



“Asumimos hábitos positivos para una vida saludable”

Integrantes:

Portal Luy Briana (Coordinadora)

Fernández Guevara Yanira

Palomino Esperanza lucero

Rodríguez ahumada Camila

Docente:

Milagros Hidalgo

Año:

2024

¿Sabes cuál es el valor nutricional de los alimentos?

Edad:

Peso:

Sexo:

- a. Femenino
- b. Masculino

De las frutas mencionadas ¿Cuál crees que es la que tiene mayor valor nutricional?

- a. Kiwi
- b. Aguaymanto
- c. Camu camu
- d. Pitahaya

De los frutos secos que a continuación presentamos: ¿Cuál crees que es la que tiene mayor valor nutricional?

- a. Almendras
- b. Pecanas
- c. Pistachos
- d. Avellanas

¿Cuál de estos peces crees que tiene mayor aporte nutricional?

- a. Carachama
- b. Jurel
- c. Atún
- d. Anchoveta

Según tu criterio, ¿Cuál de las siguientes aves se destaca por su alto valor nutricional?

- a. Codorniz
- b. Pavo
- c. Pato
- d. Gallo

1. Datos cuantitativos

1.1 Tabla N°1: Peso

Peso	x_i	f_i	F_i	h_i	%	H_i	%	$x_i \cdot f_i$
[34,39[36,5	4	4	0,04	4%	0,04	4	146
[39,44[41,5	9	13	0,09	9%	0,13	13	376,5
[44,49[46,5	25	38	0,25	25%	0,38	38	1162,5
[49,54[51,5	10	48	0,1	10%	0,48	48	515
[54,59[56,5	23	71	0,23	23%	0,71	71	1299,5
[59,64[61,5	10	81	0,1	10%	0,81	81	615
[64,69[66,5	13	94	0,13	13%	0,94	94	364,5
[69,74]	71,5	6	100	0,06	6%	1	100	429,6
Σ		100		1				5405,6

Rango: $74 - 34 = 40$

K= $1 + 3,322 \text{ Log}(100)$

K= $7,664 = 8$

A= $R/K = 40/8 = 5$

Variable: Cuantitativa discreta

Moda:

$$\text{Mo: } L_i + A \left(\frac{f_i - f_{i-1}}{(f_i - f_{i-1}) + (f_i - f_{i+1})} \right)$$

$$\text{Mo: } 44 + 5 \left(\frac{25 - 9}{(25 - 9) + (25 - 10)} \right)$$

$$\text{Mo: } 44 + 5 \left(\frac{16}{(-16) + (-15)} \right)$$

$$\text{Mo: } 44 + 5 \left(\frac{16}{35} \right)$$

$$\text{Mo: } 44 + 2,58$$

$$\text{Mo: } 46,58$$

MEDIA:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i \cdot f_i}{n}$$

$$\bar{x} = \frac{5405,6}{100}$$

$$\bar{x} = 54,056 = 54,06$$

MEDIANA:

Posición:

$$N/2$$

$$100/2 = 50$$

$$\text{Me: } Li + A \left(\frac{\frac{n}{2} - fi - 1}{fi} \right)$$

$$\text{Me: } 54 + 5 \left(\frac{50 - 48}{23} \right)$$

$$\text{Me: } 54 + 5 \left(\frac{2}{23} \right)$$

$$\text{Me: } 54 + 0,43$$

$$\text{Me: } 54,43$$

Interpretaciones:

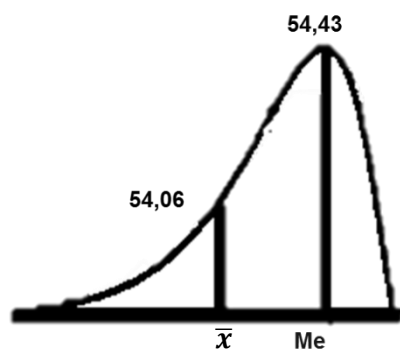
Moda: De las 100 personas encuestadas el peso más frecuente es 46,58 kg.

Mediana: El 50% de encuestados, pesa a lo mucho 54,43 kg.

Media: En promedio los encuestados pesan 54,6 kg.

f1	4 de las 100 personas encuestadas pesan entre 34 a menos de 39 kilos.
f2	9 de las 100 encuestadas tienen entre 29 a menos de 44 años de edad.
F4	48 de las 100 encuestadas tienen entre 34 a menos de 54 años de edad.
F3	38 de las 100 personas encuestadas pesan entre 34 a menos de 49 kilos.
H6%	El 81% de las personas encuestadas tienen entre 34 a 64 años de edad.
H7%	El 94% de las personas encuestadas tienen entre 34 a 64 años de edad.
h5%	El 23% de las personas encuestadas tienen entre 54 a menos de 59 años de edad.
h4%	El 10% de las personas encuestadas tienen entre 49 a menos de 54 años de edad.

Campana de gauss:



Conclusión:

La distribución presentada es **asimétrica negativa** o **sesgada a la izquierda**, donde la mayoría de los datos se encuentran en valores más bajos, mientras que hay algunos valores extremadamente altos que tiran de la media hacia arriba. Esto suele ocurrir cuando hay valores atípicos muy altos presentes en la muestra. En este caso, la media tiende a ser mayor que la mediana y esta a su vez mayor que la moda.

1.2 Tabla N°2: Edad

EDADES	XI	FI	FI	HI	HI%	HI	H%	XI.FI
[15; 20[17.5	51	51	0.51	51 %	0.51	51 %	892.5
[20; 25[22.5	18	69	0.18	18 %	0.69	69 %	405
[25; 30[27.5	6	75	0.06	6 %	0.75	75 %	65
[30; 35[32.5	8	83	0.08	8 %	0.83	83 %	260
[35; 40[37.5	5	88	0.05	5 %	0.88	88 %	187.5
[40; 45[42.5	7	95	0.07	7 %	0.95	95 %	297.5
[45; 50]	47.5	5	100	0.05	5 %	1	100 %	237.5
TOTAL		100		1	100%			2445

Rango: $50 - 15 = 35$

Intervalo: $1 + 3.322 (\log 100)$

K= $7,664 = 7$

Amplitud: $R/K = 5$

Variable: Cuantitativa discreta.

MODA:

$$\text{Mo: } Li + A \frac{fi - fi - 1}{(fi - fi - 1) + (fi - fi + 1)}$$

$$\text{Mo: } 15 + 5 \left(\frac{51 - 0}{51 + 33} \right)$$

$$\text{Mo: } 15 + 5 \left(\frac{51}{84} \right)$$

$$\text{Mo: } 15 + \left(\frac{255}{84} \right)$$

$$\text{Mo: } 15 + 3.04$$

Mo: 18.04

MEDIA:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i \cdot f_i}{n}$$

$$\bar{x} = \frac{2445}{100}$$

$$\bar{x} = 24.45$$

MEDIANA:

Posición:

$$N/2$$

$$100/2 = 50$$

$$\text{Me: } Li + A \cdot \frac{\frac{n}{2} - Fi - 1}{fi}$$

$$\text{Me: } 15 + 5 \cdot \frac{50 - 0}{51}$$

$$\text{Me: } 15 + 4.90$$

$$\text{Me: } 19.9$$

Interpretaciones:

Moda: La edad más frecuente entre los encuestados es 18 años.

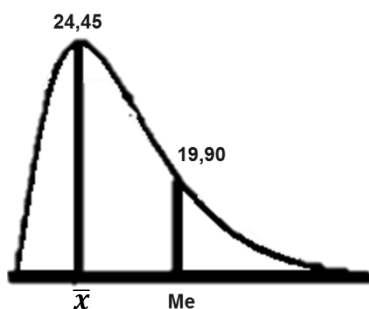
Mediana: El 50% de encuestados, tienen a lo mucho 19 años.

Media: En promedio los encuestados pesan 24 años.

f1	51 de las 100 encuestadas tienen entre 15 a menos de 20 años de edad.
f2	18 de las 100 encuestadas tienen entre 20 a menos de 25 años de edad.
F4	83 de las 100 encuestadas tienen entre 15 a menos de 35 años de edad.
F3	75 de las 100 encuestadas tienen entre 15 a menos de 30 años de edad.
H6%	El 95% de las personas encuestadas tienen entre 15 a menos de 45 años de edad.
H7%	El 100% de las personas encuestadas tienen entre 15 a 50 años de edad.

h5%	El 5% de las personas encuestadas tienen entre 35 a menos de 40 años de edad.
h4%	El 8% de las personas encuestadas tienen entre 30 a menos de 35 años de edad.

Campana de gauss:



Conclusión:

La distribución presentada es **asimétrica positiva** o **sesgada a la derecha**, donde la mayoría de los datos se encuentran en valores más bajos, mientras que hay algunos valores extremadamente altos que tiran de la media hacia arriba. Esto suele ocurrir cuando hay valores atípicos muy altos presentes en la muestra. En este caso, la media tiende a ser mayor que la mediana y esta a su vez mayor que la moda.

1.3 Tabla N° 03: Género

GÉNERO	FI	FI	HI	HI%	H%
MASCULINO	39	39	0,39	39%	39%
FEMENINO	61	100	0,61	61%	100%
TOTAL	100		1	100%	

INTERPRETACIÓN

F1	39 personas de las encuestadas pertenecen al género masculino
F2	61 personas de las encuestadas pertenecen al género femenino
H1%	El 39% de las personas encuestadas corresponden al sexo masculinos
H2%	El 61% de las personas encuestadas corresponden al sexo género femenino

MODA: La mayor cantidad de encuestados pertenecen al género Femenino

MEDIA: No existe

MEDIANA: No existe

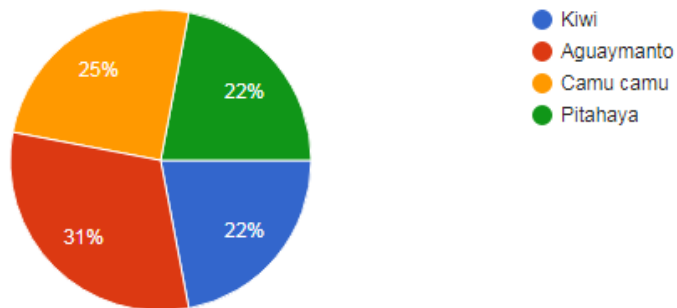
Se concluye que de los 100 encuestados, la mayor parte es de género femenino con un porcentaje de 61% a comparación del género masculino que tuvo un 38%

2. Datos cualitativos

2.1 Grafico N°1:

De las frutas mencionadas ¿Cuál crees que es la que tiene mayor valor nutricional?

100 respuestas



Podemos observar que el 69% (69 encuestados) desconocen la importancia del consumo de dicha fruta, siendo preocupante este desconocimiento.

Tabla N°1

<i>Frutas</i>	<i>f_i</i>	<i>Fi</i>	<i>h</i>	<i>h%</i>	<i>Hi</i>	<i>H%</i>
Aguaymanto	31	31	0,31	31	0,31	31
Kiwi	22	53	0,22	22	0,53	53
Pitahaya	22	75	0,22	22	0,75	75
Camu camu	25	100	0,25	25	1	100

Moda	Aguaymanto
Mediana	No existe
Media	No existe

Variable: Cualitativa nominal

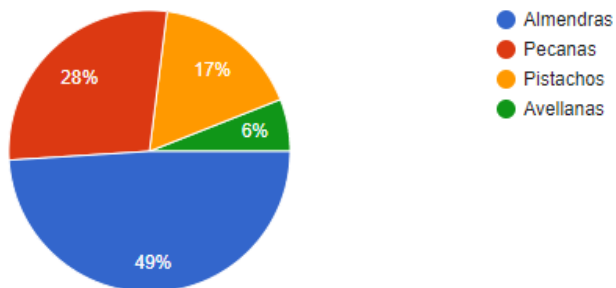
Interpretación:

	fi	hi%
Aguaymanto	De las 100 personas encuestadas, 31 personas creen que el aguaymanto es la fruta con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 31% cree que el aguaymanto es la fruta con mayor valor nutricional
Kiwi	De las 100 personas encuestadas, 22 personas creen que el kiwi es la fruta con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 22% cree que el Kiwi es la fruta con mayor valor nutricional
Pitahaya	De las 100 personas encuestadas, 22 personas creen que el Pitahaya es la fruta con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 22% cree que el Pitahaya es la fruta con mayor valor nutricional
Camu camu	De las 100 personas encuestadas, 25 personas creen que el Camu camu es la fruta con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 22% cree que el Camu camu es la fruta con mayor valor nutricional

2.2 Grafico N°2:

De los frutos secos que a continuación presentamos: ¿Cuál crees que es la que tiene mayor valor nutricional?

100 respuestas



Podemos observar que el 51% (51 encuestados) desconocen la importancia del consumo de dicho fruto seco, siendo preocupante este desconocimiento.

Tabla N° 02:

Frutos Secos	fi	Fi	h	h%	Hi	H%
Almendras	49	49	0,49	31	0,49	49
Pecanas	28	77	0,28	22	0,77	77
Pistachos	17	94	0,17	22	0,94	94
Avellanas	6	100	0,6	25	1	100

Moda	Almendra
Mediana	No existe
Media	No existe

Variable: Cualitativa nominal

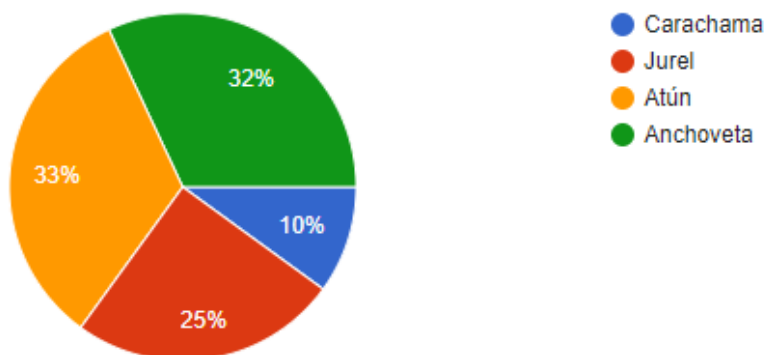
Interpretación:

	fi	hi%
Almendras	De las 100 personas encuestadas, 49 personas creen que las almendras son el fruto seco con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 49% de las personas creen que las almendras es el fruto con mayor valor nutricional
Pecanas	De las 100 personas encuestadas, 28 personas creen que las pecanas es el fruto seco con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 28% creen que las pecanas es el fruto seco con mayor valor nutricional
Pistachos	De las 100 personas encuestadas, 17 personas creen que los pistachos es el fruto seco con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 17% creen que los pistachos es el fruto seco con mayor valor nutricional
Avellanas	De las 100 personas encuestadas, 6 personas creen que las avellanas es el fruto seco con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 6% creen que las avellanas es el fruto seco con mayor valor nutricional

2.3 Grafico N° 03

¿Cuál de estos peces crees que tiene mayor aporte nutricional?

100 respuestas



Podemos observar que el 68% (68 encuestados) desconocen la importancia del consumo de dicho fruto seco, siendo preocupante este desconocimiento.

Tabla N° 03:

Peces	fi	Fi	hi	hi%	Hi	H%
Carachama	10	10	0,10	10%	0,10	10
Jurel	25	35	0,25	25%	0,35	35
Atún	33	68	0,33	33%	0,68	68
Anchoveta	32	100	0,32	32%	1	100

Moda	Atún
Mediana	No existe
Media	No existe

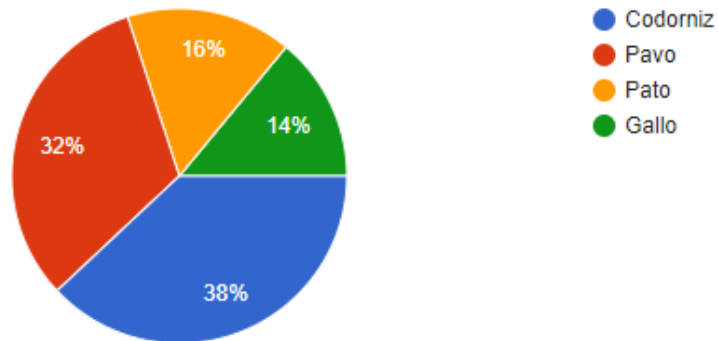
Variable: Cualitativa nominal**Interpretación:**

	fi	hi%
Carachama	De las 100 personas encuestadas, 10 personas creen que la Carachama es el pez con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 10% de las personas creen que la Carachama es el pez con mayor valor nutricional
Jurel	De las 100 personas encuestadas, 25 personas creen que el Jurel es el pez con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 25% creen que el Jurel es el pez con mayor valor nutricional
Atún	De las 100 personas encuestadas, 33 personas creen que el Atún es el pez con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 33% creen que el Atún es el pez con mayor valor nutricional
Anchoveta	De las 100 personas encuestadas, 32 personas creen que la Anchoveta es el pez con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 32% creen que la Anchoveta es el pez con mayor valor nutricional

2.4 Grafico N° 04

Según tu criterio, ¿cuál de las siguientes aves se destaca por su alto valor nutricional?

100 respuestas



Podemos observar que el 62% (62 encuestados) desconocen la importancia del consumo de dicho fruto seco, siendo preocupante este desconocimiento.

Tabla N° 03

Aves	fi	Fi	hi	hi%	Hi	H%
Codorniz	38	38	0,38	38%	0,38	38
Pavo	32	70	0,32	32%	0,70	70
Pato	16	86	0,16	16%	0,86	86
Gallo	14	100	0,14	14%	1	100

Moda	Codorniz
Mediana	No existe
Media	No existe

Variable: Cualitativa nominal

Interpretación:

	fi	hi%
Codorniz	De las 100 personas encuestadas, 38 personas creen que el codorniz es la ave con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 38% de las personas creen que el codorniz es la ave con mayor valor nutricional
Pavo	De las 100 personas encuestadas, 32 personas creen que el pavo es la ave con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 32% creen que el pavo es la ave con mayor valor nutricional
Pato	De las 100 personas encuestadas, 16 personas creen que el pato es la ave con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 16% creen que el pato es la ave con mayor valor nutricional
Gallo	De las 100 personas encuestadas, 14 personas creen que el gallo es la ave con mayor valor nutricional	De las 100 personas encuestadas, 14% creen que el gallo es la ave con mayor valor nutricional

3. Receta

Galletas de almendras

INGREDIENTES:

- ✓ 3 claras de huevo
- ✓ 125 gr de almendras crudas
- ✓ Una cucharadita de stevia
- ✓ Un par de gotitas de esencia de vainilla



MODO DE PREPARACIÓN:

1. Precalentamos el horno a 170º mientras preparamos las galletas.
2. En un bol, batimos las claras de huevo hasta montarlas (hasta que puedas cogerlas con una cuchara, girarla y que no se caiga).
3. Añadimos la stevia y la vainilla, y volvemos a batir, para que no se bajen las claras.
4. Molemos las almendras hasta conseguir que estén finitas (yo he usado la picadora de la batidora).
5. Añadimos las almendras picadas a las claras, mezclándolas con movimientos envolventes, desde fuera hacia dentro. De esta manera nos quedará una masa más esponjosa.

6. Colocamos la mezcla en una manga pastelera (o una bolsita de plástico con la punta cortada), y la colocamos en la bandeja del horno en pequeños montoncitos redondos, sobre papel de cocina (papel para hornear/papel manteca) para que no se peguen. Colocamos encima una o dos almendras enteras para decorar, como más te guste.
7. Horneamos a 170º durante aproximadamente 15-20min, hasta que veas que quedan doradas.
8. Dejamos enfriar, ¡y listo!

RACIONES: 60 galletas

TIEMPO DE PREPARACIÓN: 30 min

TIEMPO DE COCCIÓN: 15 min

VALOR NUTRICIONAL:

3 galletas contienen:

CALORÍAS: 110.5kcal

¿CUÁNDO LAS ALMENDRAS SE HORNEAN, PIERDEN SU VALOR NUTRICIONAL?

El proceso de hornear almendras puede afectar su valor nutricional, pero no necesariamente lo elimina por completo. Hornear almendras a altas temperaturas durante períodos prolongados puede causar la degradación de algunos nutrientes sensibles al calor, como la vitamina E y ciertos antioxidantes. Sin embargo, las almendras siguen siendo una excelente fuente de nutrientes después de hornearlas, ya que conservan la mayoría de sus proteínas, grasas saludables, fibra, calcio y otros minerales. Para conservar la mayor cantidad posible de nutrientes, es recomendable hornearlas a temperaturas moderadas y por períodos de tiempo más cortos.

4. Precios, conversiones y presupuesto.

4.1 Precios

PRODUCTO	CANTIDAD		
	HUEVOS	CELDA	1Kg
16.50		8.00	0.60
ALMENDRAS	125 g	1 Kg	UNIDAD
	6.00	23.00	1.50
STEVIA	PEQUEÑO	MEDIANO	GRANDE
	8.00	12.50	23.50
ESENCIA DE VAINILLA	PEQUEÑO	MEDIANO	GRANDE
	2.30	11.00	18.70

4.2 Conversiones

INGREDIENTES	kg	hg	dag	g	dg	cg	mg
Almendras crudas	0,125	1.25	12.5	125 gr	1250	12500	125000
Una cucharadita de stevia	0.000004	0.00004	0.0004	0.004	0.04	0.4	4 mg

Stevia

0,004 gr a kg= 0,000004
 a hg= $0,004 \div 100=0,00004$
 a dag= $0,004 \div 10=0,0004$
 a dg= $0,004 \times 10= 0,04$
 a cg= $0,004 \times 100= 0,4$
 a mg= $0,004 \times 1000= 4$

Esencia de vainilla

0,0025 L a kl=0,0000025
 a hl=0,000025
 a dal= 0,00025
 a dl= 0,025
 a cl= 0,25
 a ml= 2,5

Almendras

125 gr a kg= 0,125
 a hg= $125 \div 100=1,25$
 a dag= $125 \div 10=12,5$
 a dg= $125 \times 10= 1250$
 a cg= $125 \times 100= 12500$
 a mg= $125 \times 1000= 125000$

Claros de huevo

0,09 L a kl= 0,00009
 a hl= $0,09 \div 100=0,0009$
 a dal= $0,09 \div 10=0,009$
 a dl= $0,09 \times 10= 0,9$
 a cl= $0,09 \times 100= 9$
 a ml= $0,09 \times 1000= 90$

Tiempo:

30 minutos

Para convertir en segundos:

30 min x 60 seg= 1800 segundos

Para convertir en horas:

30min ÷ 60 min = 0,5

4.3 Presupuesto

INGREDIENTES BASICOS:

Ingredientes	Cantidades	Precios
Huevos	30	S/16,50
Almendras	200gr	S/16,00
Stevia	50gr	S/22,00
Vainilla	99ml	S/1,50

60 GALLETAS DE ALMENDRAS:

Ingredientes	Cantidades	Precios
Huevos	3	S/1,50
Almendras	125 gr	S/12,50
Stevia	0.0004 gr	S/2,50
Vainilla	2,5 ml	S/0,40

Costo total de ingredientes: 16,90

20% (agua, luz, etc.)

$$16,90 \times 20\% = 3,38$$

$$16,90 + 3,38 = 20,28$$

¿Cuánto cuesta cada helado?

$$20,28/60 = 0,47$$

¿A cuánto lo puedo vender?

$$20,28 * 90\% = 18,252$$

$$20,28 + 18,252 = 38,532$$

$$38,532/60 = 0,64 = 0,60$$

5. Energía que gasta el horno:

Para determinar cuánta energía gasta un horno en 20 minutos, primero necesitamos saber la potencia del horno en vatios (W). Una vez que tengamos la potencia en vatios, podemos convertirla a kilovatios (kW).

La potencia del horno es de 1500 vatios (1.5 kW), que es típico para un horno doméstico. Para calcular la energía utilizada en 20 minutos, usamos la fórmula:

$$\text{Energía (kWh)} = \frac{\text{Potencia (W)} \times \text{Tiempo (h)}}{1000}$$

Dado que el tiempo está en minutos, necesitamos convertirlo a horas dividiendo por 60:

$$\text{Tiempo (h)} = \frac{20 \text{ minutos}}{60}$$

Ahora podemos calcular la energía:

$$\text{Energía (kWh)} = \frac{1500 \text{ W} \times \frac{1}{3} \text{ h}}{1000} = \frac{1500}{3000} 1500 \text{ kW} \times 0,33 \text{ h}$$

Por lo tanto, un horno de 1500 vatios gasta 0,5 kilovatios-hora (kWh) en 20 minutos. Principio del formulario.

6. CALCULANDO EL CONSUMO DE GAS:

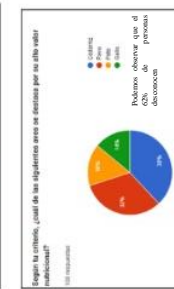
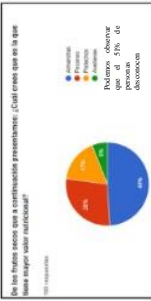
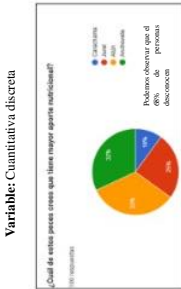
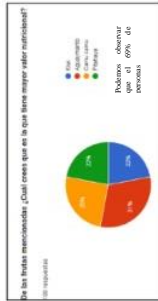
Costo de gas	54 soles
Días de duración	22 días
Tiempo de preparación	30 minutos

Costo de gas por producto	Por día	Por hora	Por minuto	Por tiempo de preparación
Total : 0,60	$54/22 = 2,45$	$2,45/2 = 1,23$	$1,23/60 = 0,020$	$0,020 \times 30 = 0,60$

6.2 Infografía

Investigando el conocimiento DE NUESTROS ENCUESTADOS

Cualitativas:



Cuantitativas:

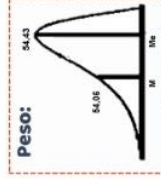
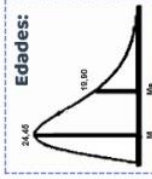


Edades:	Xi	fi	hi	h%	ni	ni%	hi	hi%	xi	fi
[15; 20]	17,5	51	51	0,51	51%	0,51	51%	51%	392,5	405
[20; 25]	22,5	18	69	0,18	18%	0,69	69%	75%	187,5	187,5
[25; 30]	27,5	8	75	0,08	8%	0,75	75%	83%	200	200
[30; 35]	32,5	5	83	0,05	5%	0,88	88%	88%	187,5	187,5
[35; 40]	37,5	7	95	0,07	7%	0,95	95%	95%	237,5	237,5
[40; 50]	47,5	5	100	0,05	5%	1	100%	100%	244,5	244,5
TOTAL		100								

Variable: Cuantitativa nominal



Campanas de Gauss:



La distribución presentada es asimétrica positiva o sesgada a la derecha, donde la mayoría de los datos se encuentran en valores más bajos, mientras que hay algunos valores extremadamente altos que tiran de la media hacia arriba. Esto suele ocurrir cuando hay valores atípicos muy altos presentes en la muestra.

La distribución presentada es asimétrica negativa o sesgada a la izquierda, donde la mayoría de los datos se encuentran en valores más altos, mientras que hay algunos valores extremadamente bajos que tiran de la media hacia arriba. Esto suele ocurrir cuando hay valores atípicos muy altos presentes en la muestra. En este caso, la media tiende a ser mayor que la mediana y esta a su vez mayor que la moda.

Las galletas de almendras son una opción irresistible para los amantes de los postres crujientes y con un toque de dulzura. La preparación es relativamente sencilla, lo que las convierte en una excelente opción para principiantes en la repostería. Una vez listas, estas galletas sorprenden con su sabor rico y satisfactorio, perfectamente equilibrado entre lo dulce y lo almendrado. En resumen, las galletas de almendras son una delicia que seguramente deleitará a cualquiera que tenga el placer de probarlas.

Presupuesto:

60 GALLETAS DE ALMENDRAS	
Ingredientes	Cantidades
Huevos	3
Almendras	125 gr
Stevia	0.0004 gr
Vainilla	2.5 ml

Reseña:

ASUMIMOS UNA

VIDA SALUDABLE

Promoviendo una ALIMENTACIÓN SALUDABLE

INSUMOS:



RECETA:

Galletas de almendras



Valor Nutricional:

3 galletas contienen:
CALORIAS: 110.5kcal

INGREDIENTES:

- ✓ 3 claras de huevo
- ✓ 125 gr de almendras crudas
- ✓ Una cucharadita de stevia
- ✓ Un par de gotitas de esencia de vainilla

MODO DE PREPARACIÓN:

1. Precalentamos el horno a 170° mientras preparamos las galletas.
2. En un bol, batimos las claras de huevo hasta montarlas (hasta que puedas cogerlas con una cuchara, girarlas y que no se caigan).
3. Añadimos la stevia y la vainilla, y volvemos a batir, para que no se bajen las claras.
4. Añadimos las almendras picadas a las claras, mezcladas con mentaditas envolventes, desde fuera hacia dentro.
5. De esta manera nos quedará una masa más esponjosa.
6. Colocamos la mezcla en una manga pastelera (o una bolsita de plástico con la punta cortada), y la colocamos en la bandeja del horno en pequeños montoncitos redondos, sobre papel de cocina (papel para hornear/papel manteca) para que no se peguen. Colocamos encima una o dos almendras enteras para decorar, como más te guste.
7. Hornamos a 170° durante aproximadamente 15-20min, hasta que veas que veas que quedan doradas.
8. Dejamos enfriar. ¡Y listo!

7. Logo



Vida sana

— ACTIVA Y SALUDABLE —

8. Afiche publicitario



The advertisement features a light pink background with decorative elements like wavy lines and clusters of small circles. At the top center is a red line-art icon of a birthday cake with a single lit candle, with the text "Vida Sana" written in a red cursive font below it. The main title "Postres" is in a bold, black, sans-serif font, and "Saludables" is in a large, red, cursive font. Below the title, the text "Consíéntete con lo mejor" is in a bold, black, sans-serif font. The product name "Galletas de almendras" is in a bold, red, sans-serif font. A photograph of several almond cookies with dark chocolate chips is shown in the lower half. A red starburst graphic overlaps the bottom left of the cookies, containing the text "A solo 1.20". At the bottom, the text "Domicilios 921 237 339" is in a bold, black, sans-serif font.

Vida Sana

Postres
Saludables

Consíéntete con lo mejor

Galletas de almendras

A solo
1.20

Domicilios
921 237 339

9. ¿Cómo hacer un Stand?

9.1. Diseño atractivo: Asegúrate de que el stand sea visualmente atractivo y tenga una buena señalización para llamar la atención de los clientes.

9.2. Funcionalidad: Diseñar el stand de manera que sea fácil de montar y desmontar, y que cuente con suficiente espacio de almacenamiento para el producto (galletas) y los utensilios necesarios.

9.3. Materiales adecuados: Utiliza materiales resistentes y fáciles de limpiar, como madera o plástico.

9.4. Zona de preparación: Dedicar un área específica para la preparación de alimentos, asegurándote de cumplir con todas las normativas sanitarias.

9.5. Presentación de los alimentos: Organiza los alimentos de manera atractiva y funcional, donde se resalta su valor nutricional utilizando recipientes, bandejas o bolsitas con sus logos que faciliten el acceso de los clientes.

9.6. Iluminación: Asegúrate de contar con una buena iluminación y combinación de colores para resaltar los productos y crear un ambiente acogedor.

9.7. Atención al cliente: Ofrecer un excelente servicio al cliente y pueda responder preguntas sobre los productos y su preparación, además de dar información necesaria sobre el precio del producto.