestro proyecto es rentable y con facilidad entraremos al mercado ofertando precios más bajos y brindando un servicio de igual o mejor calidad que la competencia.

Mercadeo

Objetivos a corto plazo

- Desarrollar imagen de marca de nuestra empresa para posicionarnos en el mercado con un servicio novedoso de asesoría nutricional.
- Promoción y divulgación del producto al mercado meta dando a conocer las características de nuestro servicio.
- Distribuir el producto en lugares públicos y privados, así como en redes sociales.

Objetivos a mediano plazo

Ser una marca de referencia médica a nivel nacional como un servicio innovador e instructor de hábitos alimenticios sanos.

Objetivos a largo plazo

Contar con el apoyo de empresas privadas farmacéuticas, hospitalarias u otras comerciales tales como supermercados e imprentas a través de su representación publicitaria en nuestro producto.

Publicidad

El servicio de asesoría nutricional **NUTRIHEALTH**, tendrá a cargo un plan estratégico de mercadeo inicial, realizando la renovación de la publicidad escrita y en redes sociales cada dos meses, como también la actualización de la página web cada año. (anexo 8)

Se utilizaran diferentes medios para promocionar el servicio, tales como:

- Brochures, panfletos y tarjetas de presentación: distribuidos en puntos públicos estratégicos.
- Redes sociales: las redes sociales se han convertido en un importante medio publicitario, es por eso que se crearon perfiles en redes como Facebook, Twitter, Instagram, Google + (Plus); En los cuales se difundirá periódicamente publicidad con información del servicio, simultáneamente sirven como ventana abierta para mantener la comunicación con nuestros usuarios.
- Banners: se utilizaran en los lugares que **NUTRIHEALTH** haga presencia.
- Ferias: se presentara en ferias organizadas por el sector salud, sector educación y empresas privadas.
- Reportaje en suplementos escritos: Se contactaran entidades de información escrita, para poder incluir nuestros servicios en reportajes que muestren el propósito de **NUTRIHEALTH**, la visión y sus servicios, específicamente en suplementos de salud.

Estudio técnico

El estudio técnico persigue determinar los requerimientos necesarios para que el proyecto cuente con las mejores técnicas de desarrollo.

Localización del proyecto

Macro localización

La primer parte del proyecto se localizara en oficinas virtuales ubicadas en nuestro portal web en las que se tiene como fin ser utilizadas para la programación de citas ya sean personalizadas o virtuales, además servirán para llevar un historial de las consultas médicas brindadas así como los expedientes de cada uno de nuestros usuarios.

La segunda parte estaría localizada en un consultorio médico ubicado en el Bo. Campo Bruce de la ciudad de Managua y un consultorio ubicado en el costado oeste del Mercado Ernesto Fernández, en la ciudad de Masaya. Ambas ubicaciones geográficas tienen acceso a servicios básicos, así como transporte público.

Micro localización

Específicamente el proyecto estará ubicado en las siguientes direcciones:

- Del cine Salinas 2c al sur, 2 ½ c abajo. Bo. Campo Bruce. Managua, Nicaragua.
- Costado oeste del Mercado Ernesto Fernández, frente a la estación de buses urbanos. Masaya, Nicaragua.

La página web estará ubicada en el siguiente link:

<https://www.nutrihealthnica.com.ni>

XI. Descripción del proceso de producción y/o generación del producto

1. Planificación:

En un principio, de la lluvia de ideas de nuestro equipo, surgieron tres ideas, las cuales eran: La realización de un consultorio que brindara asesoría nutricional, la elaboración de una aplicación para Smartphone donde proveeríamos asesoría nutricional y la ejecución de un programa hospitalario que de tratamiento quimioterapéutico ambulatorio. Debido a que el ultimo implicaba múltiples gestiones que implicaban diferentes organizaciones gubernamentales, decidimos que el mejor proyecto a realizar era el de dar asesoría nutricional, tanto en un consultorio físico como uno virtual. Sin embargo, dada la complejidad para la obtención y lanzamiento de una aplicación para Smartphone, optamos por las consultas virtuales por medio de una página web. Seguidamente, nos enfocamos en la identificación del problema principal en relación a la nutrición de las personas nicaragüenses, llegando al consenso de que es el mal estado nutricional que presenta gran parte de la población. Posteriormente, realizamos el análisis de los involucrados en la problemática.

Nuestras ideas de proyecto eran: La realización de un consultorio que brindara asesoría nutricional, la elaboración de una aplicación para Smartphone donde proveeríamos asesoría nutricional y la ejecución de un programa hospitalario que de tratamiento quimioterapéutico ambulatorio. Decidimos que el mejor proyecto para desarrollar era el de asesoría nutricional, tanto en un consultorio físico como uno virtual. Sin embargo, dada la complejidad para la obtención y lanzamiento de una aplicación para Smartphone, optamos por las consultas virtuales por medio de una página web.

Pensamos en un nombre para nuestro proyecto emprendedor, saliendo a la luz dos ideas, NUTRIHEALTH y NUTRICENTER. Llegamos al acuerdo de que NUTRIHEALTH era el mejor, porque es más atractivo.

La localización del consultorio fue el siguiente tema que abordamos, del cual fueron dos establecimientos los elegidos, uno en la ciudad de Masaya y otro en la ciudad de Managua, los cuales fueron estudiados y electos en base a las características demográficas

de las personas, observando el tránsito de personas que a simple vista probablemente cursan con algún tipo de desorden nutricional.

Lo siguiente a realizar fueron encuestas físicas, la cuales se efectuaron en un área considerable, cerca de los consultorios, y encuestas virtuales en las redes sociales, con el propósito de cuantificar la necesidad de una atención de este tipo y por lo tanto, observar la rentabilidad de dicho proyecto.

Uno de los integrantes de nuestro equipo se reunió con una Lic. en Diseño y Publicidad para crear nuestro logo, llegando ambos a la idea de que tenía que ser un logo que transmitiera frescura, tranquilidad y salud, por lo que decidieron utilizar 2 hojas verdes a cada lado que significan los alimentos, y varios círculos de colores remplazando la hoja central que significan los nutrientes. Así mismo, utilizaron colores pacíficos y cálidos para expresarse. Finalmente, se agregó el nombre del proyecto a la par de nuestro logo, con el propósito de que fuera nuestra marca exclusiva.

2. Organización:

Nuestro equipo visitó ambas localizaciones de los consultorios para valorar la accesibilidad a este, es decir, disponibilidad de transporte urbano y parqueo; luego inspeccionamos las instalaciones donde realizaríamos las consultas nutricionales, valorando de la disponibilidad de espacio necesario para la recepción y la atención del usuario, servicios básicos y servicio de secretaria. Se realizó la coordinación pertinente con los dueños de ambas estructuras para dar inicio a los arreglos previos a la atención.

Se visitó a la persona encargada de elaborar la página web, al cual le presentamos nuestra idea, explicándole el fin y propósito del proyecto, llegando a un acuerdo sobre el diseño final de la página web.

A cada actividad se asignó un responsable para dar cumplimiento a los objetivos del proyecto en las diferentes áreas que abarcamos.

3. Ejecución:

Primer etapa del proyecto – Primer año de ejecución (Etapa Piloto)

3.1 Piloto de consulta – Mayo 2014

- 3.1.1 Lanzamiento de la empresa – Julio 2014
- 3.1.2 Monitoreo a primer mitad de la primera etapa – Diciembre 2014
- 3.1.3 Monitoreo a segunda mitad de la primer etapa – junio 2015
- 3.1.4 Preparativos para el lanzamiento de la segunda etapa del proyecto

Segunda etapa del proyecto – Segundo año de ejecución

3.2 Lanzamiento del segundo año del proyecto – Jul 2015

- 3.2.1 Monitoreo a primer mitad de la segunda etapa – Diciembre 2015
- 3.2.2 Monitoreo a segunda mitad de la segunda etapa – junio 2016
- 3.2.3 Preparativos para el lanzamiento de la tercer etapa del proyecto

Tercer etapa del proyecto – Tercer año de ejecución

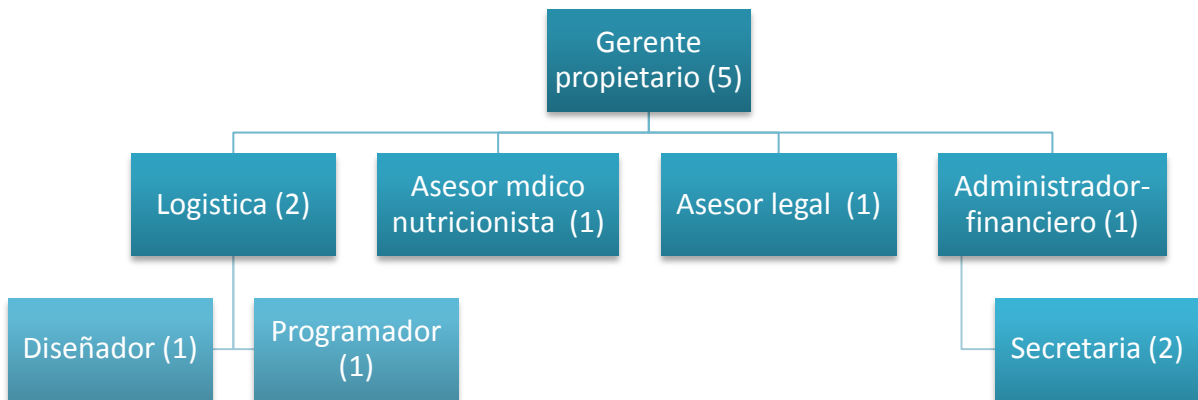
3.3 Lanzamiento del tercer año del proyecto – Julio 2016

- 3.3.1 Monitoreo a primera mitad de la tercera etapa – Diciembre 2015
- 3.3.2 Monitoreo a segunda mitad de la tercera etapa – junio 2016
- 3.3.3 Monitoreo global de las tres etapas del proyecto

Finalización del proyecto

XII. Organización y aspectos generales

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



Perfil Ocupacional

NOMBRE DEL CARGO:

- Asesor Nutricional

NIVEL ACADEMICO:

- Universitario

SUPERIOR INMEDIATO:

- Accionistas

DESCRIPCION DEL CARGO:

- Asesora a los usuarios

FUNCIONES:

- Brinda asesoría nutricional por medio de consultas personalizadas a los usuarios que contraten el servicio.
- Crear conciencia en el usuario sobre la importancia de una buena alimentación.
- Da seguimiento a la evolución nutricional del usuario.
- Dirige y organiza la empresa.

Perfil Ocupacional

NOMBRE DEL CARGO:

- Administrador contador

NIVEL ACADÉMICO:

- Universitario

SUPERIOR INMEDIATO:

- Gerente propietario

DESCRIPCIÓN DEL CARGO:

- Administración de la empresa y contador

FUNCIONES:

- Lleva a su cargo la contabilidad del negocio.
- Controla el pago de cuentas.
- Coordina las actividades que se vayan a realizar en la empresa.
- Atiende a los usuarios.
- Controla el inventario de entradas y salidas de insumos y equipos.
- Informe mensual de la administración del negocio.

Perfil Ocupacional

NOMBRE DEL CARGO:

- Programador

NIVEL ACADÉMICO:

- Universitario

SUPERIOR INMEDIATO:

- Administrador

DESCRIPCIÓN DEL CARGO:

- Asistencia técnica de la web

FUNCIONES:

- Elaborar, diseñar y ejecutar la página web.
- Mantener el buen funcionamiento del sitio web.
- Validar el sitio.
- Cumplir con todas las normas para la legalidad de la página.
- Elaborar informes y reportes de las actividades realizadas.
- Revisar y arreglar cualquier defecto en la página.

Perfil Ocupacional

NOMBRE DEL CARGO:

- Diseñador grafico

NIVEL ACADEMICO:

- Universitario

SUPERIOR INMEDIATO:

- Programador

DESCRIPCION DEL CARGO:

- Diseñar publicidad

FUNCIONES:

- Colaborar en el diseño gráfico para la difusión, presentación e identificación del negocio a través de los equipos e instrumentos aplicables.
- Participar en la elaboración de carteles, gafetes, folletos, credenciales, libro de menú, diario mensual, etc.
- Asistir en la decoración de interiores del local.
- Realizar el reporte de actividades y trabajos efectuados, para conocimiento de su jefe inmediato.

Perfil Ocupacional

NOMBRE DEL CARGO:

- Secretaria

NIVEL ACADÉMICO:

- Universitario

SUPERIOR INMEDIATO:

- Administrador

DESCRIPCIÓN DEL CARGO:

- Asistencia técnica de la web

FUNCIONES:

- Reclutar las solicitudes de servicios por parte del cliente.
- Atender y orientar al público que solicite los servicios de una manera cortés y amable para que la información sea más fluida y clara.
- Llevar en la agenda las citas de los clientes.
- Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.
- Obedecer y realizar instrucciones por su jefe.

Aspecto legal de la organización

Requisitos necesarios para la apertura del negocio en orden de prioridad:

1. Consolidación de la sociedad.

Los requerimientos para la constitución de la sociedad anónima son:

- Que haya dos socios como mínimo, y cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos;
- Que exhiba el dinero en efectivo, cuando menos al 20% del valor de cada acción pagadera en numerario, y;
- Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.

2. Requisitos generales para inscripción y obtención del RUC.

Requerimientos para comercio, servicios profesionales y/o técnico, agropecuario, minería, manufactura, construcción, transporte, servicios generales:

- Dos fotos tamaño carnet.
- Original y fotocopia de cedula de identidad, de residencia y pasaporte para caso de extranjeros.
- Copia de recibo de agua, luz, teléfono, o contrato de arrendamiento (en caso de alquiler).
- Presentación de libros contables en la administración de rentas.
- Tramite personal.

3. Requisitos de apertura de matrícula fija.

- Número de RUC (original y fotocopia) y/o cedula de identidad (fotocopia).
- Solvencia municipal o boleta de no contribuyente.
- Carta poder (si actúa en representación de otro contribuyente).
- Especificar el barrio, teléfono, y dirección exacta del negocio y del dueño de la actividad.

Registro legal:

4. Marca, logo y slogan de la empresa

Este es el cuarto paso necesario para la apertura del negocio, en caso de que este ofrezca una marca, tenga un logo y un slogan.

1. El interesado deberá completar el formulario correspondiente, acompañado de una reproducción de la marca en cuatro ejemplares cuando ella tuviera grafía, forma o colores especiales, o fuese una marca figurativa, mixta o tridimensional con o sin color.
2. El poder que acredite la representación, cuando el interesado lo hiciera a través de un mandatario.
3. Comprobante de pago de la tasa establecida.
4. Señalar si el interesado reivindica derecho de prioridad.
5. Marca sonora: Acompañar muestra de sonido en soporte de CD, DVD y Floppy con formato WV y representación gráfica cuando sea posible.

Examen formal

Lo realiza el Registro de la Propiedad Intelectual, y una vez que se determine que la solicitud cumple con los requisitos establecidos con la ley, se ordenará la publicación de la solicitud presentada, en el Diario Oficial.

Publicación

Se realiza en el Diario Oficial, y tendrá por objeto dar la publicidad requerida a la solicitud de marca presentada. Asimismo, la publicación da inicio al período establecido para presentar oposiciones.

Oposiciones

1. Podrán presentarse dentro de un plazo de dos meses contados desde la fecha de la publicación, siendo ellas resueltas en primera instancia por el Jefe de la Oficina de Propiedad Industrial. Admitidas las oposiciones, el solicitante de marca tendrá un plazo de dos meses para presentar su contestación a las oposiciones formuladas.
2. En caso que se presenten objeciones por parte del Registro de la Propiedad Intelectual, se concede de igual manera un plazo de dos meses para que el solicitante presente su contestación.

Examen de fondo

Vencido el plazo para formular oposiciones, el Registro examinará si la marca solicitada incurre en alguna de las prohibiciones contempladas por la ley.

Resolución

Finalizado el examen, se notificará al solicitante la resolución que acepta o niega el registro de la marca, la cual deberá ser fundada.

- En caso de estimar que se cumplen todos los requisitos establecidos por la ley, se aceptará la marca a registro, y se expedirá el certificado de registro de ella.

- Si, en cambio, se concluye que la solicitud de marca incurre en alguna de las prohibiciones señaladas por la ley, será negado el registro, ante lo cual el solicitante dispondrá de un plazo de dos meses para presentar sus alegaciones y descargos. Si no se presentara contestación, o bien esta no satisficiera los requerimientos del examinador, la solicitud será denegada.
- En caso que la marca fuera rechazada, procede el recurso de apelación, el cual será resuelto por el Señor Ministro de Fomento, Industria y Comercio.

Duración del registro

El registro de marca tiene una duración de diez años, contados desde la fecha en que es concedido, y puede ser renovado indefinidamente por períodos iguales.

XIII. Contabilidad y finanzas

Una vez hechos los análisis financieros necesarios, se encontró que según los tres años que pretendemos, sea el tiempo de ejecución del proyecto, el presupuesto global sería aproximadamente de US\$ 49,794.00; para la realización de la empresa se necesitará una inversión global de US\$ 60,000.00, divididos en US\$ 20,000.00 en los tres años respectivamente.

Para la etapa del proyecto los cinco fundadores, invertirán un equivalente a \$ 5,000.00 cada uno. El primer año de ejecución será piloto, así que es posible que no se obtengan ganancias suficientes para cubrir los gastos, pero se contará con el fondo de inversión para reducirlos. Posteriormente, se realizara un estudio para medir resultados, y de acuerdo a estos poder reducir costos del presupuesto y aumentar el valor de consulta de 8 a 10%.

A partir del segundo año, que equivale a la segunda etapa del proyecto, dependiendo del saldo de la inversión que no se ocupe, se invertirá el dinero que falte para completar los otros \$ 20,000.00, esperando que para esta etapa se hallan reducidos los costos y aumentado el valor de la consulta y así podríamos recuperar el dinero invertido en el primer año.

Para la tercera etapa, pretendemos atraer a empresarios, que quieran invertir en nuestro proyecto, y el monto restante será completado con las inversiones de los cinco fundadores más las ganancias del segundo año, pudiendo así recuperar el dinero total invertido y además tener un margen de ganancia.

Dependiendo de la evolución del proyecto y si los resultados son favorables tanto para los inversionistas como para los usuarios del servicio, se podría considerar la posibilidad de alargar el proyecto unos años más.

1. Alquiler de local														
	Cantidad	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	total
Costo (US \$)														
1.1 Local	2	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
1.2 Paquete casa claro (Int, tel, cable)	2	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	720
1.3 Servicios básicos (agua, luz)	2	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	960
1.4 Secretaria	2	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
													total anual	3,600

2.1 Publicidad y papelería - Primer año														
	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	total	
Costo (US \$)														
2.1.2 Diario Mensual	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960	
2.1.2 Menú	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	1,920	
2.1.3 Panfletos	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	252	
2.1.4 Calcomanías	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	186	
2.1.5 Tarjetas de presentación	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	
2.1.6 Papelería general	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	276	
												total anual	3,642	

2.2 Publicidad y papelería - Segundo año													
	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	total
Costo (US \$)													
2.2.1 Diario Mensual	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	1,152
2.2.2 Menú	192	192	192	192	192	192	192	192	192	192	192	192	2,304
2.2.3 Panfletos	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	252
2.2.4 Calcomanías	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	186
2.2.5 Tarjetas de presentación	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2.2.6 Papelería general	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	372
												total anual	4,314

2.3 Publicidad y papelería - Tercer año													
	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	total
Costo (US \$)													
2.3.1 Diario Mensual	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	1,728
2.3.2 Menú	288	288	288	288	288	288	288	288	288	288	288	288	3,456
2.3.3 Panfletos	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	252
2.3.4 Calcomanías	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	186
2.3.5 Tarjetas de presentación	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2.3.6 Papelería general	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	552
												total anual	6,222

3. Equipo médico y de oficina					
	Cantidad	Costo (US \$)	Total (US \$)	Costo (córdobas)	Total (córdobas)
3.1 Escritorio	3	110	330	2849	8,547
3.2 Sillas	9	54	486	1,398	12,587
3.3 Báscula con tallimetro	3	350	1,050	9,065	9,065
TOTALES			1866		30,199

Unidad	Depreciación mensual		Depreciación anual	
	Costo (US \$)	Costo (córdobas)	Costo (US \$)	Costo (córdobas)
Escritorio	3.05	79	36	949
Sillas	1.5	13.5	18	162
Báscula con tallimetro	9.72	29	116	350

4. Sueldo de personal															
	Sueldo	cantidad	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Total
Costo (US \$)															
4.1 Asesor nutricional	100	5	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
4.2 Administrador-Financiero	100	1	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,200
														Total anual	7,200

5. Servicios profesionales		
	cantidad	total
Costo (US \$)		
5.1 Asesor legal	1	150
5.2 Diseñador	1	150
5.3 Programador	1	150
total anual		450

Presupuesto global			
	TOTAL PRIMER AÑO	TOTAL PRIMER AÑO	TOTAL PRIMER AÑO
Costo (US \$)			
1. Alquiler de local	3,600	3,600	3,600
2. Publicidad y papelería	3,642	4,314	6,222
3. Equipo médico y de oficina	1,866		
4. Sueldo de personal	7,200	7,200	7,200
5. Servicios profesionales	450	450	450
TOTAL ANUAL	16,758	15,564	17,472
TOTAL EN TRES AÑOS			49,794

XIV. Bibliografía

Artículo de revisión: CONFERENCIA INTERNACIONAL CONJUNTA, FAO/OMS SOBRE NUTRICION: 21 AÑOS DESPUES. FAO, Roma (2013).

De la Mata, Cristina. MAL NUTRICION, DESNUTRICION Y SOBREALIMENTACION. Revista Médica de Rosario. Universidad de la concepción, Uruguay (2008).

El espectro de la malnutrición, FAO. Organización de Naciones Unidas. Roma (2001).

Inscripción de empresas:

http://www.poderjudicial.gob.ni/registro_publico/remanagua.asp

McDonald, Bárbara et al. La base para el desarrollo, comité permanente de nutrición del sistema de las naciones unidas. Organización de Naciones Unidas. Ginebra (2002).

Ministerio de Salud, Nicaragua <http://www.minsa.gob.ni/>

Organización Panamericana de la Salud OPS, La Cooperación Técnica de OPS/OMS en la lucha contra la desnutrición, Manuel Peña Representante en Perú 2007.

Disponible en la web: http://www.bvsde.paho.org/texcom/nutricion/Abri_18.pdf

Toouli, James et al. Guía Mundiales de la Organización Mundial de Gastroenterología: Obesidad. Australia (2009).

XV. Anexos

Anexo 1

plan de menú

su programa
personalizado

equilibrio



variedad

moderación



Estamos localizados en:
Farmacia, Laboratorio y Consultorio
"MDA", Maaya.

nutrihealthnica@gmail.com



Anexo 2

diario mensual

sus opciones de alimentos

equilibrio



variedad

moderación



Estamos localizados en:
Farmacia, Laboratorio y Consultorio
"MDA", Masaya.

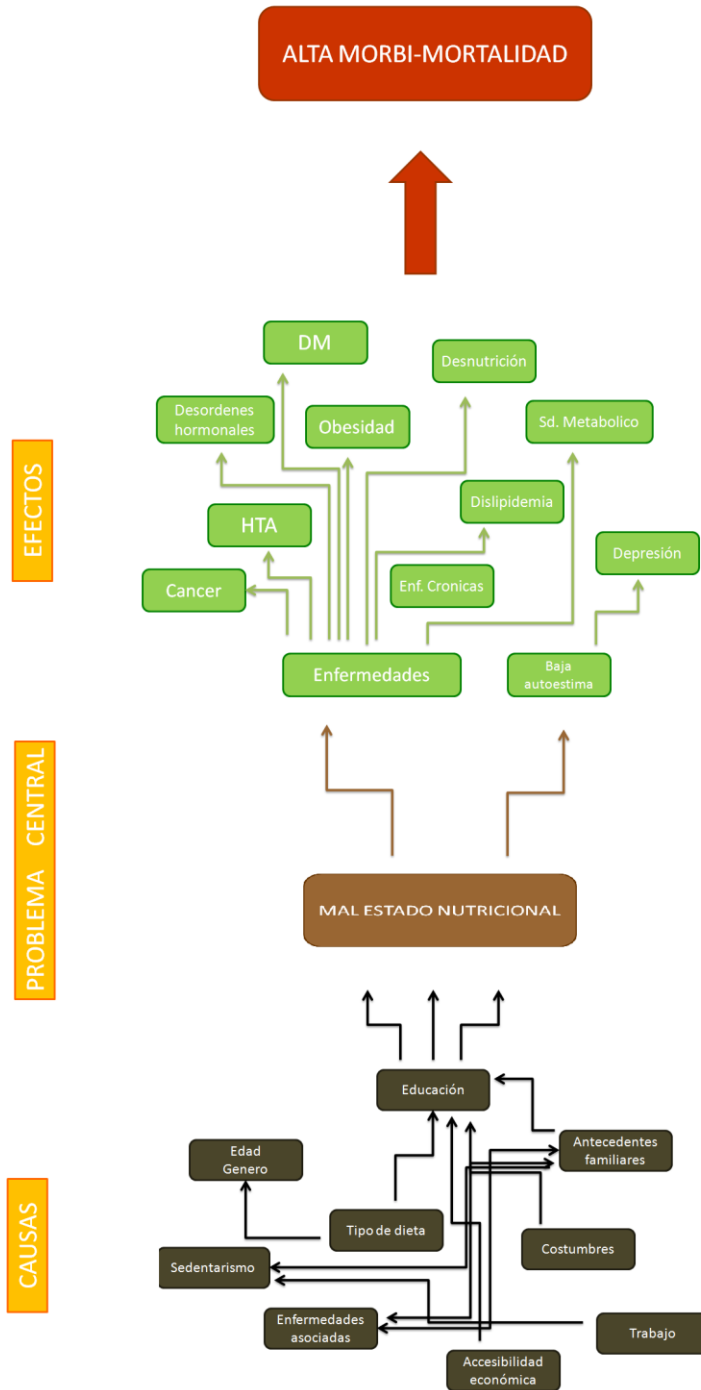
nutrihealthnica@gmail.com



Anexo 3

Presupuesto global			
	TOTAL PRIMER AÑO	TOTAL PRIMER AÑO	TOTAL PRIMER AÑO
Costo (US \$)			
1. Alquiler de local	3,600	3,600	3,600
2. Publicidad y papelería	3,642	4,314	6,222
3. Equipo médico y de oficina	1,866		
4. Sueldo de personal	7,200	7,200	7,200
5. Servicios profesionales	450	450	450
TOTAL ANUAL	16,758	15,564	17,472
TOTAL EN TRES AÑOS			49,794

Anexo 4



Anexo 5

Somos estudiantes de la facultad de Medicina de la Universidad Americana, le pedimos su colaboración, contestando esta sencilla encuesta que no le tomara más de cinco minutos, por su atención y ayuda, Gracias.

Edad

Menos de 15 ____ 16 a 20 ____ 21 a 25 ____
25 a 30 ____ 31 a 35 ____ 36 a 40 ____ Mayor de 40 ____

Sexo

Masculino ____ Femenino ____

Ocupación

Hábitos

Tabaco	Si ____	No ____
Alcohol	Si ____	No ____
Drogas	Si ____	No ____
Café	Sí ____	No ____

Realiza alguna actividad física?

Si ____ No ____ Cual: _____

Considera su alimentación sana y balanceada?

Si ____ No ____ Porque: _____

Ha buscado algún tipo de asesoría nutricional?

Si ____ No ____ Porque: _____

Si usted contrataría un servicio de asesoría nutricional fácil, rápido y eficaz, porque medio lo realizaría?

Internet (web, Facebook, twitter, YouTube, etc.)_____

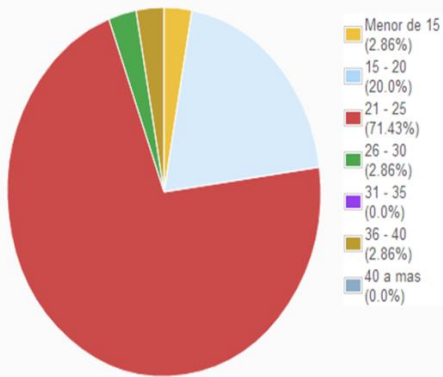
Consultorio_____

App para Smartphone_____

Revistas_____

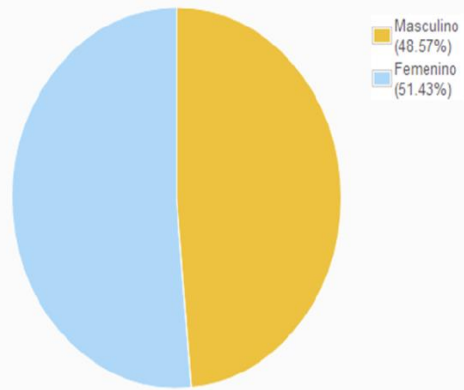
Otros_____

Que edad tiene usted?



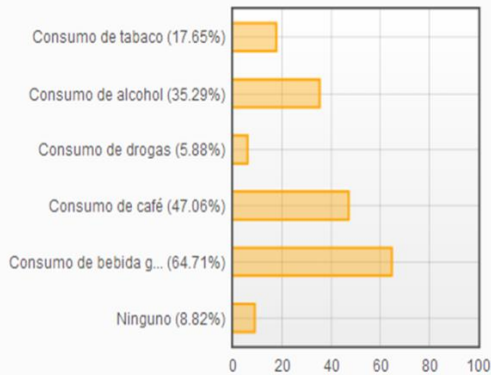
Total respondentes: 35

Sexo



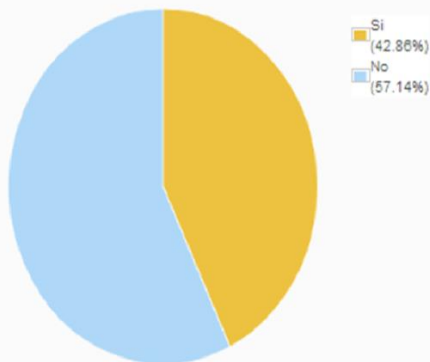
Total respondentes: 35

Hábitos:



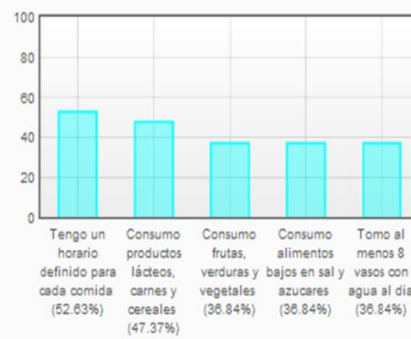
1	Camina	1
2	Caminatas	1
3	Artes marciales	1
4	Caminar xD	1
5	gym	1
6	Caminatas diario	1
7	no , no tengo libre y al llegar cansada a casa , solo tomo lo mas rápido al comer y deseo descansar de la fatiga del trabajo	1
8	gymnasio	1
9	Caminata 30 min diarios.	1
10	caminar	1
11	Ejercicios en el gymnasio	1
12	Correr	1
13	Correr o nadar por lo menos 1 vez a la semana	1

Considera su alimentación, sana y balanceada?



Total respondentes: 35

Si su respuesta a la pregunta anterior fue No, pase a la siguiente pregunta.
Si su respuesta a la pregunta anterior fue Si, especifique su respuesta:




Total respondentes: 19

Anexo 6



HISTORIA CLINICA NUTRICIONAL

 Usuario _____		
Hora	Fecha	No. Cedula

Datos Personales

Edad: _____ Fecha y lugar de Nacimiento: _____ Sexo: F ___ M ___

Procedencia: _____ Religión: _____

Escolaridad: _____ Profesión u oficio: _____

Dirección _____ habitual:

Teléfono: _____ Celular: _____ E-mail: _____

Nombre del padre: _____ Nombre de la madre: _____

Fuente de información: _____ Confiabilidad: _____

Motivo de Consulta:

¿Ha hecho dietas anteriormente? SI ___ NO ___ ¿Cuáles? _____

¿Cuáles son sus expectativas en relación a la dieta? _____

¿Cuál es su grado de motivación para realizar una dieta?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Entorno Familiar (lugar de convivencia)

Vive Solo ___ Familia ___ Otros Familiares ___ Otras Personas ___

Frecuencia del uso de alimentos

Alimento	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Ocasional	No
LACTEOS:						
Leche o yogur descremado						
Leche semidescremada o yogur						
Leche entera o yogur natural						
Leche con chocolate o vainilla o leche malteada						
Alimento	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Ocasional	No
PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL:						
Pollo con piel						
Pollo sin piel						
Vísceras (hígado, corazón, etc.)						
Carne de cerdo						
Pescado						
Carne de res						
Huevo						
Mariscos						
Embutidos						
Queso						
Atún						
CEREALES Y TUBERCULOS:						
Cereales sin grasa						
Cereales						
Arroz al vapor						
Elote						
Papa						
Pastas cocidas						
Tortilla de maíz o de harina						
Yuca						
Pan blanco o integral						
Cereales con grasa						
Arroz frito						
Pasta preparada (con crema, mantequilla, aceite)						
Pan dulce						
Hot cakes o waffles						
Frituras						
Tamal						
Pastelillos industrializados						
VERDURAS:						
Verduras crudas/ensaladas/cocidas/precocidos						
Verduras enlatadas						
Jugo de verduras (V8, licuado)						
FRUTAS:						
Frutas crudas						
Frutas congeladas/ensaladas						
Jugo de frutas natural						
LEGUMINOSAS						
Frijol, lentejas, garbanzo, soya, habas						
LÍPIDOS:						

Alimento	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Ocasional	No
Ácidos grasos saturados:						
Mantequilla						
Manteca						
Chicarrón						
Sustituto de crema						
Chorizo						
Tocino						
Crema						
Mayonesa						
Aderezo cremoso para ensaladas						
Chocolates						
Alimento	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Ocasional	No
Ácidos grasos poliinsaturados:						
Aceites de maíz						
Ajonjolí girasol						
Vinagreta						
Ácidos grasos monoinsaturados:						
Aceite de oliva						
Aceite de canola						
Aguacate						
Ácidos grasos trans:						
Margarina						
AZUCARES:						
Agua preparada de sabor						
Polvo para beber de sabor						
Azúcar						
Cajeta						
Mermelada						
Miel						
Caramelo						
Chicle						
Chocolate en polvo						
Gelatina						
Nieve de frutas						
Helados de crema						
Jugos industrializados						
Refrescos						
Salsa de tomate						
SUSTITUTOS:						
Sustituto de azúcar (Splenda, Aspartame)						
Polvo para bebida						
Refresco de dieta						

-----PARA USO DEL NUTRICIONISTA-----

Indicadores Clínicos

Antecedentes Personales de Salud/Enfermedad

Problemas Actuales:

Diarrea: _____ Estreñimiento: _____ Gastritis: _____ Úlcera: _____

Náusea: _____ Pirosis: _____ Vómito: _____ Colitis: _____

Dentadura: _____ Otros _____

Observaciones _____

Padece alguna enfermedad diagnosticada: _____

Ha padecido alguna enfermedad importante: _____

Toma algún medicamento _____ Cuál _____

Dosis _____ Desde cuándo _____

Toma: Laxantes _____ Diuréticos _____ Antiácidos _____ Analgésicos _____

Le han practicado alguna cirugía: _____

Antecedentes Familiares

Obesidad __ Diabetes __ HTA __ Cáncer __ Hipercolesterolemia __ Hipertrigliceridemia __
Otros _____

Estilo de Vida

Diario de Actividades (24 hrs):

Hora	Principal actividad realizada
	Despertarse Desayuno Almuerzo Cena

Actividad:

Muy ligera Ligera Moderada Pesada Excepcional

Ejercicio:

Tipo _____ Frecuencia _____ Duración _____ ¿Cuándo inicio? _____

Consumo de (frecuencia y cantidad):

Alcohol: _____ Tabaco: _____ Café: _____

Signos:

Aspecto General (cabello, ojos, piel, unas, labios, encías, etc.).

Presión Arterial

Conoce su presión arterial: SI__ NO__ ¿Cuál es? _____

Hora: _____ Brazo Derecho: _____

Indicadores Bioquímicos

Datos bioquímicos relevante _____

Se solicitaron análisis SI NO ¿Cuáles? _____

Indicadores dietéticos

Cuántas comidas hace al día: _____

	Comidas en casa	Comidas fuera	Horario de comidas
Entre semana			
Fin de semana			

Quién prepara sus alimentos _____

Come entre comidas _____ Qué _____

Ha modificado su alimentación en los últimos 6 meses (trabajo, estudio, o actividad)

SI__ NO__ Porqué _____ Cómo _____

Apetito: Bueno: _____ Malo: _____ Regular: _____

A qué hora tiene más hambre _____

Alimentos preferidos: _____

Alimentos que no le agradan / no acostumbra: _____

Alimentos que le causan malestar (especificar): _____

Es alérgico o intolerante a algún alimento: SI__ NO__ _____

Toma algún suplemento / complemento:

SI __ NO __ Cuál _____ Dosis _____ Porqué _____

Su consumo varía cuando está triste, nervioso o ansioso: SI __ NO __ Cómo _____

Agrega sal a la comida ya preparada: SI __ NO __

Qué grasa utilizan en casa para preparar su comida:

Margarina Aceite vegetal Manteca Mantequilla Otros

Ha llevado alguna dieta especial _____ Cuántas _____

Qué tipo de dieta _____ Hace cuánto _____

Por cuánto tiempo _____ Por qué razón _____

Qué tanto se apegó a ella _____ Obtuvo los resultados esperados _____

Ha utilizado medicamentos para bajar de peso SI __ NO __ Cuáles _____

Vasos de agua natural al día: _____

Vasos de bebidas al día (leche, jugo, café) _____

Cambios en fin de semana

Indicadores antropométricos

Peso actual (PA) _____ Peso Habitual (PH) _____ Altura _____

Circunferencia de la muñeca (CM) _____

Circunferencia:

Abdomen _____ Cintura _____ Cadera _____ Brazo _____

Pliegues cutáneos:

Tricipital _____ Bicipital _____ Subescapular _____ Suprailíaco _____

Evaluación

Índice de Masa Corporal (IMC)= _____, _____ Kg (peso) / _____ m² (talla) = _____, _____ Kg/m²

< 18,5 (bajo peso) ____ 18,5 - 24,9 (peso normal) ____ 25 - 29,9 (sobrepeso) ____

30 - 34,9 (obesidad grado I) ____ 35 - 39,9 (obesidad grado II) ____ > 40 (obesidad grado III) ____

Constitución Corporal = _____, _____ cm (talla) / _____, _____ cm (CM) = _____, _____

Hombre: > 10,4 (grande) __ 10,4 - 9,6 (mediana) __ < 9,6 (pequeña) __

Mujer: > 10,9 (grande) __ 10,9 - 9,9 (mediana) __ < 9,9 (pequeña) __

Estimación del peso ideal:

Hombre: [(____, ____ cm (talla) – 152 cm / 2.5) x 2.2] + 48.2 = _____, _____ kg

Mujer: [(____, ____ cm (talla) – 152 cm / 2.5) x 1.8] + 45.5 = _____, _____ kg

Calculo del peso habitual = [____, ____ kg (PA) / _____, ____ kg (PH)] x 100 = _____ %

> 10% (significativo) ____ > 20% (severo) ____

Porcentaje de cambio de peso =

[____, ____ kg (PH) - _____, ____ kg (PA) / _____, ____ kg (PH)] x 100 = _____ %

Severo: > 2% en una semana ____ > 5% en un mes ____ > 7.5% en tres meses ____ > 10% en un año ____

Calculo del peso saludable =

_____, ____ kg (PA) x _____ kg/m² (IMC deseable) / _____ kg/m² (IMC actual) = _____, ____ kg

* IMC deseable puede estar entre 18,5 – 24,9 kg

Diagnóstico

Cálculos Nutricionales

Tasa Metabólica Basal (TMB) de Harris Benedict

Hombres = [66.5 + (13.75 x _____, ____ kg) + (5.03 x _____ cm)] – (6.75 x _____ años)

= (66.5 + _____, ____ + _____, ____) - _____, ____

= _____, ____ - _____, ____

= _____, ____ Kcal/día

Mujeres = [655.1 + (9.56 x _____, ____ kg) + (1.85 x _____ cm)] – (4.68 x _____ años)

$$= (655.1 + \text{____}, \text{___} + \text{____}, \text{___}) - \text{____}, \text{___}$$

$$= \text{____}, \text{___} - \text{____}, \text{___}$$

$$= \text{____}, \text{___} \text{ Kcal/día}$$

Necesidades energéticas (NE)

NE = TMB x actividad física

$$= \text{____}, \text{___} \text{ Kcal/día} \times \text{____}, \text{___}$$

$$= \text{____}, \text{___} \text{ Kcal/día}$$

Calculo de porcentajes de nutrientes

Carbohidratos = $\text{____}, \text{___} \text{ Kcal} \times \text{____} (\%) = \text{____}, \text{___} \text{ Kcal} / 4 \text{ (Kcal/g)} = \text{____}, \text{___} \text{ gr.}$

Proteínas = $\text{____}, \text{___} \text{ Kcal} \times \text{____} (\%) = \text{____}, \text{___} \text{ Kcal} / 4 \text{ (Kcal/g)} = \text{____}, \text{___} \text{ gr.}$

Grasas = $\text{____}, \text{___} \text{ Kcal} \times \text{____} (\%) = \text{____}, \text{___} \text{ Kcal} / 9 \text{ (Kcal/g)} = \text{____}, \text{___} \text{ gr.}$

Grupo de alimentos	No. de l	Kcal	Carbos	Proteínas	Grasas
Leche (1-2)		(135)	(10)	(8)	(7)
Frutas (3-5)		(40)	(10)	-	-
Vegetales (2-4)		(35)	(7)	-	-
Leguminosas (1-2)		(180)	(32)	(13)	-
Subtotal 1					
Farináceos (6-11)		(70)	(15)	(2)	-
Azucres (Min.)		(60)	(15)	-	-
Subtotal 2					
Carnes (1-2)		(150)	-	(14)	(10)
Subtotal 3					
Grasas (Min.)		(45)	-	-	(5)
Total					
Adecuación (%)					

Grupo de alimentos/No. de l	Desayuno	Merienda	Almuerzo	Merienda	Cena	Merienda
Leche						
Frutas						
Vegetales						
Leguminosas						
Farináceos						
Azúcares						
Carnes						
Grasas						
Total						

Menús

Anexo 7



Figura 1



Figura 2



Figura 3



Figura 4



Figura 5

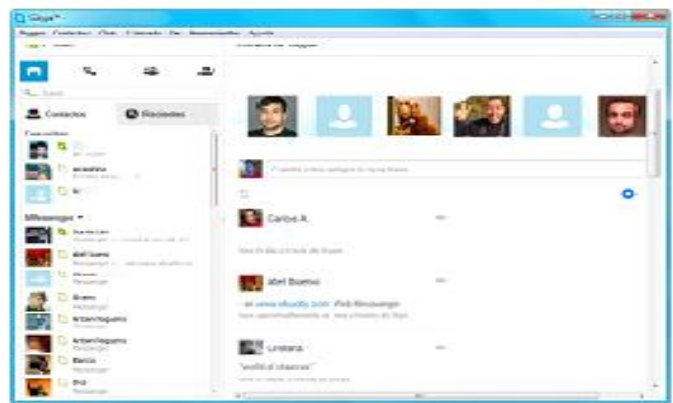


Figura 6

Anexo 8



Búscanos en    