



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BAR DE BEBIDAS TRADICIONALES, CANTÓN RIOBAMBA, 2016.

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tipo Emprendimientos

Previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Gestión Gastronómica

JUAN CARLOS NARANJO SÁNCHEZ

RIOBAMBA-ECUADOR

2017

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Juan Carlos Naranjo Sánchez, declaro que el siguiente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos contables presentes en el documento están correctamente citados y referenciados desde su fuente.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de investigación.

AGRADECIMIENTO

Agradezco la confianza, el apoyo y la comprensión brindada por parte de mi madre, que sin duda alguna me ha demostrado su amor incondicional corrigiendo mis faltas, celebrando mis triunfos y brindándome su inigualable amistad.

DEDICATORIA

Dedico de manera especial a la vida por ser tan especial conmigo al irme demostrando día a día sus virtudes y crudezas; ya que de no ser así no hubiera llegado a la situación que hoy me encuentro, dedico también a mis padres que me dieron la oportunidad de ser libre con total responsabilidad y elegir mi profesión sin importar ningún tipo de barrera, a mis hermanos quienes me han demostrado en todo momento el valor de la responsabilidad, amor y dedicación y como no a mis amigos Adrian, Bryan, Danny Daniel y Jessica; quienes son parte fundamental de mi familia y por último dedico este trabajo a mi incondicional amigo Juan Carlos Caiza por enseñarme a luchar y a vivir feliz en todo momento de su vida.

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA.....	IV
ÍNDICE GENERAL.....	V
ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
ÍNDICE DE CUADROS.....	XVII
RESUMEN.....	1
SUMMARY.....	2
I. INTRODUCCIÓN.....	3
II. OBJETIVOS.....	4
A. GENERAL.....	4
B. ESPECÍFICOS.....	4
III. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	5
1. BEBIDAS.....	5
TIPOS DE BEBIDAS (CLASIFICACIÓN GENERAL).....	6
1.1.1 Agua.....	6
1.1.2 Bebidas alcohólicas.....	6
1.1.3 Bebidas gaseosas.....	7
1.1.4 Bebidas calientes.....	7
1.1.5 Bebidas deportivas o isotónicas.....	7
1.1.6 Bebidas deportivas o hipertónicas.....	8
BEBIDAS TRADICIONALES ECUATORIANAS.....	8
1.1.7 Chicha.....	8
1.1.8 Horchata.....	9
1.1.9 Guayusa.....	9
1.1.10 Rosero.....	10

1.1.11	Jucho.....	10
1.1.12	Jugo Rompenucas.....	11
1.1.13	Sangría.....	12
2.	TUBÉRCULOS ANDINOS.....	13
3.	TABLAS.....	14
4.	EL VOLCÁN CHIMBORAZO.....	15
5.	HIELO.....	17
	EL HIELO DEL CHIMBORAZO.....	17
5.1.1	Composición microbiológica del hielo del Chimborazo.....	18
5.1.2	Condiciones atmosféricas y de temperatura del Chimborazo.....	19
5.1.3	Clima y producción.....	19
	VOLUMEN Y DENSIDAD DEL AGUA AL SOLIDIFICARSE.....	20
	EL HIELO COMO MINERAL.....	22
5.1.4	Tipos de hielo.....	22
6.	LA PAJA DEL PÁRAMO ANDINO.....	23
	LA PAJA DEL PÁRAMO, FUENTE DE VIDA PARA EL HOMBRE Y LOS ANIMALES.....	23
	IMPORTANCIA Y USOS ÚNICOS DE LA PAJA DEL PÁRAMO.....	24
	EL CAMPESINO QUE VIVIÓ Y VIVE JUNTO A LA PAJA.....	24
7.	EL ÚLTIMO HIELERO DEL CHIMBORAZO.....	25
	LA HISTORIA DE UN OFICIO.....	26
8.	PROPUESTA DE FACTIBILIDAD EN UN PROYECTO.....	28
8.1.1	Estudio de factibilidad de un proyecto.....	28
8.1.2	¿A qué nos lleva el Estudio de Factibilidad de un Proyecto?.....	29
9.	ETAPAS DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD.....	29
	ESTUDIO DE MERCADO.....	29
	ESTUDIO TÉCNICO.....	30
	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	30

ESTUDIO AMBIENTAL	30
ESTUDIO FINANCIERO	30
IV. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	31
V. DESARROLLO DEL PROYECTO.....	33
VI. FASES DEL PROYECTO EMPRESARIAL	36
A. LLUVIA DE IDEAS PARA IDENTIFICAR PRODUCTOS/BIENES O SERVICIOS.....	36
B. SELECCIÓN DE IDEAS	36
C. EVALUACIÓN DE LAS IDEAS	37
D. JUSTIFICACIÓN.....	37
E. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	37
1. Tipo de empresa.....	37
2. Misión.....	38
3. Visión	38
4. Objetivos.....	38
5. POLÍTICAS.....	38
6. ESTRATEGIAS	39
7. VALORES Y PRINCIPIOS	39
F. DISTINGOS Y VENTAJAS COMPETITIVAS	40
1. Distingos competitivos	40
2. Ventajas competitivas.....	40
G. ANÁLISIS DEL CONTEXTO FODA.....	41
VII. METODOLOGÍA.....	42
UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA O GRUPOS DE ESTUDIO	42
1. UNIVERSO.....	42
2. POBLACIÓN.....	42
3. MUESTRA	42
A. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	43
B. FUENTES DE INFORMACIÓN	44

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	45
CAPITULO I.....	55
1. ESTUDIO DE MERCADO.....	55
1.1. DEMANDA.....	55
1.2. DETERMINACIÓN DEL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN DE LA DEMANDA.....	55
1.3. OFERTA.....	55
1.4. PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO POBLACIONAL EN LÍNEA RECTA.....	56
1.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	57
1.6. PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	58
1.7. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	59
1.8. MIX DE MERCADO.....	60
1.8.1. Producto o servicio.....	60
1.8.2. Precio.....	61
1.8.3. Distribución.....	62
1.8.4. La comunicación.....	62
1.9. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO O MERCADO OBJETIVO.....	63
1.10. COMPETENCIA.....	64
1.11. ANÁLISIS DEL SECTOR.....	64
1.12. CARGO Y FUNCIONES DEL ÁREA COMERCIAL.....	65
1.13. DETERMINACIÓN Y GASTO COMERCIAL.....	66
1.14. GASTOS DEL ÁREA COMERCIAL.....	66
CAPÍTULO II.....	67
2. ESTUDIO TECNICO.....	67
2.1. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	67
2.2. CAPACIDAD DE LA PLANTA.....	67
2.3. DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA.....	68
2.4. RECETAS ESTANDARIZADAS.....	69
2.5. PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO.....	70
2.6. FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN.....	72

2.7.	DISEÑO DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN Y ÁREA DE SERVICIO.....	74
2.8.	REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO	75
2.9.	ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN.....	77
2.9.1.	Estructura de los costos de producción.....	77
2.10.	REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS ÁREA PRODUCCIÓN.....	81
2.11.	PROGRAMA PRE-OPERATIVO (GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN) PRUEBA DE MICROBIOLOGÍA DEL HIELO DEL NEVADO CHIMBORAZO	82
2.11.1.	Prueba Examen Microbiológico del hielo	82
2.11.2.	Degustaciones.....	82
2.11.3.	Costo de control de calidad	82
2.11.4.	Buenas prácticas de manufactura	83
CAPITULO III		85
3.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	85
3.1.	ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	85
3.1.1.	Área Administrativa	85
3.1.2.	Área de Producción	86
3.1.3.	Área financiera	88
3.1.4.	Área Ambiental.....	89
3.2.	ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	90
3.3.	PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL TALENTO HUMANO	91
3.4.	DESCRIPCIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO.....	91
3.5.	MEDIOS Y COSTOS PARA EL PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE TALENTO HUMANO	92
3.6.	PERFIL DE LOS TRABAJADORES	92
3.7.	COSTOS SALARIALES.....	93
3.8.	Valores que debe primar en sus futuros colaboradores	93
3.9.	PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN PARA SUS FUTUROS COLABORADORES..	94
3.10.	PROCESO DE INDUCCIÓN QUE SEGUIRÁ Y LAS PERSONAS RESPONSABLES	94
3.11.	MATERIALES PARA EL PROCESO DE SELECCIÓN, CONTRATACIÓN E INDUCCIÓN	95

CAPITULO IV	96
4. MARCO LEGAL	96
4.1. REQUISITOS PARA LA CALIFICACIÓN Y RECALIFICACIÓN DEL TALLER ARTESANAL	97
4.2. PERMISOS REQUERIDOS PARA IMPLANTAR EL MICRO EMPRENDIMIENTO.	97
CAPÍTULO V	98
5. ESTUDIO AMBIENTAL	98
5.1. MITIGAR EL IMPACTO AMBIENTAL	98
5.2. ACCIONES REMEDIALES 3 Rs	100
CAPÍTULO VI	102
6. ESTUDIO FINANCIERO	102
A. ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN	102
B. ESTADO DE FUENTES Y USOS	103
C. CLASIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES	104
D. PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	105
E. PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	105
F. PRESUPUESTOS DE GASTOS DE VENTAS	105
6.1. CUADRO DE INGRESOS Y EGRESOS	106
G. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	107
H. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	108
I. FLUJO DEL EFECTIVO	108
CAPÍTULO VII	109
7. EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA, SOCIAL	109
7.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA	109
7.1.1. Prueba ácida	109
7.1.2. Determinación de la evaluación económica	110
7.2. EVALUACIÓN FINANCIERA	111

7.2.1.	Calculo De Valor Actual Neto (VAN)	112
7.2.2.	Cálculo De La Tasa Interna De Retorno (TIR)	112
7.2.3.	TASA MÍNIMA DE RETORNO	113
7.2.4.	Cálculo Del Periodo De Retorno De La Inversión (PRI)	113
7.2.5.	Relación Beneficio Costo	113
7.2.6.	Calculo del Punto de Equilibrio (PE)	114
7.3.	EVALUACIÓN SOCIAL	115
8.	CONCLUSIONES	117
9.	RECOMENDACIONES	118
10.	BIBLIOGRAFÍA	119
10.	ANEXOS	122

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Aceptabilidad de un establecimiento de bebidas típicas en la ciudad de Riobamba.....	45
Tabla 2	Consumo de bebidas naturales en otros establecimientos en Riobamba.....	46
Tabla 3	Aceptabilidad de consumo en establecimientos similares.....	47
Tabla 4	Costo promedio de un plato o bebida típica	48
Tabla 5	Promedio de gasto en un bar de bebidas típicas	49
Tabla 6	Frecuencia de visita a bares de bebidas en la ciudad de Riobamba	50
Tabla 7	Aceptabilidad de la implementación de servicio a domicilio en el bar	51
Tabla 8	Dirección del bar	52
Tabla 9	Aceptabilidad de decoración con tema andino	53
Tabla 10	Medios de comunicación para la publicidad	54
Tabla 11	Proyección del crecimiento poblacional en línea recta	56
Tabla 12	Proyección de la demanda	57
Tabla 13	Proyección de oferta	58
Tabla 14	Proyección de la demanda insatisfecha	59
Tabla 15	Determinación de inversiones.	66
Tabla 16	Gastos del área comercial.....	66
Tabla 17	Determinación de la capacidad de la planta de producción	67
Tabla 18	Localización De La Planta De Producción.....	68
Tabla 19	Ficha Profesiográfica ayudante de cocina	75
Tabla 20	Chef de cocina	76
Tabla 21	Servicios Básicos.....	77
Tabla 22	Otros Servicios Básicos.....	77
Tabla 23	Combustible.....	78
Tabla 24	Mantenimiento.....	78
Tabla 25	Análisis de la inversión del proyecto.....	79
Tabla 26	Activos fijos del área de producción	79
Tabla 27	Valores de Mano de Obra Directa	80
Tabla 28	Administrativo.....	80
Tabla 29	Costos indirectos de fabricación.....	81
Tabla 30	Activos Fijos.....	81

Tabla 31 Gastos de Experimentación	82
Tabla 32 Examen Microbiológico del hielo del Chimborazo	82
Tabla 33 Funciones del gerente de A. y B.....	91
Tabla 34 Costos para la contratación del personal	92
Tabla 35 Costos Salariales.....	93
Tabla 36 Costos para el proceso de selección y contratación.....	95
Tabla 38 Mitigar el Impacto Ambiental	98
Tabla 39 Acciones Remediales 3 Rs	100
Tabla 40 Inversión Total del proyecto.....	102
Tabla 41 Estado de Resultados.....	103
Tabla 42 Inversión de Activos Fijos.....	104
Tabla 43 Activos Diferidos	104
Tabla 44 Capital de trabajo.....	104
Tabla 45 Financiamiento del proyecto	104
Tabla 46 Costos de Producción	105
Tabla 47 Gastos de Administración.....	105
Tabla 48 Gastos de Ventas	105
Tabla 49 Egresos	106
Tabla 50 Ingresos - ventas	107
Tabla 51 Estado de Resultados.....	107
Tabla 52 Estado de Situación Financiera	108
Tabla 53 Flujo de Efectivo	108
Tabla 54 Determinación de la Evaluación Económica.....	110
Tabla 55 Flujo de Efectivo	111
Tabla 56 Determinación del VAN.....	112
Tabla 57 Determinación del TIR	112
Tabla 58 Determinación De la Tasa Mínima de Retorno.....	113
Tabla 59 Determinación del PRI	113
Tabla 60 Determinación Relación Beneficio Costo	114
Tabla 61 Determinación del Punto De Equilibrio	114
Tabla 62 Unidades a ofertar en el establecimiento.....	115

Tabla 63 Determinación de la Evaluación Social.....116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Clasificación de las Bebidas.....	6
Gráfico 2 Bebidas calientes	7
Gráfico 3 Chicha de Jora	8
Gráfico 4 Horchata Lojana	9
Gráfico 5 Guayusa	9
Gráfico 6 Rosero.....	10
Gráfico 7 Jucho.....	10
Gráfico 8 Rompenucas	11
Gráfico 9 Sangría Autóctona	12
Gráfico 10 Tubérculos de la región andina Ecuador	13
Gráfico 11 Tapitas o tablitas.....	14
Gráfico 12 Nevado Chimborazo.....	15
Gráfico 13 Medición de altura del nevado Chimborazo.....	16
Gráfico 14 Clasificación de bacterias según su temperatura	18
Gráfico 16 Volumen y densidad del agua	20
Gráfico 15 Volumen y densidad del agua	20
Gráfico 17 Estructura del hielo.....	21
Gráfico 18 Vegetación del Páramo Andino.....	23
Gráfico 19 Baltazar Ushca el último hielero del Chimborazo.....	25
Gráfico 20 El Duro oficio del último hielero.	26
Gráfico 21 Aceptabilidad de un establecimiento de bebidas típicas en ciudad de Riobamba..	45
Gráfico 22 Consumo de bebidas en otros establecimientos	46
Gráfico 23 Aceptabilidad de consumo en establecimientos similares	47
Gráfico 24 Costo promedio de un plato o bebida típica.....	48
Gráfico 25 Promedio de gasto en un bar de bebidas típicas.....	49
Gráfico 26 Frecuencia de visita a bares de bebidas en la ciudad de Riobamba	50
Gráfico 27 Aceptabilidad de la implementación de servicio a domicilio en el restaurante	51
Gráfico 28 Dirección del bar	52

Gráfico 29 Aceptabilidad de decoración con tema andino.....	53
Gráfico 30 Medios de comunicación para la publicidad	54
Gráfico 31 Proyección del crecimiento poblacional en línea recta	56
Gráfico 32 Proyección del crecimiento poblacional en línea recta	57
Gráfico 33 Proyección de la oferta futura	58
Gráfico 34 Proyección de la demanda insatisfecha	59
Gráfico 35 Logotipo de la Empresa.....	60
Gráfico 36 Tarjeta de presentación.....	61
Gráfico 37 Ubicación Geográfica del objeto de estudio.....	68
Gráfico 38 Flujograma de producción.....	73
Gráfico 39 Diseño de la planta	74
Gráfico 40 Punto de Equilibrio.....	115

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Concepto de Bebida e infusión.	5
Cuadro 2 Temperatura del Nevado Chimborazo	19
Cuadro 3 Lluvia de ideas del emprendimiento.....	36
Cuadro 4 Selección De Ideas.....	36
Cuadro 5 Evaluación de Ideas	37
Cuadro 6 Análisis contextual.....	41
Cuadro 7 Segmentación del mercado objetivo.....	63
Cuadro 8 Cargo Y Funciones Del Área Comercial.	65

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Examen microbiológico.....	122
Anexo 2 Modelo de encuesta.....	123

RESUMEN

La presente investigación plantea realizar un estudio de factibilidad para la creación de un bar de bebidas típicas y tradicionales en la ciudad de Riobamba; a través de una descriptiva que se fundamenta en fuentes bibliográficas y de campo para obtener información fidedigna, la cual determinó el perfil del cliente a quien va dirigido los productos y servicios; aplicando la encuesta a la ciudadanía, se obtuvo resultados positivos acerca de la implementación de un establecimiento de bebidas tradicionales usando el hielo del volcán Chimborazo y picadas andinas. De forma posterior se efectuó la aplicación del test de aceptabilidad; factor fundamental para este estudio mediante una sesión de degustación con todos los productos a ofertar. La viabilidad del estudio de factibilidad y la convergencia con los objetivos planteados se determinó mediante los estudios técnico, legal, administrativo, medio ambiental, y financiero en los cuales se detallan claramente los pasos a seguir y las características necesarias para la ejecución del proyecto, con estos estudios se obtuvo los evaluadores financieros como Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI), Tasa Mínima de Retorno (TMR), Punto de Equilibrio(PE), Relación Beneficio Costo(B/C)demostrando que este estudio es financieramente viable y en base a los resultados positivos de recuperación de capital y ganancias el mismo se consideró económicamente sustentable, concluyendo que el micro emprendimiento posee rentabilidad y sostenibilidad para la ejecución del mismo.

Palabras clave:

<BEBIDAS TRADICIONALES> <RECETA ESTÁNDAR> <TUBÉRCULOS ANDINOS> <TAPAS> <ACEPTABILIDAD> <RENTABILIDAD> <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD> <RIOBAMBA (CANTÓN)>

SUMMARY

This research proposes to carry out a feasibility study for the creation of a typical and traditional drinks bar in the city of Riobamba; through a descriptive methodology that is based on bibliographical and field sources to obtain reliable information, which determined the profile of the customer to whom we directed our products and services; Applying the survey to citizenship, positive results were obtained regarding the implementation of a traditional beverage establishment using the ice of the Chimborazo volcano and the Andean snacks. Subsequently, the acceptability test was applied; key factor for this study through a tasting session with all the products of an offer. The viability of the study of feasibility and convergence with objectives was determined through technical, legal, administrative, environmental and financial studies which clearly detail the steps to be followed and the characteristics necessary for the execution of the project, these studies obtained financial assessors such as Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Investment Recovery Period (PRI), Minimum Rate of Return (TMR), Point of Balance (B/C) demonstrating that this study is financially viable and based on the positive results of capital and profit recovery it was considered economically sustainable, concluding that the micro enterprise has profitability and sustainability, so it is recommended to create a trademark of products with a high value ancestral, cultural, heritage in the city and country.

KEY WORDS:

<TRADITIONAL DRINKS> <STANDARD RECIPE> <ANDEAN TUBERS> <TAPAS>

<ACCEPTABILITY> <PROFITABILITY> <FEASIBILITY STUDY> <RIOBAMBA (CANTON)>

I. INTRODUCCIÓN

La palabra bebida es de uso común que se refiere a todo tipo de líquidos naturales o artificiales; desde el agua potable hasta los productos líquidos más exóticos pueden ser considerados bebidas, siempre y cuando sea apto para el consumo humano. Cuando se habla de bebidas se hace referencia principalmente a aquellos productos que suponen cierta elaboración como lo pueden ser las bebidas gaseosas, los jugos, las infusiones o las bebidas alcohólicas. Sin embargo, como el agua potable también es consumida como bebida, la misma puede fácilmente entrar dentro de esta categoría.

Partiendo de este concepto podemos citar importancia que tiene en la actualidad el consumo de bebidas de origen artificial, y que según la OMS es parte de las principales causas de mortalidad y enfermedades gástricas, es por este motivo que el presente proyecto pretende establecer un lugar en el cual se expendan bebidas de origen natural respetando la cultura y rescatando la tradición; misma que con el transcurso de los años se ha reducido considerablemente en la ciudad de Riobamba.

El oficio del hielero tiene sus raíces en el imperio romano y los pueblos árabes. Llegó al Nuevo Mundo, bajo el dominio español, como una mita. En Ecuador se instaló en los volcanes Cayambe, Cotacachi y Chimborazo; mientras tanto en el volcán Indo Kush, ubicado en Afganistán, los bloques de hielo se recogían con redes, tras el derretimiento del glaciar, así también en el volcán Cumbal, en Colombia, el hielo aún es transportado sobre trineos, en la actualidad un tanto modernos, pero con las mismas prácticas ancestrales.

El hielo extraído del volcán Chimborazo se comercializaba en épocas pasadas en las ciudades de: Guaranda, Guayaquil, Babahoyo y Riobamba. Su consumo ha desaparecido considerablemente ante el surgimiento de las refrigeradoras y la elaboración de hielo industrial.

Afortunadamente, el coloso es visitado día a día por un personaje histórico viviente “Baltasar Ushca” quien al comenzar su día de labor y mientras ata su becerro a una estaca pronuncia su frase “Taita Chimborazo me cuida a mí y no pasa nada”.

En el presente estudio, el hielo del majestuoso volcán Chimborazo tiene importancia trascendental, dado que el mismo es la esencia de la materia prima que se va a ser utilizada en el establecimiento de bebidas típicas y tradicionales.

II. OBJETIVOS

A. GENERAL

- Determinar la factibilidad para la creación de un bar de bebidas tradicionales en la ciudad de Riobamba.

B. ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado, acerca del consumo y aceptación de las bebidas típicas y tradicionales mediante encuestas y un test de aceptabilidad.
- Determinar el plan de empresas para conocer los estudios, Técnico, Administrativo, Legal y finalmente ambiental.
- Realizar un estudio financiero y económico demostrando su viabilidad y rentabilidad a través de indicadores.

III. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1. BEBIDAS

Una bebida es cualquier líquido que se ingiere por vía oral y aunque la bebida por excelencia es el agua, el término se refiere por antonomasia a las bebidas alcohólicas y las bebidas gaseosas. (GROUP., 2015)

Cuadro 1 *Concepto de Bebida e infusión*

COMPUESTOS	DEFINICIONES
Infusión	Bebida que se obtiene de diversos frutos o hierbas aromáticas, consiste en verter agua hirviendo sobre el producto vegetal (flores, hojas, raíces, polvos, etc.) en este proceso se extrae las partes y elementos activos de la planta.
Agua o Bebida	Preparación líquida de alguna planta o hierba medicinal obtenida ya sea por infusión o por cocción.
Tisana	Bebida líquida medicinal que resulta del cocimiento ligero o infusión, de una o varias sustancias medicinales y otros ingredientes en agua.
Té	Es una bebida preparada a base de hojas secas de plantas de té, de pequeños árboles o de plantas medicinales y se consume como bebida ya sea caliente o fría.

Fuente: DURAN, Felipe, plantas Aromáticas y Medicinales, (2009), pág. 9.

Actualmente en el mercado de bebidas existe una amplia gama de productos bebibles a los cuales se puede acceder; dentro de las mismas se puede encontrar gaseosas (o bebidas que cuentan con gas agregado), jugos en diferentes formatos, aguas saborizadas artificialmente, bebidas alcohólicas de gran diversidad y con muy diferente variación en la graduación alcohólica, infusiones muy variadas, chocolates, etc. Cada una de estas bebidas supone un presupuesto y un tipo de consumidor diferente.

Tipos de bebidas (Clasificación general)



Gráfico 1 Clasificación de las Bebidas

Fuente: sqperu.org, Conferencia bebidas y refrescos

1.1.1 Agua

VOELCKER (como cito en Pérez, 2013) añade que el agua es necesaria para la supervivencia de todos los organismos, incluidos los seres humanos. El cuerpo humano está compuesto de entre un 55% y un 78% de agua, dependiendo de sus medidas y complejidad. Es un componente crucial en los procesos metabólicos del organismo, actúa como disolvente. Para evitar desórdenes, el cuerpo necesita alrededor de dos a tres litros diarios de agua; la cantidad exacta variará en función del nivel de actividad, la temperatura, la humedad y otros factores biológicos.

La mayor parte de esta agua se absorbe con la comida o bebidas -no estrictamente agua. No se ha determinado la cantidad exacta de agua que debe tomar un individuo sano, aunque una mayoría de expertos considera que unos 6-7 vasos de agua diarios; aproximadamente dos litros es el mínimo necesario para mantener una adecuada hidratación. La literatura médica defiende un menor consumo, típicamente un litro de agua diario para un individuo varón adulto, excluyendo otros requerimientos posibles debidos a la pérdida de líquidos causada por altas temperaturas o ejercicio físico.

1.1.2 Bebidas alcohólicas

Una bebida alcohólica es una bebida que contiene etanol (alcohol etílico).

En la antigüedad y antes de conocerse el proceso de destilación, las bebidas alcohólicas eran del resultado de una fermentación simple.

El descubrimiento de este proceso se debió seguramente a la casualidad, cuando alguien dejó olvidadas durante un tiempo algunas frutas en un recipiente. Pero el gran paso en la elaboración de bebidas alcohólicas se produjo con el descubrimiento del proceso de destilación por los árabes. (ORTIZ, 2003, pág. 2)

1.1.3 Bebidas gaseosas

Son aquellas bebidas sin alcohol que pueden ser consumidas en forma de zumos y otras bebidas de elaboración industrial, las bebidas con azúcares podrían tener menos poder saciante que una ingesta del mismo contenido calórico pero sólida, al provocar una menor distensión de la cámara gástrica y por presentar un tránsito intestinal acelerado.(HERNANDEZ, 2010)

1.1.4 Bebidas calientes



Gráfico 2 Bebidas calientes

Fuente: <http://www.menshealthlatam.com>

El café, chocolate, té y cocoa son las bebidas calientes que más se usan con las comidas entre otras. Estas bebidas además de su sabor agradable son estimulantes y con la excepción del chocolate y cocoa no tienen más valor nutritivo que el de los alimentos con que se sirven como leche, crema, azúcar o limón. (CABANILLAS, 1972)

1.1.5 Bebidas deportivas o isotónicas

Son bebidas que tienen el mismo número de partículas (azúcares y electrolitos) por 100 ml que los fluidos corporales, siendo absorbidos tanto o más rápido que el agua. Contienen hidratos de carbono los mismos que son claves para deportistas y que tienen gran capacidad de rehidratación. (JIMENEZ, 2003)

1.1.6 Bebidas deportivas o hipertónicas

Este tipo de bebidas contienen más partículas (azúcares y electrolitos) por 100 ml que los fluidos corporales, o sea más concentrados que estos, siendo absorbidas más lentamente que el agua. Suelen contener más de 8gr de azúcares por 100 ml dentro de su composición física y química.(JIMENEZ, 2003)

Bebidas tradicionales ecuatorianas

1.1.7 Chicha



Gráfico 3 Chicha de Jora

Fuente: <http://www.eltelegrafo.com.ec/preparacion-de-la-chicha-de-jora>

Beber chicha significa cumplir con diversos objetivos culturalmente determinados. Una de las funciones de la borrachera indígena persigue satisfacer una necesidad que sirve de armazón a la comunidad en cuando a la conservación de identidad tradicional de su cultura y ayuda a reforzar la integración del individuo a la estructura social vigente, en Ecuador, la chicha más tradicional es la chicha de jora; un tipo de maíz que es propia de la Sierra ecuatoriana.(RENZ, 1989)

1.1.8 Horchata



Gráfico 4 *Horchata Lojana*

Fuente:<http://vivirecuador.com/horchata/ecuatoriana/preparacion>

La horchata Lojana es una infusión de 27 plantas aromáticas que se ha empleado a lo largo de los siglos por sus propiedades medicinales, se consigue al hervir determinadas combinaciones de hierbas o especias en agua, el agua queda impregnada de sustancias solubles que pueden aportar efectos beneficiosos a la salud. Entre las plantas medicinales que contiene la horchata lojana se destacan las siguientes: Escancel, cedrón, hierba luisa, albahaca, toronjil, menta, borraja, flores de malva, manzanilla, llantén, congona, cola de caballo, violeta, cadillo, malva olorosa, amaranto, etc. (MARCILLOy Naranjo, 2012)

1.1.9 Guayusa



Gráfico 5 *Guayusa*

Fuente:[http://www.revistafamilia.com.ec/articulos de cocina.](http://www.revistafamilia.com.ec/articulos%20de%20cocina)

Dentro de las costumbres de la comunidad Achuar en el Ecuador es que la mujer se levanta muy temprano para cocinar la guayusa, luego despierta al esposo y a los hijos mayores para que beban la misma ya preparada, se acostumbra a tomarla todas las mañanas.

La toman tanto los adultos como los niños, luego vomitan. Se practica esta costumbre con mucha frecuencia. Después de la bebida se despiertan los ánimos e inclusive se pierden los dolores del cuerpo.(YALA, 1997)

1.1.10 Rosero



Gráfico 6 Rosero

Fuente: www.supermaxi.com/cocina-y-nutricion.

Esta deliciosa y contundente bebida es típica, sobre todo, de Quito, aunque en la provincia del Azuay, en el sur de Ecuador, también se la prepara. El rosero está elaborado con mote (maíz), trozos de frutas (piña, frutilla, babaco), el zumo de estas frutas (además de limón y naranjilla), agua de rosas y azahares, hojas de arrayán, clavo de olor y canela. El origen del rosero (cuyo nombre se presume que viene de ‘rosa’) se remonta al siglo XVIII, en los conventos quiteños.(PACHECO, 2015)

1.1.11 Jucho



Gráfico 7 Jucho

Fuente: www.elcomercio.com/sabores

Esta bebida es tradicional de los Andes centrales, especialmente de la provincia de Tungurahua. Se prepara con varias frutas como durazno, membrillo, manzana y capulí (este es el ingrediente principal), además de especias como clavo de olor y canela. (IN, 2014)

1.1.12 Jugo Rompenucas



Gráfico 8 Rompenucas

Fuente: <https://www.elmercurio.com.ec/523538-el-rompenucas>.

Estas bebidas tan tradicionales como el centro histórico de la Sultana de los Andes, se elaboran con frutas naturales y la mayoría los llama “rompenucas”, porque al primer sorbo, con lo helado que está, (a una temperatura de menos dos grados).

La primera reacción en el cuerpo humano, dicen, es un dolor de nuca; pero está científicamente comprobado que al beberla se produce una vasoconstricción de los capilares que recubren la faringe y la laringe.

Los vasos de las licuadoras que tiene por dentro jugos o frescos de frutas naturales combinadas con hielo del Chimborazo forman una cromática casi similar a la wiphala; el cual es símbolo de identificación Nacional y Cultural de los Andes Amazónicos, el emblema de la nación colectivista y armónica.

Sobre las barras de los pequeños kioscos de refrescos del mercado de Riobamba se ve una multicolor hilera de licuadoras; sus vasos lucen el rojo del jugo de mora; el que contiene néctar de naranjilla; el verde por el batido de alfalfa; el blanco, del coco; el rojizo del tomate de árbol; el del jugo de zanahoria los jugos de frutas naturales enfriados con hielo del volcán Chimborazo forman un colorido que hace pensar en la wiphala, la bufanda que identifica a los pueblos indígenas del país.

Son negocios que surgieron con la comercialización de los cubos de hielo por parte de los hieleros del Chimborazo, indígenas que desde aproximadamente un siglo se dedicaron a extraer de las faldas de la montaña, cubos de agua congelada para preparar helados, granizados y jugos. Rosa Almachi, heredó el negocio de su madre María Victoria Cabezas, ella a su vez lo heredó de su mamá, Luz María Suárez (abuela de Rosa), son tres generaciones que dan cuenta de la vigencia en el tiempo de esa bebida.

Las tres mujeres compraron el hielo a Baltazar Uscha, llamado hoy “El último de los hieleros del Chimborazo. En un envase de plástico sostenido por un tanque metálico blanco que reposa sobre unos bancos del mismo color se exhibe un pedazo del cubo de hielo traído desde el Chimborazo y reposa en una cobija de pajas. (MERCURIO E. , 2016)

1.1.13 Sangría



Gráfico 9 Sangría Autóctona

Fuente: <https://www.elmercurio.com.ec-sangria>

La sangría es una bebida derivada de vino compuesta de vino tinto y agua natural o carbónica, con zumos, extractos o esencias naturales de frutos cítricos, con aguardientes licorosos u otras bebidas derivadas de alcoholes naturales, con o sin azúcar y con adición o no de frutas troceadas. En todo caso la adición de las citadas bebidas alcohólicas no será superior al 5 por cien de volumen del producto terminado, ni elevará el grado alcohólico en más del 2% vol.

La proporción mínima de vino tinto contenido en la sangría ha de ser del 50 por cien en volumen y el grado alcohólico del producto terminado deberá estar comprendido entre los 7,0% y 14,0% vol. (TOGORES, 2011, pág. 1265)

Origen de la sangría

Para poder adentrarnos a los orígenes de esta bebida se conoce que es de proceder ibérico y se consume desde, al menos, la primera década del siglo XIX en España y Portugal.

2. Tubérculos andinos



Gráfico 10 Tubérculos de la región andina Ecuador

Fuente: INIAP, tubérculos y raíces de la región andina Ecuador.

Dentro de los productos que se pretende ofertar a la ciudadanía a través de este proyecto están también tomados en cuenta las raíces y tubérculos andinos; siendo los mismos un factor determinante de nuestra cultura y tradición gastronómica, por esta razón se expendirá productos finales de calidad con tubérculos andinos de la zona; con una presentación original y auténtica.

En la actualidad el INIAP asevera que producción de raíces y tubérculos andinos está concentrada en la región andina del Ecuador. Esta zona ha sido identificada como la que presenta menores limitantes de producción desde el punto de vista de la oferta.

En esta zona habita una población mestiza e indígena con una limitada organización campesina, donde existen pocos proyectos estatales o de organizaciones privadas.

El potencial de producción de la zona es amplio, ya que el agricultor ha sabido resolver algunos problemas tecnológicos de estos cultivos sobre la base de la experiencia con otros cultivos, como, por ejemplo, el cultivo de la papa.

Es así como los tubérculos andinos se siembran, casi siempre, después de la papa, cuando el terreno está más suelto y resulta también beneficioso utilizar en estos cultivos el efecto residual del fertilizante aplicado a la papa.

Desde el punto de vista de seguridad alimentaria, es evidente que estos alimentos presentan diferentes respuestas en cuanto a contenidos nutritivos que sirven para la alimentación humana. También se reportan aportes interesantes de sustancias que permiten curar algunas enfermedades, así como posible fuente de sustancias químicas para utilizar en la industria farmacéutica. Sin embargo, hay que reconocer que los tubérculos y raíces, a pesar de ser una excelente opción para la agroindustria y la industria farmacéutica, no han sido capaces de mantenerse en el mercado, en muchos casos, ni siquiera para el consumo local. (ESPINOSA y CRISSMAN, 1997), (BARRERA et al., 1999), (VALVERDE et al., 1999).

3. Tablas



Gráfico 11 Tapitas o tablitas

Fuente: Fuente: www.elcomercio.com/sabores

Además se aspira ofrecer a la distinguida ciudadanía otro grupo de productos con la misma calidad que los anteriores respetando los procesos de elaboración y las buenas prácticas de manufacturados cuales son las tapas, canapés, pinchos o tablitas; las cuales son un entrante muy agradable en este mundo actual no podemos reunirnos con amigos o familiares debido a la falta de tiempo y por esta razón muchas veces se reúne en lugares donde se puede degustar picadas o tomar alguna bebida antes de cualquier comida.

En nuestro ámbito gastronómico triunfa lo inesperado, insólito, lo creativo todo lo que hace volar a nuestra mente y por ende a nuestros sentidos desviándolos de lo cotidiano y lo habitual, la clave es que cada tapita complazca a nivel elevado y general los sentidos en texturas, colores, variedades, temperaturas.

Parece ser que las tapas surgieron a causa de una disposición del rey Alfonso X el sabio, como mero pasatiempo, prohibió despachar vino en los mesones de castila si no iba a acompañado de algo de comida. Medida justa y exacta para evitar que los vapores alcohólicos se subieran a la cabeza y dieran lugar a desmanes.

Pero la palabra con la que designamos a ese aperitivo, tapa, tiene un origen aún más práctico: se trata de un andalucismo cuyo sentido hacía alusión a una loncha de embutido que se colocaba sobre la copa de vino para poder “tapar”. (COCINOVA, 2012)

4. EL volcán Chimborazo



Gráfico 12 Nevado Chimborazo

Fuente: Instituto Geofísico del Ecuador

Una reciente y más precisa medición realizada con GPS por una expedición del Instituto Geográfico Militar de Ecuador y el Instituto Francés de Investigación para el desarrollo, confirma que el Chimborazo se eleva hasta los 6.263,47 metros respecto al nivel del mar, 5 metros menos de lo que se creía.

Sin embargo, respecto al centro de la tierra, su punto más alto está a 6.384,416 kilómetros, lo que lo convierte en el punto más alejado del corazón del planeta, ya que el Everest se encuentra a 6.382,605 kilómetros, 1,811 km menos que el volcán.



Gráfico 13 Medición de altura del nevado Chimborazo

Fuente: Instituto Geofísico del Ecuador

El volcán Chimborazo está ubicado 150 km al sur de Quito y con sus 6268 msnm, es el volcán más alto de los Andes del Norte. Está construido sobre la Cordillera Occidental, siendo el volcán más sureño de esta cordillera. Es un volcán compuesto por tres edificios sucesivos.

El edificio Basal, principalmente efusivo, que habría estado activo entre 120 y 60 mil años antes del presente. Su construcción se habría dado en dos etapas, siendo la última la formación de un complejo de domos. Este edificio fue afectado por un gran colapso sectorial ocurrido hace 60-65 mil años, el mismo que produjo una avalancha de escombros cuyo depósito está distribuido sobre la planicie de la ciudad de Riobamba, cubriendo una superficie de 280 km² con un espesor promedio de 40 m y un volumen total estimado entre 10 y 13 km³.

Tras el emplazamiento de esta avalancha, la actividad recomenzó en la zona oriental de la cicatriz de colapso, construyendo progresivamente el edificio Intermedio.

La actividad de éste tuvo lugar entre 60 y 35 ka AP (SAMANIEGO et al., 2012). Los remanentes de este edificio son las cumbres Politécnica y Martínez. Por último, la actividad migró hacia el oeste del edificio iniciando la construcción del edificio más joven cuya cumbre, Whymper, es además la más alta. (VILLACRES, PERALTA, CUADRADO, REVELO, & Abdo, 2008)

5. Hielo

El hielo es el agua congelada; es uno de los tres estados naturales del agua. La forma más fácil de reconocerlo es por su temperatura, y por su color blanco níveo; además es muy frío al tacto. El agua pura se congela a 0 °C cuando se halla sometida a una atmósfera de presión.

El hielo del Chimborazo

Segundo Acón, un poblador de Sanjaspamba, toma su moto para llegar al sitio donde está el ganado. El hombre de 39 años cuenta que antes Sanjaspamba era una gran hacienda que daba hasta el sitio donde empieza el ascenso de la Ruta del Hielo. Con el paso de los años esa extensión de tierras pasó a manos de diferentes dueños.

En sus 38 años de vida ha sido testigo de algunos cambios en el clima y comportamiento del cerro, del Taita Chimborazo a quien lo veneran y lo respetan. “Antes llovía mucho, ahora no, las lluvias son escasas, hay veces que no llueve, está seco y en este último año la gente se desesperó. También hemos visto el deshielo del Chimborazo. Cuando era niño, el Chimborazo estaba blanco, hasta las faldas sabían estar con nieve; pero en estos 30 años ya se ve solo la punta con hielo, abajo casi ya no hay nada”, eso comenta Segundo.

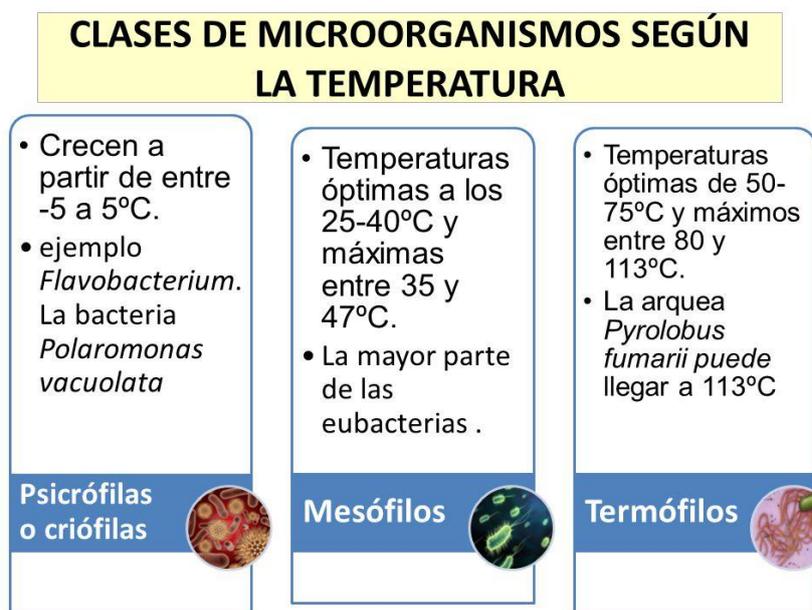
Un fenómeno contemporáneo para los indígenas de estas zonas son los deshielos y con ellos los deslaves. A tan solo diez minutos de su propiedad se encuentra una quebrada que se profundizó hace unos dos meses por un deshielo

Sanjaspamba, es un punto por donde los caminantes de la Ruta del Hielo tienen que pasar. Es una comunidad no muy pequeña, Segundo dice que allí habitan cerca de cien familias. En estos sectores el aporte de las mujeres es elevado, ellas se dedican a la crianza de animales y las labores agrícolas. Los hombres en algunos casos migran a la ciudad de Riobamba a buscar trabajo en la construcción, mientras las féminas se dedican a cultivar la tierra y a responsabilizarse por el alimento de la familia.

La geografía de estas comunidades que están en las faldas del Chimborazo es tan colorida como la cultura misma de los indígenas de la provincia del mismo nombre, que son parte del pueblo Puruhá y se caracteriza por contar con una diversidad de subgrupos como: Cachas, Coltas, Lictos, Guamotis. (MERCURIO D. E., 2016)

5.1.1 Composición microbiológica del hielo del Chimborazo

Grafico 14 Clasificación de bacterias según su temperatura



Fuente: <http://www.cienciahoy.org.ar>

Desde el punto de vista microbiológico podemos acotar que el hielo del nevado Chimborazo no posee bacterias psicrófilas dentro de su estructura física; es decir que es apto para el consumo humano; este concepto está fundamentado en un análisis microbiológico realizado en la ciudad de Riobamba el 13 de julio del año 2016 dando como resultado la carencia absoluta de este tipo de bacterias resistentes a bajas temperaturas, cabe resaltar que en su composición física existe la presencia de tierra, de color transparente y olor inodoro.

Se denomina psicrófilos (palabra compuesta de las griegas [psyjros] ‘frío’, y [filía] ‘afecto’ ‘amor’; es decir ‘amantes del frío’) a los organismos capaces de vivir a temperaturas por debajo de los 5 °C. A veces se los llama criófilos (amantes del hielo). Sus temperaturas mínimas de desarrollo van de -5 a +5 °C, sus temperaturas óptimas de desarrollo se encuentran entre 12 y 15 °C y sus temperaturas de desarrollo máximas son de 15 a 20 °C.

5.1.2 Condiciones atmosféricas y de temperatura del Chimborazo

Cuadro 2 *Temperatura del Nevado Chimborazo*

3 °C / 13 °C		
Mañana	Tarde	Noche
<i>parcialmente nublado</i> 4 °C	<i>ligeramente nublado</i> 13 °C	<i>parcialmente nublado</i> 8 °C

Fuente: Instituto Geofísico del Ecuador

5.1.3 Clima y producción

La provincia de Chimborazo cuenta con varios pisos ecológicos que van desde los altos nevados, los páramos a más de cuatro mil metros de altura, hasta el subtropical de la Isla y Cumandá, pasando por lugares de clima templado como Pallatanga y Huigra. En estos lugares se cultivan como sitio privilegiado productos de la sierra como papa, y de costa como la yuca, camote, plátano, caña de azúcar a más de frejol y el maíz.

De los 3500 a los 4500 metros de altura el clima es frío. La vegetación es escasa y formada por pajonales y pastos naturales que sirven como alimento para venados, llamas y ovejas.

Entre los 2500 y 3500 metros de altura el clima oscila entre los 13° y los 18°C, a diferencia de las altitudes referidas anteriormente donde la temperatura está entre los 0° y los 10°; y es en este clima donde se han establecido la mayor parte de las comunidades indígenas.

Se cultiva entre los 13 y los 18° C, bastante abundancia de cereales, legumbres y hortalizas. Ganado mayor y menor preferencialmente para la venta.

De los metros a los 2500 se da una variada producción de frutas, café a más de los productos antes mencionados. (BOTERO, 1990)

Volumen y densidad del agua al solidificarse

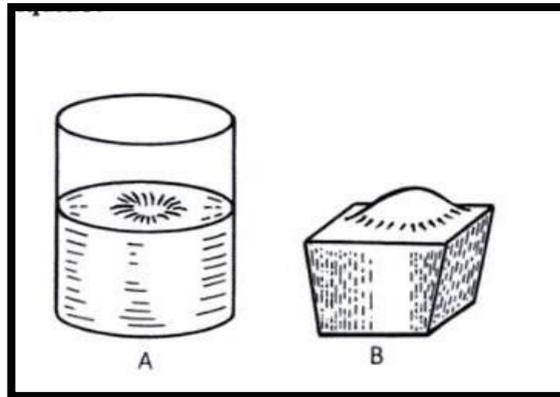


Gráfico 15 Volumen y densidad del agua

Fuente: <http://.books.google.com.ec>

El agua es la excepción más importante a la regla de que una sustancia se contrae cuando cambia de líquido a sólido. El nivel del agua en los pequeños cubos o depósitos para hacer hielo es uniforme y al ponerlos en el congelador; pero al formarse el hielo, cada depósito presenta un abultamiento en el centro como se observa en el gráfico anterior. El volumen ocupado por el hielo es 1.1 veces el del agua antes de hacerse sólido. (CABRERA, 1971, pág. 147)

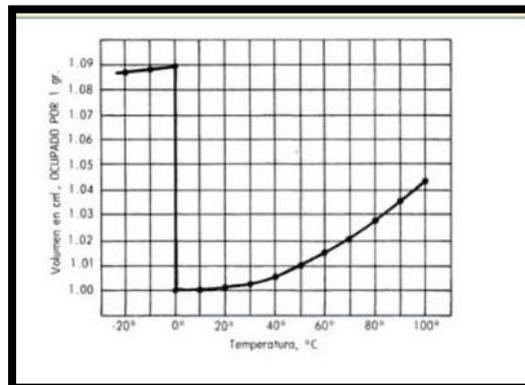


Gráfico 16 Volumen y densidad del agua

Fuente: <http://.books.google.com.ec>

Si el agua no se dilatara ligeramente al enfriarse debajo de los 4°C y se dilatara mucho más al congelarse, el hielo que se forma en la superficie de un lago se hundiría hasta el fondo. Durante el invierno entonces, un lago se convertiría en solido; en el verano solo unos pocos decímetros del hielo superior se fundirían.

Sin embargo, a causa de las propiedades anormales del hielo y el agua, no se forma hielo en la superficie de un lago hasta que el agua se enfría a 4°C. Entonces la superficie se enfría más y se congela a 0°C, quedando el hielo en la superficie por ser de menor densidad que el agua. (CABRERA, 1971)

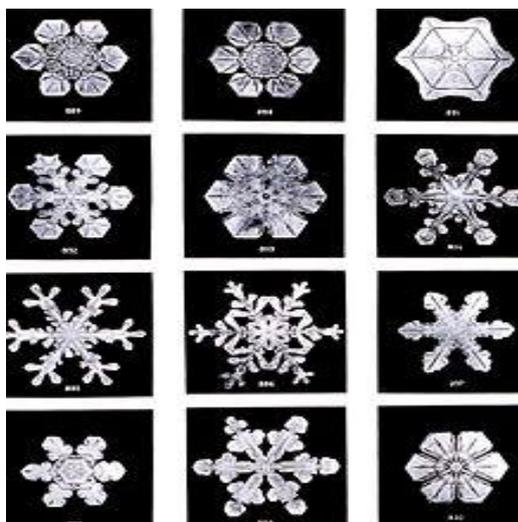


Gráfico 17 Estructura del hielo

Fuente: <http://books.google.com.ec>

El hielo se presenta en 12 estructuras o fases cristalinas diferentes. A las presiones habituales en el medio terrestre (en el entorno de la presión atmosférica), la fase estable suele denotarse como fase I según la terminología de Tamman. Dicha fase I presenta dos variantes relacionadas entre sí: el hielo hexagonal, denotado Ih, y el hielo cúbico, Ic.

El hielo hexagonal es la fase más común, y la mejor conocida: su estructura hexagonal puede verse reflejada en los cristales de hielo, que siempre tienen una base hexagonal. El hielo cúbico Ic se obtiene por deposición de vapor de agua a temperaturas inferiores a $-130\text{ }^{\circ}\text{C}$, por lo que no es tan común; aun así, a unos $-38\text{ }^{\circ}\text{C}$ y 200MPa de presión, situación esperable en los casquetes polares, ambas estructuras están en equilibrio termodinámico.

El hielo Ih presenta una estructura hexagonal en la que cada átomo de oxígeno de una molécula de agua tiene otros cuatro átomos de hidrógeno como sus vecinos más próximos, situados en los vértices de un tetraedro regular cuyo centro es el átomo de oxígeno de interés. (CLAHORRO, 1995, pág. 160)

El hielo como mineral.

En mineralogía es aceptado como mineral válido por la Asociación Mineralógica Internacional, pues es un sólido estable a temperaturas de menos de 0 °C. Se clasifica en el grupo 4 de minerales óxidos al ser un óxido de hidrógeno, normalmente con abundantes impurezas.

5.1.4 Tipos de hielo.

En el hielo, como en la mayoría de los sólidos, las moléculas se acomodan en una formación ordenada. Sin embargo, dependiendo de las condiciones de presión y temperatura, es posible que adopten diferentes formas de ordenarse. A partir de 1900, **GUSTAVE** Tamman y posteriormente en 1912 Percy **BRIDGMAN** hicieron experimentos sobre el hielo aplicándole diferentes presiones y temperaturas, y obtuvieron hielos diferentes con mayores densidades a la normal (posteriormente se encontraron muchos más tipos de hielo).

Todas estas formas de hielo tienen estructuras más compactas (diferentes formas de un elemento existentes en el mismo estado físico), o sea que se forman varias modificaciones alotrópicas o alótropos.

Los tipos de hielo conocidos son los siguientes:

- **Hielo Ih** (Todo el hielo que se forma en la biosfera terrestre es hielo del tipo Ih, a excepción de una pequeña cantidad de hielo Ic. Los cristales de hielo tienen forma hexagonal).
- **Hielo Ic** (baja temperatura, cúbica centrada en las caras, densidad aproximadamente 900 kg/m³).
- **Hielo II** (baja temperatura, ortorrómbica centrado, densidad aproximadamente 1200 kg/m³).
- **Hielo III ó Iii** (baja temperatura, tetragonal, densidad aproximadamente 1100 kg/m³).
- **Hielo V** (alta presión, baja temperatura, monoclinica de base centrada, densidad aproximadamente 1200 kg/m³).
- **Hielo VI** (alta presión, baja temperatura, tetragonal, densidad aproximadamente 1300 kg/m³).
- **Hielo VII** (alta temperatura, alta presión, cúbico sencilla, densidad aproximadamente 1700 kg/m³).

- **Hielo VIII** (alta presión, tetragonal centrada, densidad aproximadamente 1600 kg/m³).
- **Hielo IX** (alta presión, tetragonal, densidad aproximadamente 1200 kg/m³).
- **Hielo XII** (alta presión, baja temperatura, tetragonal, densidad aproximadamente 1300 kg/m³).

6. LA PAJA DEL PÁRAMO ANDINO.



Gráfico 18 Vegetación del Páramo Andino

Fuente: Proyecto de investigaciones en ecosistemas forestales, 2001.

La paja es originaria del planeta tierra, junto a ella crecen otras hermosas especies vegetales herbáceas, frailejones, almohadillas etc.

La paja cubre una gran extensión en los páramos andinos y está considerada el reservorio de agua dulce, el continente americano en toda su región Interandina montañosa tiene gran extensión de páramos andinos en Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile se destaca la presencia de paramos herbáceos, pajonal y de almohadillas.

Ecuador es el país más afortunado, tiene grandes reservas de agua dulce tanto por la variedad de páramos de pajonal y por las selvas montañosas de la costa, sierra y oriente.

La paja del páramo, fuente de vida para el hombre y los animales

Para quien no la conoce, “la paja” es el abrigo y el techo de la vivienda del campesino, bastaba aspergear una sobre otra, capa sobre capa para poder dormir envuelto en la frazada de largo en largo- como el perro o el conejo, acurrucado para despertar al esplendor del nuevo día.

La paja es también un forraje de importantes nutrientes y fibra para los animales que habitan en ella como los venados, conejos y también los domésticos como los caballos, asnos, el ganado, etc.

Cubren inmensas franjas, valles, lomas, planicies de los páramos andinos, son hermosos mantos que se extienden en las faldas de los nevados y montañas, son estanques o diques para recoger el agua dulce. La paja del páramo andino es embalse del eterno cuidado del agua, Ignorada por muchos y recordada por pocos curiosos y turistas cuando ya no exista la paja sentiremos un vacío inmenso, que nadie podrá remediar, la sed no se podrá palear porque ya no habrá agua dulce.

Importancia y usos únicos de la paja del páramo

Dentro de los usos y utilidades más específicas que se le da a la paja del páramo tenemos que la misma ha dado mucho beneficio a la humanidad, quizás igual que la madera. Sino veamos, nuestros antepasados la utilizaban para construir sus viviendas, principalmente en sus techos y todo tipo de cubiertas en las poblaciones que vivían en las partes altas a partir de los 2500m.s.n.m. Además servía como combustible para cocer los alimentos, cubiertas de los establos, construcción de trojes en los cuales se almacenaba los granos sanos sin contaminantes, en un troje o silo de paja la cebada, las habas, las papas increíble pero cierto se guardaba un año porque la paja servía de protección.

El campesino que vivió y vive junto a la paja

Chocitas de paja, camita de paja, combustible de paja, esa era la realidad de miles de campesinos que hoy han cambiado por el techo de hormigón, paredes de ladrillo y cemento, hoy solo es un lujo la paja para los paraderos turísticos y las cabañas de descanso.

El campesino de pies sudorosos por sus faenas fuertes desde las 3 de la mañana, cuidando los animales, pastando las yuntas, preparando los aperos, las herramientas, luego de disfrutar de un hermoso desayuno, su agüita de panela para con la machica hacer un buen chapo, pronto estará labrando y engendrando las semillas en la tierra y así que brote el fruto para alimentar al ser humano, además del tan rescatable y respetable ascenso al nevado Chimborazo para extraer el hielo como es el caso de Baltazar Ushca; quien es el campesino testigo de las mil bondades que ofrece la paja. Es la semilla que no se siembra pues es natural y está allí en los páramos andinos. (CORONEL, 2009)

7. EL ÚLTIMO HIELERO DEL CHIMBORAZO



Gráfico 19 Baltazar Ushca el ultimo hielero del Chimborazo

Fuente: <http://www.elcomercio.com>

Baltasar Ushca, como el coronel Buendía de Cien Años de Soledad, también recuerda cuando su padre lo llevó a conocer el hielo y después de 49 años de arrancarlo del volcán Chimborazo para su sustento cree que nunca desaparecerá.

Sin embargo, su oficio podría ser uno de los más amenazados por el calentamiento de la Tierra. Y más en un país cuya superficie total de glaciares se reduce año tras año. En 1997 alcanzaba los 97,2 km² y hoy cubre 70,1 km², según un estudio de expertos alemanes.

Desde los 15 años, Ushca escala el Chimborazo, uno de los volcanes más altos del mundo, dos veces a la semana, hurgando en sus entrañas gélidas, con pico y pala, como si fueran minas de piedras preciosas, pero sin valor. Arropado en un poncho rojo que le cae hasta las rodillas, corta el hielo en bloques de 20 kg para venderlos por dos dólares y medio en los mercados de Riobamba, una ciudad famosa por los jugos silvestres preparados con la “fruta del Chimborazo”.(UNIVERSO D. e., 2007, pág. 4)

La historia de un oficio



Gráfico 20 El Duro oficio del último hielero.

Fuente: <http://www.elcomercio.com>

El oficio de nuestro hielero tiene raíces en el imperio romano y los pueblos árabes. Y que posteriormente llegó al nuevo mundo o Latinoamérica, bajo el dominio español, como una mita. En Ecuador se instaló en el Cayambe, el Cotacachi y el Chimborazo. En el Indo Kush, en Afganistán, los bloques de hielo se recogían con redes, tras el derretimiento del glaciar. En el Cumbal, en Colombia, el hielo desciende sobre trineos.

El hielo extraído del Chimborazo se comercializaba en Guaranda, Guayaquil, Babahoyo y Riobamba. Su consumo desapareció ante la aparición de las refrigeradoras y el hielo industrial.

Actualmente el amanecer llega con esa frase que Baltasar Ushca pronuncia, “Taita Chimborazo cuida de mi y nada me pasará” mientras ata un becerro a una estaca junto a la acequia que corta su propiedad.(COMERCIO, 2009)

Sombrero que alguna vez fue negro, saco de hilo blanco, pantalón casimir verde, botas de caucho. En silencio, cumple la rutina diaria de amarrar a los animales. Pone sobre el lomo de tres burros algunas prendas de ropa vieja y dobla plásticos. Si otrora los hieleros sacrificaban cuyes negros a los pies del Coloso para que la suerte los acompañara en la ascensión, en esta mañana Baltasar sorbe de la cuchara la sopa de papa y fideo que le dará el vigor para realizar su labor.

Cuando sale para cumplir con su jornada, Baltasar deja atrás a María Lorenza Tenesaca, su mujer, y a Carmen, su hija. Otros nietos, Carlos y Lourdes, lo acompañan hasta el riel de tren que bordea la vivienda. Desde allí, la ruta será en solitario. La población de Cuatro Esquinas recibe al hielero con las paredes pintadas de propaganda electoral.

Los tres burros y el hielero caminan sobre la vía polvorienta y pedregosa, en sentido contrario algunos muchachos uniformados van a la escuela. A los lados se abren los cultivos de cebada, avena y papas. Si en la tierra están grabados los surcos para la siembra, en la cara de Baltasar se dibujan las arrugas de sus 67 años; son pocas, pero son profundas. Documentales, fotografías y reportajes han recorrido el mundo entero con el rostro del hielero, varios han ganado premios.

Baltasar es ajeno a ello; a pesar de que fue invitado a recibir un reconocimiento en Estados Unidos. No realizó el viaje por pedido de su familia. El expedicionario Marco Cruz lo conoce desde la infancia y en sus varias ascensiones al Chimborazo su relación ha crecido. Él guía nuestros pasos tras el hielero, en una ruta que se matiza por el cambio de la vegetación y el colorido del paisaje. De la tierra negra y el pasto verde, hasta la nieve blanca y la roja chquiragua.

En el trayecto de Baltasar, un momento de magia y pausa es necesario. Parece que el universo se detiene para ver cómo la mano áspera del hielero toma la hoz, corta un montón de paja y, después de sacudirla, con una técnica muy vieja tuerce la yerba hasta convertirla en sogas artesanales. Luego todo recobra movimiento, el viento, el agua, el gavián que vuela en círculos y los asnos que siguen su camino hasta la 'RazuSurcuna' (la mina de hielo).

Es un camino de niebla y rocas volcánicas, silencioso. Solo algunos rótulos de tabla rompen el equilibrio, en ellos se señala la distancia faltante para ver al hielero en acción. Un intento fatuo para folclorizar el oficio, para convertir al hombre en un atractivo turístico. Sobre los 4 800 metros, se devela una morrena del glaciar Carlos Pinto. Baltasar toma pico, vara y azadón y empieza a cortar este hielo que lleva aquí centenares de años. (COMERCIO, 2009, pág. 5)

Cuando el bloque se desprende, las nubes dejan ver la cara del Chimborazo, como un viejo venerable que mira tras la ventana. El tiempo en esta altura no se mide con reloj, sino a través de las gotas de agua que se desprenden del hielo.

El sonido del segundero se suplanta por el golpe del hacha, el jadeo del hielero y el latido del corazón que se acompañan en el unísono.

Baltasar habla un castellano incipiente, pero José, quien trabajara como albañil en la capital antes de volver a su terruño para guiar a turistas hasta el nevado, traduce sus pocas palabras: “Juan Ushca se llamaba mi padre, era un ‘cabeza blanca’, un albino, hijo del taita Chimborazo. Con él aprendí a extraer el hielo, a cargarlo, a amarlo desde los 15 años, cuando acepté esta enseñanza como única herencia”. Resopla, chupa hielo. El frío es intenso, pero se dobla las mangas de su deshilachado saco.(COMERCIO, 2009, pág. 5)

Eran días cuando la ruta era atravesada por cinco o seis grupos, los hieleros bajaban maldiciendo e insultando al viento para que no les coja el mal aire. Ahora Baltasar camina en soledad y silencio, observando que los burros no se precipiten por la pendiente rocosa.

Sin embargo, siente temor ante las voces que escucha expandirse por la montaña, entre el balido de las vicuñas. Cuenta que cierta vez, mientras descendía con el cargamento, se encontró con una persona sombría. “¿Adónde vas?”, le preguntó Ushca. “A conocer a los hieleros”, fue la respuesta que obtuvo y el extraño desapareció tras la neblina.

Para evitar sustos, cuando Baltasar se aleja de la mina de hielo, le pide al gran y viejo Chimborazo que no se enoje, que le proteja ante las desgracias y el cansancio, que le deje volver. Porque sabe que es el único en subir a las barbas de su abuelo y que no tiene otra fuente de trabajo, además de esa. Por eso reza: “Taita Chimborazo. Dios se lo pague”.

Todo ello constituye una cuestión de sincretismo religioso, donde el hielo sagrado, permite una comunión con el cuerpo de la montaña. Un aspecto que se mantiene como parte de una memoria colectiva ancestral, pero que Baltasar hace casi mecánicamente, dos días por semana, jueves y viernes.(COMERCIO, 2009)

8. PROPUESTA DE FACTIBILIDAD EN UN PROYECTO

8.1.1 Estudio de factibilidad de un proyecto

“El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otro que se requieran” (Tania, 2008)

8.1.2 ¿A qué nos lleva el Estudio de Factibilidad de un Proyecto?

Según Juan José Miranda Mirada en su libro “Gestión de Proyectos: Identificación-Formulación-Evaluación Financiera-Económica-Social-Ambiental” cuarta edición, nos dice que:

El estudio de factibilidad nos puede conducir a los siguientes puntos:

- Identificación plena del proyecto a través de los estudios de mercado, tamaño, localización, y tecnología apropiada.
- Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto.
- Estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, lo mismo que los costos de operación y el cálculo de ingresos.
- Identificación plena de fuentes de financiación y regulación de compromisos de participación en el proyecto.
- Definición de términos de contratación y pliegos de licitación de obras para adquisición de equipos.
- Sometimiento del proyecto si es necesario a las respectivas autoridades de planeación.
- Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental, que permita allegar argumentos para la decisión de realización del proyecto.

9. ETAPAS DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Estudio De Mercado

Se puede resumir que consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización (GEOFREY, 2003)

Describe el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor (PHILLIP, Paul, & THOMAS, 2004).

Estudio Técnico

Describe la unidad productiva comprendiendo dos conjuntos de elementos: un grupo básico que reúne los resultados relativos del tamaño del proyecto, su proceso de producción y el calendario de realización del proyecto.

Analiza la inversión del proyecto, el tamaño de la planta y su capacidad de producción cuando se trata de proyectos de emprendimiento como el nuestro.

Estudio Administrativo Legal.

Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a operar la unidad empresarial como paso previo a la definición del tipo empresa que se va a constituir, la determinación de la estructura organizacional más adecuada, aspectos de contratación de personal a las características y necesidades del proyecto y la descripción de los sistemas, procedimientos y reglamentos que orienta y regulan las actividades para operación.

Estudio Ambiental

En la formulación del proyecto es un proceso doble. Por un lado, elabora un análisis encaminado a predecir las alteraciones que un proyecto o actividades puede producir en la salud humana en el medio ambiente. Y, por el otro, establece el procedimiento y los criterios para la aprobación, modificación o rechazo de una actividad o proyecto (IICA, 1996).

Estudio Financiero

Es el proceso en el desarrollo de un plan de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado.

Antes de poner en marcha cualquier tipo de negocio, se debe conocer la rentabilidad del mismo, esto se identifica en el estudio económico, procesada en los estudios anteriores y determina cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

IV. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.

Agua.- Sustancia líquida sin olor, color ni sabor que se encuentra en la naturaleza en estado más o menos puro formando ríos, lagos y mares, ocupa las tres cuartas partes del planeta Tierra y forma parte de los seres vivos; está constituida por hidrógeno y oxígeno (H₂ O).

Bebida.- Es cualquier líquido que se ingiere y aunque la bebida por excelencia es el agua, el término se refiere por antonomasia a las bebidas alcohólicas y las bebidas gaseosas. Las infusiones también son un ejemplo de uso masivo de bebidas.

Carbohidratos: los carbohidratos son conocidos también como hidratos de carbono son compuestos bioquímicos formados por carbono, hidrogeno y oxígeno. Proveen energía al cuerpo.(BLANDÓN, 1983)

Empresa: Es un agente que organiza con eficiencia los factores económicos para producir bienes y servicios para el mercado con el ánimo de alcanzar ciertos objetivos.

Entendiendo por eficiencia la capacidad o cualidad de un agente para lograr el cumplimiento de un objetivo, minimizando el empleo de recursos. (AGUER HORTALI & PPEREZ GOROSTEGUI, 1997)

Frutas: En botánica, el fruto es el órgano procedente de la flor, o de partes de ella, que contiene a las semillas hasta que estas maduran y luego contribuye a diseminarlas.

Jugo Rompenucas: Jugos de frutas naturales, enfriadas con hielo del Chimborazo porque al primer sorbo, con lo helado que está, (a una temperatura de menos dos grados) la primera reacción en el cuerpo humano, dicen, es un dolor de nuca. (UNICEF, 2012)

Hielo: Es uno de los tres estados naturales del agua. La forma más fácil de reconocerlo es por su temperatura, y por su color blanco níveo; además es muy frío al tacto. (UNIVERSO E. , 2007)

Luteína: La luteína es el carotenoide más abundante en los vegetales de hoja verde, como en la col crespa (rizada) y las espinacas, entre otros. El ser humano no puede sintetizar luteína, y por este motivo debemos aportarla con la ingesta de alimentos fuente: vegetales, huevos y suplementos dietéticos. (Borrás & Alexandra, 2002)

Mita.- Rasgos particulares que la colocan en situación fronteriza entre la esclavitud y la servidumbre, tiene la institución de la mita que fue substituyendo a la encomienda.

Proteína: las proteínas son constituyentes indispensables y normales de las células vivientes. Son consideradas como las más importantes de los tejidos vegetales y animales. (BLANDÓN, 1983)

Tablas.-La palabra con la que designamos a ese aperitivo, tapa, tiene un origen aún más práctico: se trata de un andalucismo cuyo sentido hacía alusión a una loncha de embutido que se colocaba sobre la copa de vino para poder “tapar”. (COCINOVA, 2012)

Tradicional.- Se utiliza cómo adjetivo a ser aplicado a todo aquello que tenga que ver con la o las tradiciones de un pueblo, comunidad o sociedad, son por lo general traspasadas de generación en generación como parte del legado de los antepasados y pueden incluir todo tipo de valores, costumbres, formas de pensamiento, creencias y prácticas. (UNIVERSO E. , 2007)

Tubérculos Andinos.- Los tubérculos y raíces, a pesar de ser una excelente opción para la agroindustria y la industria farmacéutica, no han sido capaces de mantenerse en el mercado, en muchos casos, ni siquiera para el consumo local. (ESPINOSA y CRISSMAN, 1997), (BARRERA et al., 1999), (VALVERDE et al., 1999).

V. DESARROLLO DEL PROYECTO

Podemos decir emprendedor a aquella persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios en concreto y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenzarla y más luego llevarla a buen puerto. Generalmente, este término, se aplica para designar a las personas que de la nada, solamente, con el capital axiológico y de la idea, logran crear o fundar una empresa o ayudan a otro a realizarlo.

En lo que respecta a poseer un espíritu emprendedor se puede dar una definición elocuente como la siguiente: es la capacidad para tomar los factores de la producción -tierra, trabajo y capital- y usarlos para producir bienes o servicios nuevos. Algunos emprendedores usan información, al alcance de todos, para producir algo nuevo. Básicamente, el emprendedor detecta una necesidad y, después, reúne la mano de obra, los materiales y el capital que se necesita para satisfacer esa necesidad. En esencia, un emprendedor crea una organización como medio para ofrecer algo nuevo a los clientes, empleados u otros grupos de interés.

Con el paso del tiempo todas las situaciones van cambiando, y con ello también las personas, porque evolucionan, se capacitan para desempeñar funciones específicas dentro de una organización ya establecida y no así para manejar su propia empresa, es más cómodo hacer lo que se sabe solo para cumplir con una meta establecida por las diferentes jerarquías si fuera el caso de ser empleado.

El espíritu emprendedor, es aquel que permite que las personas tengan deseos de superación, busquen el cambio y mejorar así su calidad de vida, basta con tan solo poseer una idea pero eso sí no descansar hasta lograr su implementación sin importar el tiempo que se deba invertir para conseguirlo.

Los emprendedores son líderes, su vida está llena de decisiones laborales, personales, sociales y hasta integrales lo cual demanda mucha investigación y constante preparación, un verdadero emprendedor platica o escucha a la gente exitosa y es ahí cuando se da cuenta cuales fueron los hábitos que los han llevado al éxito.

Otro factor fundamental de los emprendedores que es que son madrugadores, entonces comienzan temprano en la mañana sus tareas sin dejar ninguna de sus responsabilidades en el aire; con esto se puede definir a un emprendedor como una persona integral que envuelva en todo momento aspectos de ética, moral y responsabilidad.

Existen un sinnúmero de razones por las cuales una persona sin diferenciar edad, género o nivel de educación deciden iniciar, crear o mejorar algún producto o servicio, es el punto de partida la situación económica de cada persona lo que les impulsa a hacerse un emprendedor y luchar día a día a lograr su objetivo, meta o sueño dando como resultado productos y servicios únicos y de calidad.

Un proyecto puede ser un pensamiento, una idea, una intención o propósito de realizar algo y también puede ser algo más concreto, como un documento con indicaciones para realizar algo. Puede tratarse de un primer boceto o esquema de cualquier tipo que se realiza como paso previo antes de adoptar una forma definitiva.

Los mismos surgen de las necesidades individuales y colectivas de las personas. Son las personas las que importan, son sus necesidades las que deben ser satisfechas a través de una adecuada asignación de recursos, teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política en la que el proyecto pretende desarrollarse.

Ser una persona exitosa demanda mucha responsabilidad, y más aún cuando quieres empezar un proyecto. Hay que tener varias ideas que nos pueden funcionar como base en nuestro desarrollo intelectual, administrativo y cultural, donde nos prepara el concepto para escalar otro escalón en la gran escalera de la vida. Hace falta hacer mucha investigación, estudiar mucho y tener muchos conocimientos que nos avalen al momento de presentar nuestro negocio a las empresas más grandes de una ciudad, de un país.

En mi conceptualización puedo decir que los emprendedores constituyen una parte fundamental del desarrollo de las empresas y como tal, su aporte es clave para el crecimiento de la sociedad como un todo.

En aquellas situaciones en las cuales la mayoría de las personas las identifica como un problema, el Emprendedor identifica oportunidades y como tal las aprovecha hasta alcanzar el beneficio personal y de la sociedad como un todo, los emprendedores son un elemento necesario para el desarrollo económico de una nación.

VI. FASES DEL PROYECTO EMPRESARIAL

A. Lluvia de ideas para identificar productos/bienes o servicios

Cuadro 3 *Lluvia de ideas del emprendimiento*

CRITERIO O IDEA	CARACTERÍSTICA	PROBLEMA O NECESIDAD QUE SATISFACE
Bebidas Tradicionales	Conjunto de bebidas típicas y tradicionales, usando como materia prima el hielo del nevado Chimborazo.	Conocimiento y rescate del consumo de estos productos ancestrales. Que se han ido perdiendo con el paso de las generaciones.
Mousse de chochos	Postre cremoso a base de chochos	Ofertar al mercado de la ciudad un postre con alto nivel nutricional.
Galletas de Quinoa	Bocaditos nutritivos crocantes a base de harina desecada de quinoa.	Ideas nuevas de presentación de quinoa de una manera más divertida de consumo.

B. Selección de ideas

Cuadro 4 *Selección De Ideas*

criterio/ Idea	Nivel Innovación	Mercado Potencial	Conocimiento Técnico	Requerimiento Del Capital	Tendencia Nacional	Total
Bebidas tradicionales	5	4	3	4	4	20
Mousse de chocho	3	4	3	2	2	14
Galletas de Quinoa	3	4	3	3	2	15

C. EVALUACIÓN DE LAS IDEAS

Cuadro 5 Evaluación de Ideas

Criterio/Idea	Barreras De Entrada	Disponibilidad De La Materia Prima	Costo Del Producto	Total
Bebidas Tradicionales	4	5	4	12
Mousse De Chochos	3	5	3	11
Galletas de Quinoa	3	5	3	11

D. JUSTIFICACIÓN

El proyecto de emprendimiento que a continuación se describe tiene como finalidad primordial la creación de un establecimiento de bebidas frías sin alcohol en la ciudad de Riobamba, capital de la provincia que lleva el nombre de su majestuoso nevado; el mismo que nos brinda sus bondades y la materia prima fundamental para la elaboración de estas bebidas muy tradicionales.

La ciudadanía riobambeña en general necesita de una empresa que tenga como idea primordial rescatar el conocimiento y consumo de productos de carácter autóctono en su variedad de bebidas tradicionales y típicas que tiene como elemento principal el hielo del volcán Chimborazo y así obtener sus múltiples beneficios en el ámbito de salud, cultura y tradición además de su economía.

E. Descripción de la empresa

1. Tipo de empresa

La naturaleza de PIMBA “Sabor y alegría” es industrial ya que somete al producto a una transformación cuidando técnicas y procedimientos para el buen aprovechamiento de los nutrientes de toda su materia prima desde la cosecha hasta el servicio.

De servicio porque nuestra idea de negocio satisface diferentes necesidades, requiere de un personal capacitado ya que estará en contacto con el cliente haciéndolos sentir parte fundamental del establecimiento de bebidas.

Se convierte en comercial al cumplir con las características requeridas para el consumo humano, de tal manera que se puede comercializar los productos que se ofrecen ayudando de esta manera a la nutrición y buena alimentación de la ciudadanía.

2. Misión

PIMBA ofrece a su distinguida clientela bebidas tradicionales del cantón Riobamba con un producto exquisito, nutritivo, y de la más alta calidad al mercado en general utilizando talento humano calificado, recursos, equipos y maquinaria de punta, superando así la expectativa y los paladares de los clientes más exigentes.

3. Visión

PIMBA pretende ser el establecimiento pionero en la elaboración de bebidas típicas y tradicionales del cantón Riobamba, cuidando al máximo sus productos con presentaciones únicas, elaborados con maquinaria de punta superando así la expectativa y los paladares de los clientes más exigentes en los próximos 5 años.

4. Objetivos

- Crear un establecimiento de bebidas que ofrece una amplia gama de bebidas típicas de calidad cuidando la presentación e inocuidad en todos sus procesos.
- Rescatar la cultura gastronomía típica del cantón Riobamba por medio de sus bebidas tradicionales cuidando de la calidad y basados en el servicio de óptima calidad hacia nuestros clientes.
- Incentivar al consumo de bebidas naturales sin ningún tipo de químico que atente a la salud y a la soberanía alimentaria del cantón Riobamba

5. Políticas

- Respetar en todo proceso las buenas prácticas de manufactura.
- Usar materia prima de calidad.
- Trato justo y esmerado a sus colaboradores.

6. Estrategias

- Realizar buenas prácticas de manufactura
- Aplicar las normas de BPM
- Usar adecuadamente las técnicas y métodos de elaboración.
- Realizar productos de calidad haciendo uso de las normas de sanización e inocuidad.
- Usar materia prima de calidad
- Seleccionar proveedores
- Verificar la materia prima al ingresar a la bodega.
- Aplicar técnicas y métodos adecuados según el producto a utilizar.
- Trato justo y esmerado a sus colaboradores
- Realizar el proceso de reclutamiento, selección e inducción.
- Incentivos a los colaboradores.
- Capacitación cada 2 meses a los colaboradores

7. Valores y principios

Valores de trabajo

- Disciplina
- Liderazgo efectivo
- Puntualidad
- Responsabilidad
- Compromiso

Valores axiológicos

- Honesto
- Leal
- Colaborador
- Ético

F. Distingos y ventajas competitivas

1. Distingos competitivos

El establecimiento contara con un número adecuado de imágenes de nuestro volcán nevado: el Majestuoso Chimborazo, además de imágenes del último Hielero que es la persona a la cual vamos a rendir un homenaje justo al adecuar el lugar con paja extraída del páramo andino y brindando así un extra al lugar con un tema novedoso y atractivo.

Se organizara diferentes eventos como música en vivo para que de esta manera los clientes tengas una nueva opción a la hora de disfrutar y tener un rato ameno junto a sus familiares o amigos.

A diario se obsequiara caramelos, bocaditos dulces realizados con los productos de la nuestro maravilloso país.

2. Ventajas competitivas

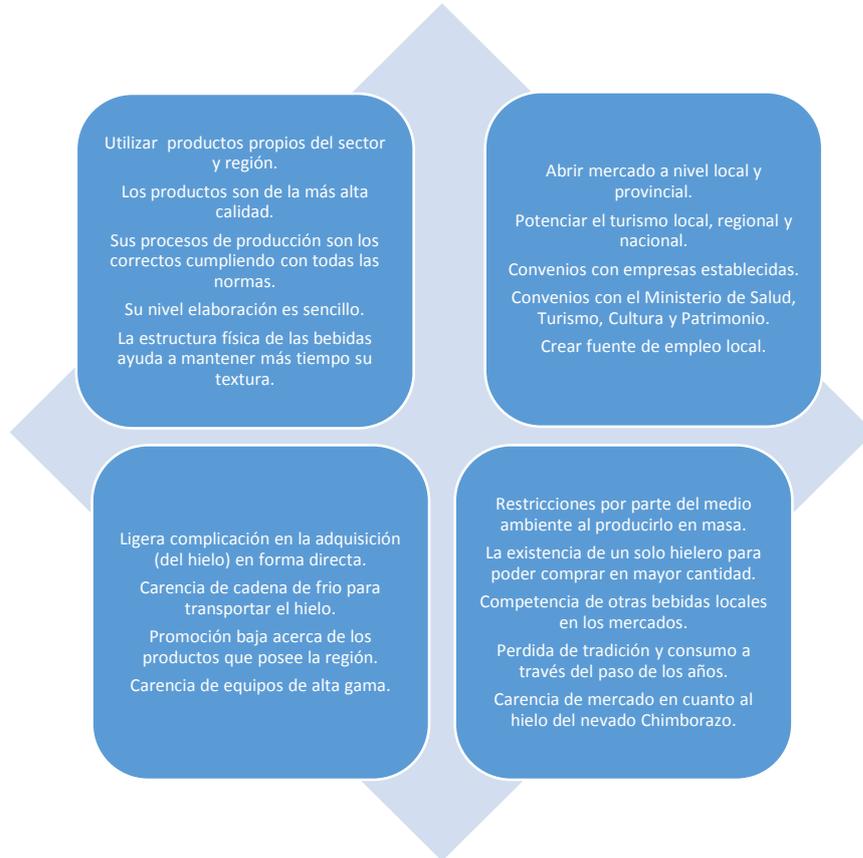
El establecimiento de bebidas tradicionales brindará sus servicios de bebidas desde un enfoque sano y nutricional que aportara a la salud de toda la ciudadanía que guste serviré de ella; ya que en la actualidad es muy común encontrar bebidas carbonatadas gasificadas en todos los establecimientos de alimentos y bebidas; lo cual conllevara a la población a sufrir de ulceras gástricas, hasta el mismo cáncer.

G. Análisis del contexto FODA

Cuadro 6 Análisis contextual

FORTALEZAS

OPORTUNIDADES



DEBILIDADES

AMENAZAS

VII. METODOLOGÍA

La metodología aplicada en el presente estudio es de tipo descriptiva ya que permitió conocer las características sociales, económicas, ambientales, culturales y de consumo de bebidas naturales en la parroquia Lizarzaburu; fundamentada en registros cualitativos y cuantitativos correctamente analizados, interpretados y sustentados en fuentes fidedignas; mismas que se apoyaron en técnicas de investigación experimental y de campo.

UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA O GRUPOS DE ESTUDIO

1. Universo

Dentro de una investigación es importante conocer cuál es la población y si de esta se ha tomado una muestra, cuando se trata de seres vivos la población está determinada por sus características definitorias por lo tanto el conjunto de elementos que posea esta característica se le llama universo.

Una población o universo es el conjunto de todas las cosas que concuerdan con una serie determinada de especificaciones. Un censo, por ejemplo, es el recuento de una población de todos sus elementos (Victorio, 2012).

Para el cálculo de la población de este emprendimiento se determinó que la muestra es de 14.135 personas que pertenecen a un rango de edad entre (20 – 64) años sin distinción de género; además de 5.796 personas que se encuentran en un rango de edad entre (10 - 19) años de igual forma en lo que a género se refiere, los mismos que suman un total de 19.931 habitantes de la parroquia Lizarzaburu; mismos que corresponden al 8,82% del total de la población del cantón Riobamba.

2. Población

Se determinó que la población para la muestra es 19.931 habitantes de la parroquia Lizarzaburu; la misma que fue segmentada en dos rangos antes citados y fundamentados según el datos reales del INEC en el año 2016.

3. Muestra

Una muestra es un conjunto de unidades; es un sentido amplio, no es más que eso, una parte del todo que se le llama universo o población y que sirve para representarlo cuando se

investiga un experimento se trata de obtener conclusiones generales acerca de una población determinada. Para el estudio de ese grupo tomara un sector al que se conoce como muestra.

La muestra a determinarse en el presente emprendimiento se realizó aplicando la siguiente formula

n= Tamaño de la muestra.

N= Total de la población 19.931 personas; segmentados en un rango de (10 - 19) años, quienes suman 5.796 personas y 14.135 personas que pertenecen a un rango de edad entre (20 – 64) años de la parroquia Lizarzaburu.

O= Desviación estándar de la población, que al no tener su valor se usa un 0,5.

z = Valor mediante niveles de confianza. En este caso se utilizará el 80% que equivale al 1,80.

e = Límite aceptable de error. Se utilizará el 9% que equivale al 0,09

$$n = \frac{N * o^2 * z^2}{(N - 1)e^2 + o^2 * z^2}$$

$$n = \frac{19.931 * 0.25 * 3,24}{(19.931 - 1)(0.0081) + (0,25)(3,24)}$$

$$n = \frac{19.931(0.81)}{(19.930)(0.0081) + (0.81)}$$

$$n = \frac{16144.11}{(161.433) + (0.81)}$$

$$n = \frac{16144.11}{162.243}$$

$$n = 100$$

A. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

En lo que se refiere a las técnicas de recolección de información se utilizara la:

Encuesta.- Este instrumento nos servirá para recolectar la información estrictamente necesaria acerca de las necesidades de los futuros clientes para asegurar el éxito del presente estudio.

Examen microbiológico.- Este análisis servirá para saber si el producto base de la materia prima como es el hielo del nevado Chimborazo está libre de residuos o bacterias y por ende determinar si es apto para el consumo humano.

B. FUENTES DE INFORMACIÓN

Fuentes primarias.- Como fuente primaria se utilizó los datos obtenidos de la encuesta.

Fuentes secundarias.- La fuente secundaria fue el INEC.

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

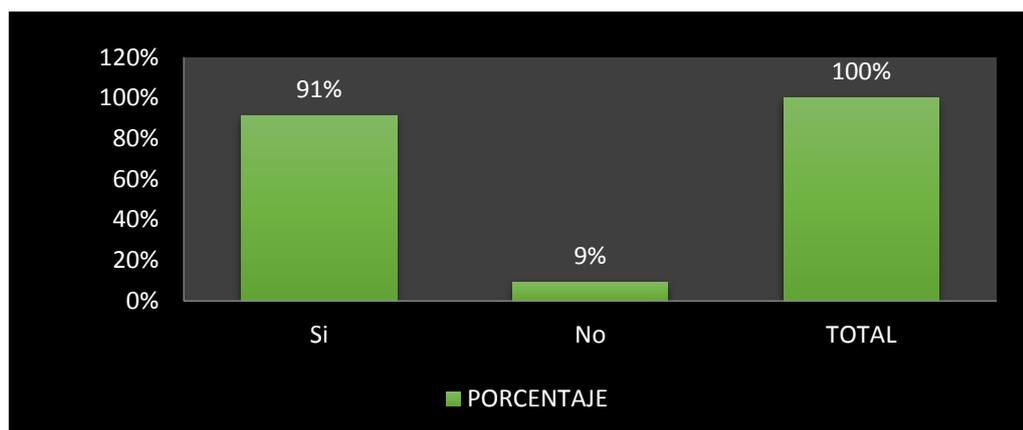
PREGUNTA N°1 ¿Piensa usted que sería factible la implementación de un establecimiento dedicado a la producción de bebidas típicas de la ciudad de Riobamba?

Tabla1 Aceptabilidad de un establecimiento de bebidas típicas en la ciudad de Riobamba.

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	91	91%
No	9	9%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 21 Aceptabilidad de un establecimiento de bebidas típicas en ciudad de Riobamba.



Análisis Descriptivo Interpretativo.

Luego de haber efectuado la encuesta en la ciudad de Riobamba a un total de 100 personas se obtuvo como resultado que al 91% de los encuestados les gustaría que exista un establecimiento de bebidas típicas para poder degustarlas con total tranquilidad.

PREGUNTA N° 2 ¿Ha consumido usted bebidas naturales en otros establecimientos que ofrezcan este tipo de bebidas en la ciudad de Riobamba?

Tabla 2 Consumo de bebidas naturales en otros establecimientos en Riobamba.

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	87	87%
No	13	13%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

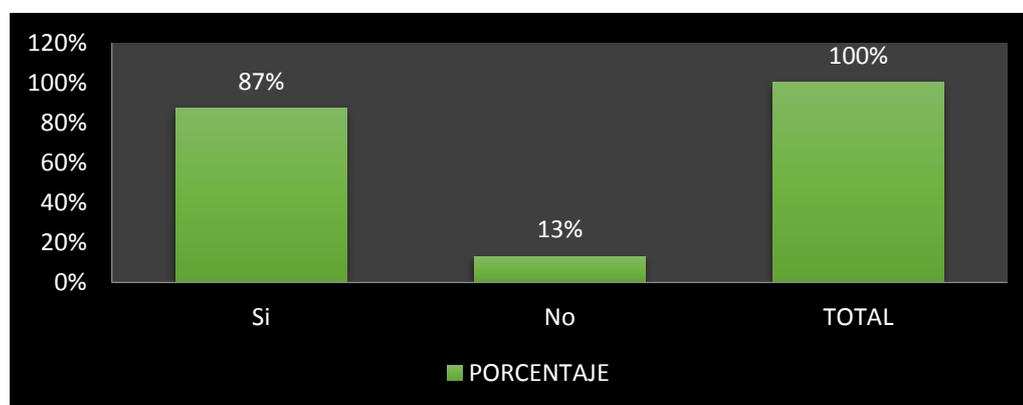


Gráfico 22 Consumo de bebidas en otros establecimientos

Análisis Descriptivo Interpretativo.

Del total de la población encuestada, se pudo observar que un porcentaje muy alto de personas que han consumido bebidas en lugares afines, mientras que el grupo menor en la población que es el 13 % restante manifestaron que no lo han hecho.

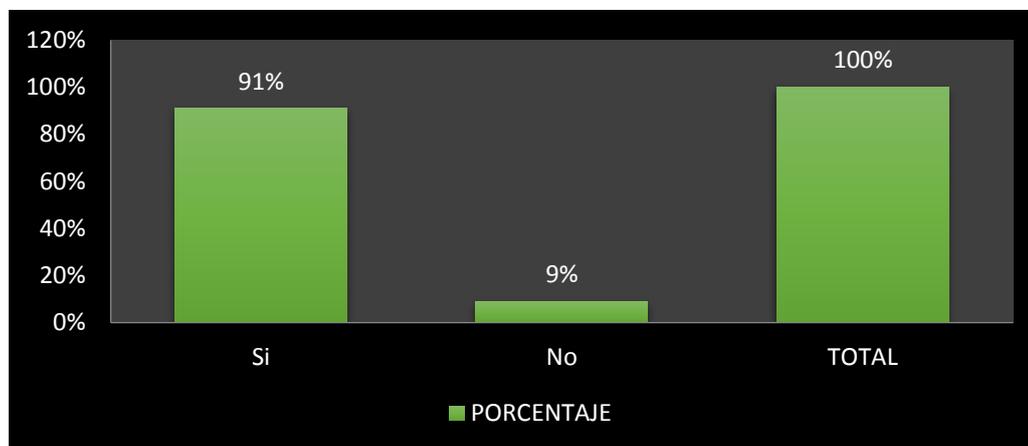
PREGUNTA N° 3 ¿Usted está satisfecho con los productos y servicios ofrecidos en los lugares mencionados anteriormente?

Tabla 3 Aceptabilidad de consumo en establecimientos similares.

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	91	91%
No	9	9%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 23 Aceptabilidad de consumo en establecimientos similares



Análisis Descriptivo Interpretativo.

Al haber encuestado a 100 personas; el 91% de las personas encuestadas manifestaron que están dispuestos a consumir en estos establecimientos de bebidas típicas, mientras que el 9% dijo que no estaría de acuerdo a consumirlas en establecimientos de esta categoría.

PREGUNTA N°4 ¿Usted estaría dispuesto a consumir en un bar de bebidas típicas y tradicionales en la ciudad de Riobamba con los siguientes valores?

Tabla 4 Costo promedio de un plato o bebida típica

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
3,00	21	21%
3,50	11	11%
4,00	26	26%
5,00	42	42%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

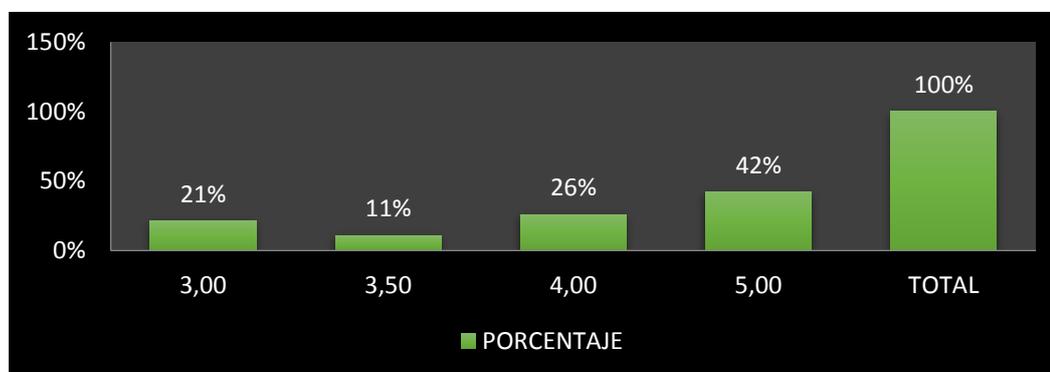


Gráfico 24 Costo promedio de un plato o bebida típica

Análisis Descriptivo Interpretativo.

De un total de 100 personas encuestadas se determinó que el 42% podrían pagar \$5 por un plato fuerte o bebida típico y tradicional de Riobamba y 11% pagarían \$3,50, mientras que 21 personas siendo un grupo aun mediano en lo que a la población se refiere, mientras tanto que 26 personas pagarían \$3 por un producto de este establecimiento de bebidas.

PREGUNTA N° 5 ¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a gastar semanalmente en un establecimiento de bebidas típicas y tradicionales?

Tabla 5 Promedio de gasto en un bar de bebidas típicas

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
30,00	66	66%
40,00	22	22%
50,00	7	7%
60,00	5	5%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta



Gráfico 25 Promedio de gasto en un bar de bebidas típicas

Análisis Descriptivo- Interpretativo.

Al finalizar con las encuestas en la ciudad de Riobamba a un total de 100 personas se determino que a 66 personas estarían dispuestas a gastar \$30, mientras tanto a 22 personas les gustaría pagar \$40 semanalmente en un restaurante que ofrezca comida típica, 7 personas gastarían \$50 semanalmente y 5 personas están dispuestas a gastar \$60 dólares semanalmente en un bar de bebidas típicas en la ciudad de Riobamba.

PREGUNTA N° 6 ¿Con qué frecuencia visita los establecimientos de bebidas en Riobamba?

Tabla 6 Frecuencia de visita a bares de bebidas en la ciudad de Riobamba

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Una vez por semana	28	28%
Dos veces por semana	58	58%
Tres veces por semana	8	8%
Tres veces o más por semana	6	6%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

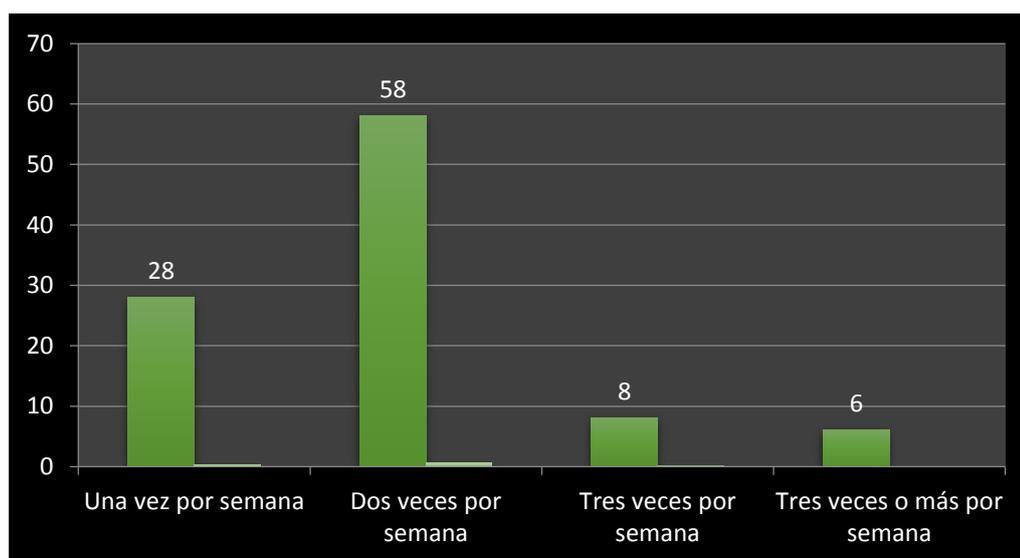


Gráfico 26 Frecuencia de visita a bares de bebidas en la ciudad de Riobamba

Análisis Descriptivo- Interpretativo.

Al aplicar la encuesta a 100 personas acerca del número de veces que visitan semanalmente a establecimientos de bebidas tradicionales se observó que un 58% visitan 2 veces a la semana, 28% respondieron que asisten 1 vez a la semana, 8% supo manifestar que visitan un bar de bebidas típicas 3 veces a la semana.

PREGUNTA N°7 ¿Le gustaría que se brinde un servicio a domicilio en este establecimiento?

Tabla 7 Aceptabilidad de la implementación de servicio a domicilio en el bar

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	68	68%
No	32	32%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

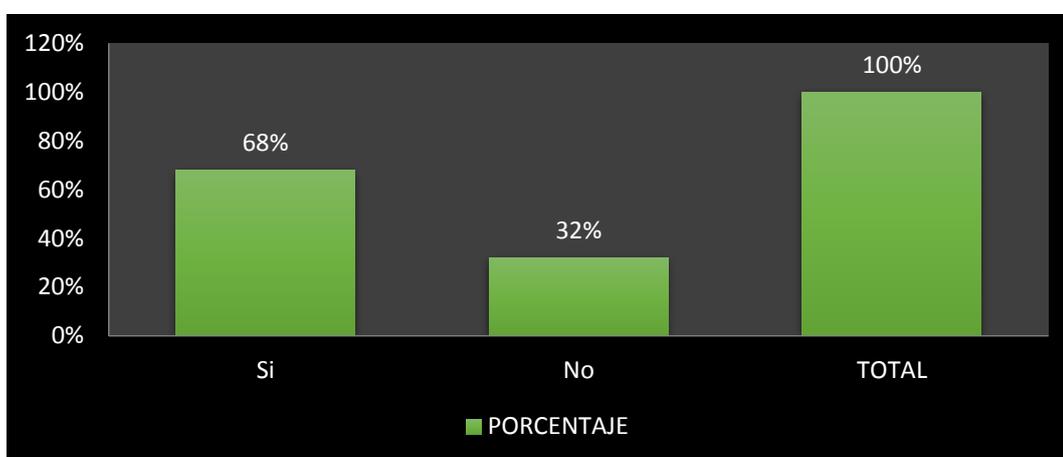


Gráfico 27 Aceptabilidad de la implementación de servicio a domicilio en el restaurante

Análisis Descriptivo- Interpretativo.

Para conocer la respuesta del servicio a domicilio le, se determinó que el 68% de personas les gustaría que se lo implemente, mientras que el 32% manifestó que no le gustaría que se implemente el servicio a domicilio, la mayoría al recomienda implementar el servicio a domicilio para facilitar el servicio.

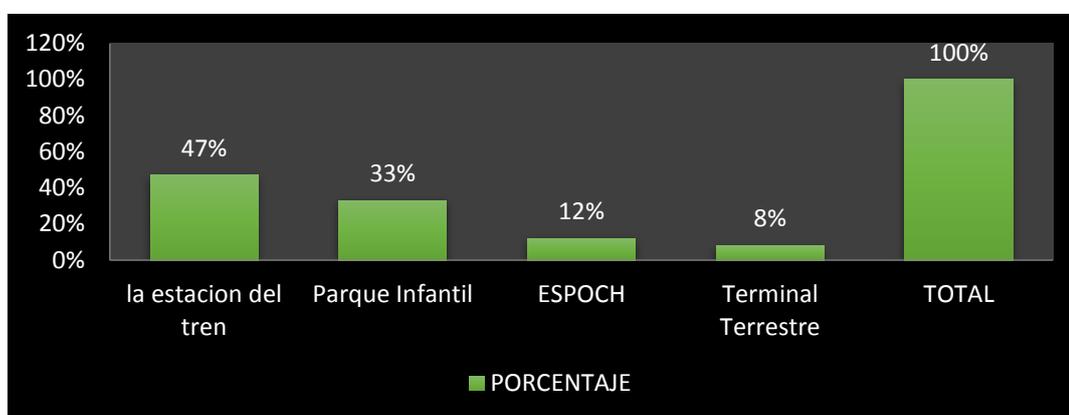
PREGUNTA N° 8 ¿En qué lugar le gustaría que se encuentre el establecimiento de bebidas?

Tabla 8 Dirección del bar

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
La estación del tren	47	47%
Parque Infantil	33	33%
ESPOCH	12	12%
Terminal Terrestre	8	8%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

Gráfico 28 Dirección del bar



Análisis Descriptivo - Interpretativo.

Acerca del establecimiento y su ubicación esta pregunta arrojó los siguientes resultados; 47 personas manifestaron que el lugar idóneo para crear el establecimiento de bebidas típicas sería la estación del ferrocarril, mientras que a 33 personas prefieren que el bar se encuentre en el parque Guayaquil y 12 personas les gustaría que el restaurante este en ESPOCH.

PREGUNTA N° 9 ¿Le gustaría que el establecimiento cuente con un tema andino en su decoración?

Tabla 9 Aceptabilidad de decoración con tema andino

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	63	63%
No	37	37%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

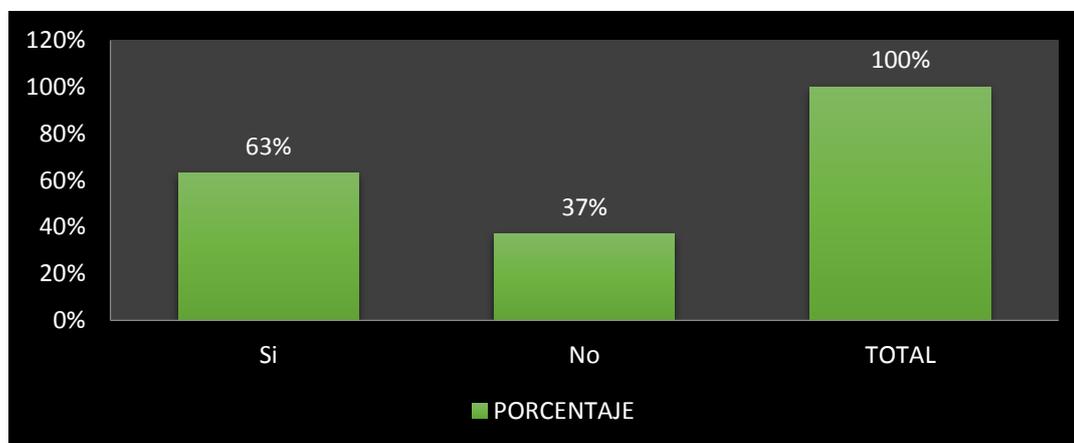


Gráfico 29 Aceptabilidad de decoración con tema andino

Análisis Descriptivo- Interpretativo.

Luego haber aplicado la encuesta y su enfoque sobre el tema andino en su decoración se pudo determinar que un porcentaje muy superior a la mitad les agradaría mucho y la población restante manifestó que no le gustaría que el bar tenga ese tipo de decoración; lo cual nos lleva a concluir que es fundamental la parte visual del establecimiento.

PREGUNTA N° 10 ¿En qué medios de comunicación le gustaría que se realice la publicidad del establecimiento?

Tabla 10 *Medios de comunicación para la publicidad*

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Radio	3	3%
Redes sociales	74	74%
Televisión	0	0%
Prensa escrita	23	23%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

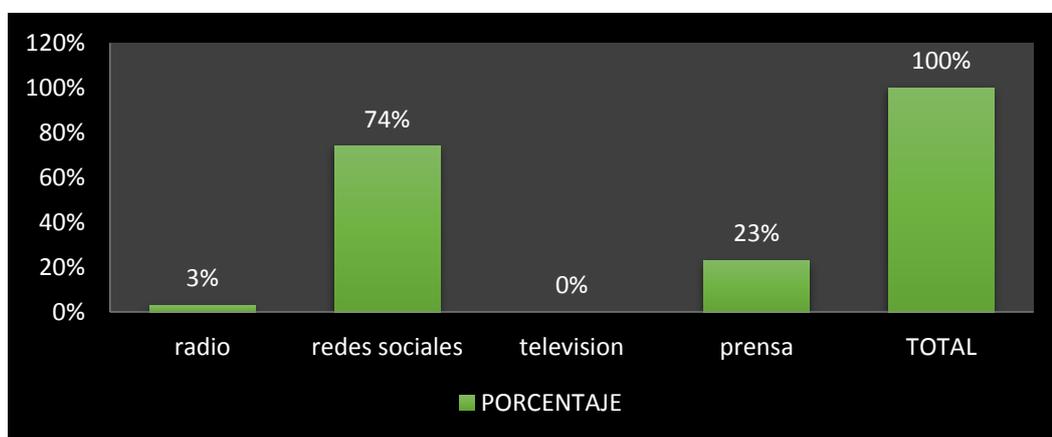


Gráfico 30 Medios de comunicación para la publicidad

Análisis Descriptivo- Interpretativo.

Al aplicar las encuestas a los moradores de la parroquia Lizarzaburu en la ciudad de Riobamba a un total de 100 personas se logró obtener como resultado que a un porcentaje muy alto de la población le gustaría que la publicidad se realice en las redes sociales ya que son las que más se utilizan o tienen mayor acceso; mientras que a 23 personas les gustaría que la publicidad se la realice por medio de la prensa escrita y 3 personas prefieren la radio.

CAPITULO I

1. ESTUDIO DE MERCADO

1.1. Demanda

Luego de haber realizado un estudio minucioso del sector; se determina que es un lugar muy adecuado para la implantación de este tipo de emprendimiento al no existir un establecimiento de similares características al presente. De acuerdo a los resultados obtenidos a través de la encuesta aplicada a la población que pertenece a la parroquia Lizarzaburu, obtuvimos como resultado lo siguiente:

El 91% (Anexo pregunta N° 1 de la encuesta) manifestaron que estarían dispuestos a consumir en un Bar de Bebidas Típicas y Tradicionales en la ciudad de Riobamba ratificando la aceptabilidad del grupo objetivo en relación al consumo de bebidas típicas y tradicionales.

1.2. Determinación del método de investigación de la demanda

Para determinar la demanda insatisfecha hemos tomado los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas ya que no se obtuvo datos históricos verídicos de la ciudad de Riobamba los datos fueron tomados de las preguntas número 1 y 4 de las encuestas aplicadas a la población Lizarzaburu el día Sábado 11 de junio del 2016.

1.3. Oferta

En la ciudad de Riobamba existen distintos mercados en los que se oferta el producto desde un enfoque más comercial que ancestral y de patrimonio, ya que si se expenden estos productos pero existe dificultad de adquisición de los mismos en aspectos como horario de atención, innovación, presentación, montaje, localización por ende este emprendimiento busca satisfacer todas las necesidades y expectativas del sector.

1.4. Proyección del crecimiento poblacional en línea recta

Tabla 11 Proyección del crecimiento poblacional en línea recta

Año	Población	Proyección Geográfica	Crecimiento poblacional
2015	19931	1,0000	19931,00
2016	19931	1,0163	20255,88
2017	19931	1,0329	20586,05
2018	19931	1,0497	20921,60
2019	19931	1,0668	21262,62
2020	19931	1,0842	21609,20

Fuente: INEC

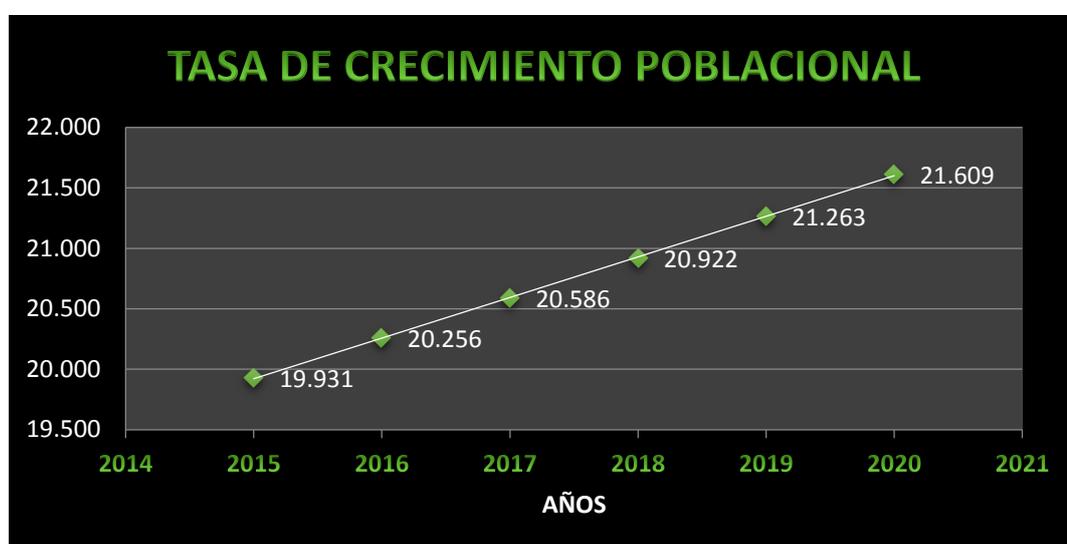


Gráfico 31 Proyección del crecimiento poblacional en línea recta

Análisis Descriptivo Interpretativo

Al realizar la proyección utilizando el método de línea recta para medir el índice de crecimiento poblacional de la parroquia Lizarzaburu la cual corresponde a un número de habitantes de 19.931 siendo la tasa de crecimiento el 1,63%, se ha determinado el año 2015 como año cero, he interpretado que en cinco años el incremento poblacional de la parroquia será 21.609 habitantes los cuales corresponden a un rango de edad de 10 a 54 años.

1.5. Proyección de la demanda

Tabla 12 Proyección de la demanda

Proyección de la Demanda						
Año	Población	Consumo	Población objetivo	Consumo mensual	Demanda de consumo anual	
2016	20255,8753	91%	18433	\$ 20,00	\$ 4.423.920	
2017	20586,0461	91%	18733	\$ 20,00	\$ 4.495.992	
2018	20921,5986	91%	19039	\$ 20,00	\$ 4.569.277	
2019	21262,6207	91%	19349	\$ 20,00	\$ 4.643.756	
2020	21609,2014	91%	19664	\$ 20,00	\$ 4.719.450	

Fuente: INEC



Gráfico 32 Proyección del crecimiento poblacional en línea recta

Análisis descriptivo - interpretativo

Para determinar la proyección de la demanda se ha tomado como muestra el crecimiento poblacional de la parroquia Lizarzaburu de la ciudad de Riobamba, de esta manera a nuestra población la cual se procedió a multiplicar con el porcentaje que estarían dispuestos a consumir en nuestro establecimiento determinaremos nuestra población objetivo, para de esta manera determinar la demanda de consumo que en el primer año será \$4.423.883,00 y en el quinto año tendremos como resultado \$4,719.450.00.

1.6. Proyección de la oferta

Tabla 13 Proyección de oferta

Proyección de la oferta						
Año	Poblac Objetivo	Consumo Mensual	Consumo	Oferta local	Oferta	
2016	18433	\$ 20,00	\$ 368.660	25%	\$ 92.165	
2017	18733	\$ 20,00	\$ 374.666	25%	\$ 93.667	
2018	19039	\$ 20,00	\$ 380.773	25%	\$ 95.193	
2019	19349	\$ 20,00	\$ 386.980	25%	\$ 96.745	
2020	19664	\$ 20,00	\$ 393.287	25%	\$ 98.322	

Fuente: INEC



Gráfico 33 Proyección de la oferta futura

Análisis descriptivo- interpretativo

Se pudo obtener la proyección de la oferta, utilizando como muestra para el primer año el número de población objetivo que representa a 18433 multiplicando este valor por el consumo mensual muestra dándonos como resultado el consumo a un 40% este porcentaje se aplico del resultado de las encuestas al no contar con datos históricos verídicos, arrojándonos como resultado en el primer año \$1.769,553 y en el quinto año \$1.887,780.

1.7. Proyección de la demanda insatisfecha

Tabla 14 Proyección de la demanda insatisfecha

Proyección de la Demanda Insatisfecha				
AÑO	POBLACIÓN OBJETIVO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	18433	\$ 4.423.920,00	\$ 92.165	\$ 4.331.755
2017	18733	\$ 4.495.992,46	\$ 93.667	\$ 4.402.326
2018	19039	\$ 4.569.277,14	\$ 95.193	\$ 4.474.084
2019	19349	\$ 4.643.756,36	\$ 96.745	\$ 4.547.011
2020	19664	\$ 4.719.449,58	\$ 98.322	\$ 4.621.128

Fuente: INEC

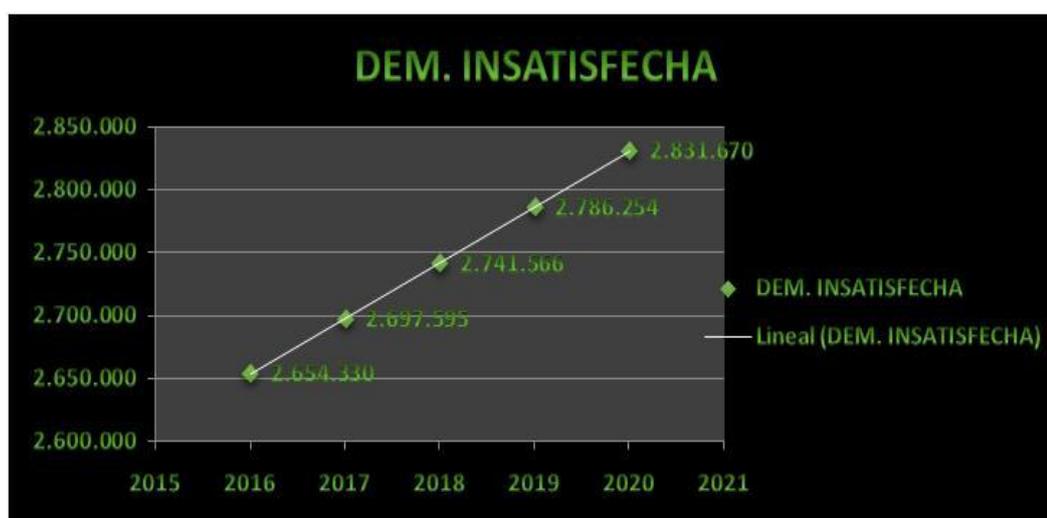


Gráfico 34 Proyección de la demanda insatisfecha

Análisis descriptivo- interpretativo

Se pudo obtener la demanda insatisfecha; del resultado de la demanda de consumo en el bar de bebidas típicas y tradicionales mensualmente y la oferta de consumo, nos dará como resultado la demanda insatisfecha, midiendo así esta manera uno de los elementos primordiales para saber la propuesta de Factibilidad de Creación de un Bar de Bebidas Típicas y Tradicionales en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo.

1.8. Mix de mercado

Dentro del mix de mercado tenemos diferentes elementos los cuales están compuestos por las 4 P (producto, precio, plaza y promoción):

1.8.1. Producto o servicio

Pimba es un establecimiento de bebidas típicas naturales que utiliza como materia prima el hielo del volcán Chimborazo para el realce en lo que a calidad se refiere a la presentación de cada uno de sus productos; enfatizando el rescate de la tradición del consumo de las mismas.

Logotipo



Gráfico 35 Logotipo de la Empresa

PIMBA representa una frase en una sola palabra que transmite felicidad y simplicidad, unidad y armonía razón por la cual ha sido elegida sigilosamente por el autor de este estudio.

El color azul al pertenecer a los colores fríos aporta un aire de relajación, sosiego y tranquilidad, además de expresar los valores de la empresa como son; lealtad, seguridad, unidad y confianza y el verde representa el equilibrio, crecimiento, renovación, libertad y salud.

Cada uno de sus productos en lo que a bebidas se refiere ofrece una gran variedad de sensaciones muy divertidas, nuevas y mágicas sin importar la edad de nuestros consumidores todos volverán cada vez con más y nuevas expectativas de las presentaciones y divertidas.

Slogan

“Alegría y Sabor”



Gráfico 36 Tarjeta de presentación

Cada uno de sus productos en lo que a bebidas se refiere ofrece una gran variedad de sensaciones muy divertidas, nuevas y hasta cierto punto mágicas sin importar la edad de nuestros consumidores todos volverán cada vez con más y nuevas expectativas de las presentaciones y divertidas combinaciones que se ofrecerán en el establecimiento aportando así con la cultura gastronómica y la economía en la ciudad y por ende en la provincia. Salvaguardo en todo momento el ambiente al usar materiales biodegradables o reciclables en sus envases.

1.8.2. Precio

Una bebida típica del cantón será en un promedio de \$1.50 según la encuesta aplicada a los habitantes de la parroquia Lizarzaburu; lógicamente enfocada en los aspectos citados anteriormente sin dejar a un lado la economía local; la cual está en crecimiento pero es acorde al bolsillo de los Chimboracenses.

1.8.3. Distribución

De acuerdo a la clasificación de canales, según a longitud de canales de distribución se utilizara el canal directo.

Canal Directo: este canal se encuentra constituido por el fabricante y el consumidor final, sin intermediarios.

Se ha determinado este canal debido al producto y servicio que ofrece el establecimiento de bebidas típicas, donde intervendrán el chef, los productos serán llevados por mesero hasta el distinguido consumidor.

1.8.4. La comunicación

Tomando en cuenta la gran importancia que tienen las redes sociales en la actualidad se las usara, primordialmente una página web, un blog, una cuenta de Facebook con todo lo necesario para su promoción, difusión, además de tweeter, canal de youtube y no menos importante los medios impresos sin olvidar la prensa escrita debida a la segmentación que se ha realizado para proceder aplicar las encuestas.

1.9. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO O MERCADO OBJETIVO

Cuadro 7 Segmentación del mercado objetivo

País	Ecuador
Región	Sierra
Ubicación	Parroquia Lizarzaburu
Número de habitantes	225700
Total de habitantes de la parroquia Lizarzaburu	19931
Densidad	Urbana
Clima	Frio
DEMOGRÁFICA	
Edad	10-54 años
Género	Femenino y masculino
Ocupación	Turistas Estudiantes Universitarios Secundarios Niños/as
Educación	Superior
Religión	Múltiple
Raza	Múltiple

1.10. Competencia

Después de aplicar la encuesta a la población se obtuvo como resultado que nuestra competencia la podemos dividir en dos partes muy importantes.

- **Competencia Directa:** Dentro de esta sub división tenemos que al mercado “La Merced”; en el mismo que se expende ya hace varias décadas una bebida a un precio un tanto alto, pero su características organolépticas son muy sencillas, otro mercado que se lo ha considerado como competencia directa es el “La Condamine”, es aquí otro lugar donde se expende esta bebida pero cabe aclarar que es muy simple y sencilla la presentación de la misma.
- **Competencia Indirecta.-** En esta sub clasificación tenemos el Mercado “San Alfonso” es indirecta ya que es esporádica la asistencia de las personas que se dedican a comercializar una de las bebidas que se va a comercializar en nuestro establecimiento.

1.11. Análisis del sector

El bar se ubicará en la ciudad de Riobamba, en la parroquia Lizarzaburu en la calle Unidad Nacional y Pasaje el Espectador, tomando en cuenta a la fluidez de turistas nacionales y extranjeros, nos encontraremos en un sector con mayor fluidez de la ciudad debido a que se encuentra la estación del tren, donde los turistas nacionales y extranjeros serán nuestros clientes potenciales.

Tipo de clientes.

El bar está enfocado a captar clientes de todo género de un rango de edad desde los 10 años de edad a los 54 años, el establecimiento de restaurante ofrecerá de Bebidas Típicas y Tradicionales en la ciudad.

Proveedores.

El bar contará con varios proveedores facilitándonos la entrega de los productos de la región, verificando de esta manera el estado de los producto adquiridos antes de almacenarlos, el pedido se lo realizara de acuerdo a las hojas de pedido sean estas semanales o quincenales. El bar tendrá proveedores directos es decir trabaja con personas productoras de la zona ayudando de esta manera al crecimiento económico de los productores.

Competidores.

Se implementara este proyecto en la ciudad de Riobamba, así se podrá dar a conocer los diferentes productos y la gastronomía típica del cantón Riobamba y de la Provincia.

Tipo de producto.

El bar ofrecerá Bebidas Típicas y Tradicionales en la ciudad de Riobamba contará con características innovadoras con presentaciones exclusivas despertando el apetito visualmente, el bar contará con diferentes servicios extras como por ejemplo: juegos recreativos par los niños además de dar servicio de noches de cine de esta manera pasaran momentos amenos e inolvidables junto a sus familiares o amigos.

1.12. Cargo y funciones del área comercial

Cuadro N°8 *Cargo Y Funciones Del Área Comercial.*

CARGO	FUNCIÓN	SUELDO
Gerente de alimentos y bebidas	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollar actividades específicas de presupuestos• Supervisar los presupuestos para controlar gastos.• Organizar y operar eventos fuera y dentro del restaurante.• Auditar documentos financieros.• Supervisa horarios y capacitaciones.	\$772,33
Chef ejecutivo	<ul style="list-style-type: none">• Organización general de la cocina• Elabora menús• Realiza pedidos de materia prima• Controla al personal• Supervisa el trabajo realizado por las personas a su cargo• Capacita y asiste a su personal	\$371
Ayudante	<ul style="list-style-type: none">• Limpiar, pelar ,cortar verduras• Mezclar ingredientes• Mantener limpia la cocina.• Asistir a los chef.• Seguir estrictamente los procedimientos de procedimiento, higiene, salud y seguridad.	\$369,04

1.13. Determinación y gasto comercial

Tabla 15 *Determinación de inversiones.*

MUEBLES Y ENSERES				
TIPO	ESTRUCTURA	CANTIDAD	V.UNITARIA	V.TOTAL
Mesas	Redondas, triangulares	11	30	330
Sillas	nogal y roble	34	20	680
Sofa	Poof	3	30	90
Estanterías	madera nogal	2	180	360
Mesas angulares	para floreros	4	60	240
Escritorio		2	20	40
TOTAL		56	340	1740

Fuente: Muebles y Enseres (Estudio Financiero)

1.14. Gastos del área comercial

Tabla 16 *Gastos del área comercial*

GASTOS	COSTOS MENSUALES
HOJAS VOLANTES	25
RADIO	120
RADIO ONLINE	25
PRENSA ESCRITA	30
TOTAL	200

Fuente: Publicidad (Estudio Financiero)

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO TECNICO

2.1. Determinación del tamaño de la empresa

$$CI= CR+CO$$

Producción: 105

96 pax capacidad real

9 pax capacidad ociosa

2.2. Capacidad de la planta

Tabla 17 *Determinación de la capacidad de la planta de producción*

PRODUCTOS	CANT DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
ROMPENUCAS	22	132	528	6336
CHICHA	8	48	192	2304
JUCHO	7	42	168	168
GUAYUSA	10	60	240	2880
ROSERO	3	18	72	864
SANGRIA	5	30	120	1440
HELADO DE YOGURT	10	60	240	2880
GRANIZADO	10	60	240	2880
TABLITA EQUINOCCIAL	6	36	144	1728
TABLITA10 CARNES	4	24	96	1152
TABLITA TRIFLESH DE CERDO	8	48	192	2304
TABLITA ANDINA	12	72	288	3456
TOTAL	105	630	2520	28392

Análisis.

En base a la información citada anteriormente se observa que la planta tendrá una producción en mediana y grande respuesta a factores positivos como la presencia de una gran cantidad de niños, jóvenes y personas de la tercera edad, además que en el sector hay gran presencia de turistas locales y extranjeros,

2.3. Determinación de la localización de la planta

A: Daniel León Borja y pasaje El Espectador.

B: Juan Montalvo y Unidad Nacional.

C: Francia y Olmedo.

Tabla 18 Localización De La Planta De Producción

PARAMETROS	A	B	C
Disponibilidad de la materia prima. 35%	5	5	4
Vías de comunicación.15%	5	4	3
Aceptación de mercado potencial20%	5	4	4
Servicios Básicos. 10%	4	3	3
Mano de obra calificada. 20%	5	4	4

Fuente: El Autor

Análisis.

Con base en la información citada anteriormente podemos darnos cuenta que es de mejor situación la ubicación Daniel León Borja y pasaje El Espectador para la implementación de PIMBA por varios factores positivos; cómo podemos citar que hay mucha afluencia de personas de varias edades y algo muy importante es que en el sector hay gran presencia de turistas locales y extranjeros, la circulación de vehículos colabora para la recepción de alimentos y bebidas al local y finalmente al no existir negocios similares al presente es muy beneficioso para la implantación del mismo.

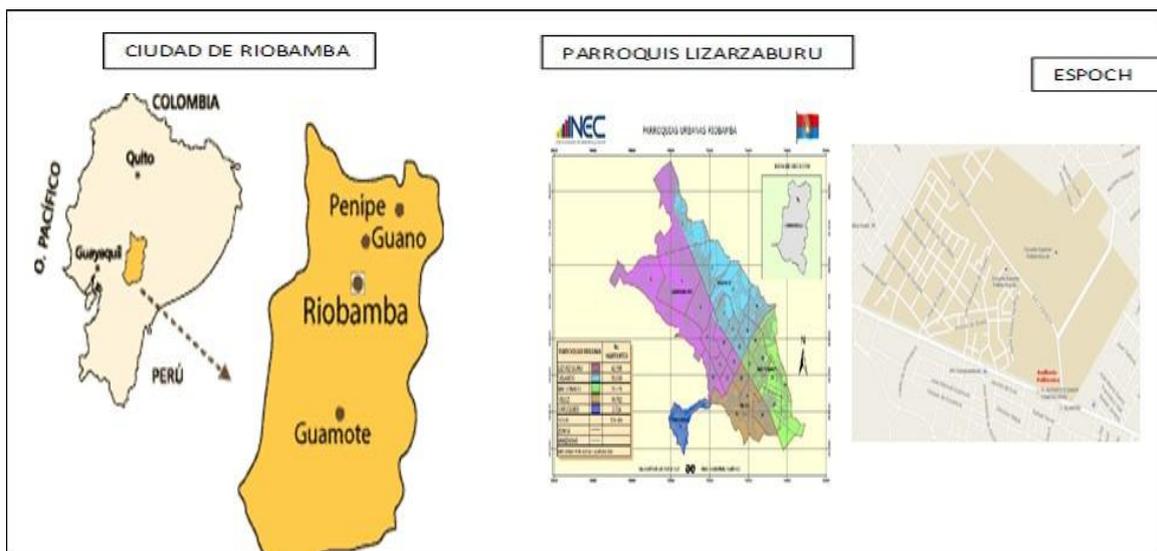


Gráfico 37 Ubicación Geográfica del objeto de estudio

Fuente: Google maps.

2.4. Recetas estandarizadas

Ilustración 1 Receta Estándar Rompenucas Frutos del Bosque

RECETA ESTANDAR DE PIMBA BAR					
Rompenucas Frutos del Bosque			Grupo	BEBIDAS FRIAS	
			Tiempo	5	Pax
INGREDIENTES	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
MORA	100	gr	2	c/lb	0,44
FRUTILA	100	gr	2	c/lb	0,44
CEREZA	100	gr	3,25	c/lb	0,72
AZUCAR	150	gr	0,54	c/lb	0,12
VAINILLA	5	ml	1	bote 100 ml	1,00
HIELO	200	gr	10	bloque 20kg	0,05
ARANDANOS	20	gr	4	bote 200 gr	2,00
				Varios	4,77
				Total	0,00
				C. Pax	4,77
				C.mp.d.	0,48
				P.v.	0,29
				P.V.S	2,00



Ilustración 2 Receta Estándar tablita andina

RECETA ESTANDAR DE PIMBA BAR					
Tablita Andina			Grupo	TABLITAS	
			Tiempo	5	Pax
INGREDIENTES	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
PAPAS	90	gr	0,4	c/lb	0,07929515
CAMOTE	90	gr	0,6	c/lb	0,11894273
ZANAHORIA	80	gr	0,6	c/lb	0,11
VINO TINTO	120	cm3	6	c/lt	0,72
CEBOLLA	60	gr	1	c/lb	0,13
LAUREL	10	gr	6	c/lb	0,13
SAL	15	gr	0,7	c/lb	0,02
				C. variable	1,31
				Varios	0,00
				Total	1,31
				C. Pax	0,13
				C.mp.d.	0,04
				P.v.	3,28
				P.V.S	3,93



2.5. Proceso de producción del producto

1. Compra de materia prima.

- Revisión de características organolépticas de cada producto.
- Revisión de etiquetas con fechas de caducidad y vida útil.
- Revisión de lotes, empaques, cajas, fundas.
- Revisión estricta de latas y pesos tanto brutos como netos.

2. Almacenamiento.

- Selección de productos en perecederos y no perecederos.
- Lavado de frutas, verduras para su almacenamiento.
- Desinfección y división de elementos cárnicos.
- Almacenamiento y refrigeración.
- Congelación y ultra congelación de alimentos a congelar.

3. Mise en place.

- Lavado y desinfección de frutas, verduras y hortalizas.
- Desempacado de elementos cárnicos.
- Cortes de alta cocina en los elementos cárnicos y vegetales.
- Elaboración de guarniciones y almacenamiento en refrigeración.
- Cubrir con papel film y aluminio para evitar todo tipo de contaminación.

4. Producción.

- Revisión de cada comanda.
- Alineación de mise en place.
- Elaboración de bebidas en estación de bebidas.
- Elaboración de platos calientes en cocina caliente.
- Revisión de características organolépticas: olor, color, sabor, textura en cada producto final.
- Retirar cada comanda según se elabora en el orden de entrada y salida.

5. Montaje

- Revisión de platos pulidos y desinfectados.
- Colocarse guantes quirúrgicos.
- Ubicar el elemento principal en el plato.
- Colocar salsas y guarniciones.
- Colocar elementos de decoración.
- Revisión de texturas y colores.

6. Servicio

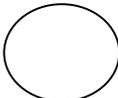
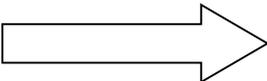
- Recepción de plato montado en cocina caliente y bar.
- Transporte de cada plato, tablita o bebida a cada mesa designada.
- Cuidado y mantenimiento de temperaturas y texturas de cada elemento final.
- Servicio directo sin intermediarios en caso de ser producto fabricado a la vista del cliente se lo efectuara en el bar.

2.6. Flujograma de producción

El flujograma también se lo denomina como diagrama de flujo y es un mecanismo fácil de desarrollar y de entender dentro de la empresa.

Para un mejor entendimiento de el proceso de producción de cada uno de los productos que se van a expender en PIMBA se presenta a continuación, los símbolos que se van a utilizar.

Cuadro 9 *Análisis de símbolos del flujograma de producción*

SIMBOLO	SIGNIFICADO	ACTIVIDAD
	OPERACIÓN	Operaciones, fases del proceso, método o procedimiento
	INSPECCIÓN	Verificación de calidad, y cantidad de los insumos del producto.
	ALMACENAMIENTO	Indica el almacenamiento de productos terminados
	ALMACENAMIENTO	Indica el almacenamiento de materia prima.
	TRANSPORTE	Transporte. Indica el movimiento de personas, material o equipo.
	DEMORA	Indica el retraso del proceso, método o procedimiento.

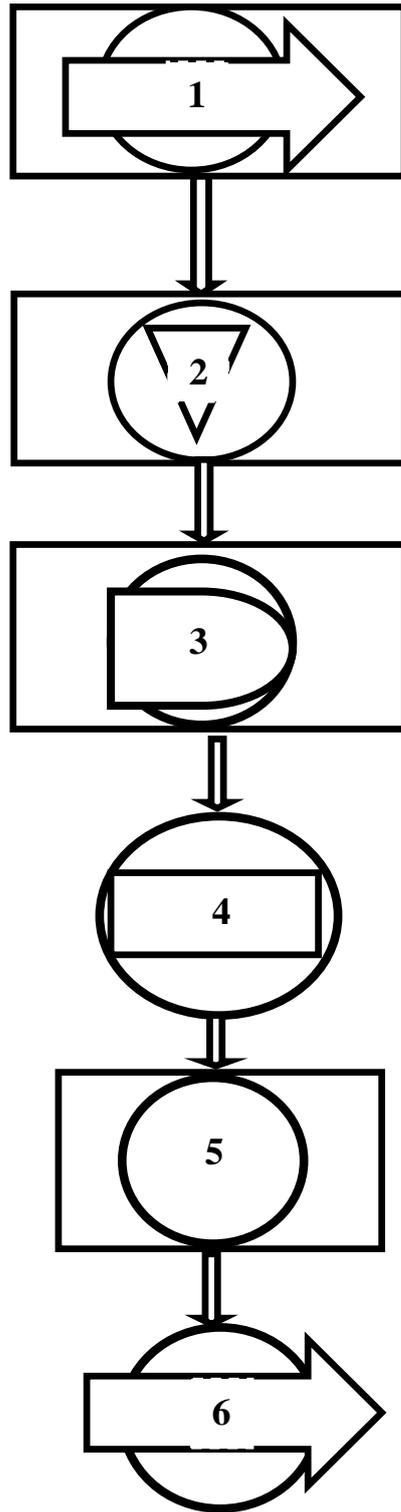


Gráfico 38 Flujograma de producción

2.7. Diseño de la planta de producción y área de servicio

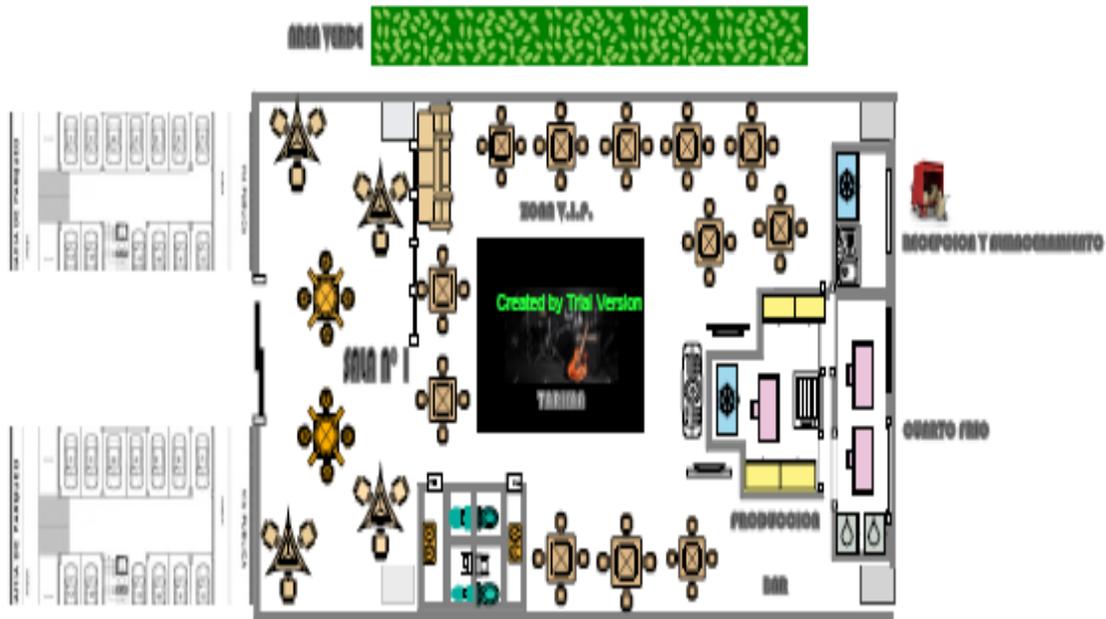


Gráfico 39 Diseño de la planta

Fuente: Plano del establecimiento

Análisis completo de la planta de producción

Iniciaremos un análisis de las distintas áreas de la empresa PIMBA siendo la primera área de desembarque de materia prima, a continuación los alimentos y bebidas al área de recepción es aquí donde se registra los ingredientes, alimentos y bebidas para su almacenaje en el cuarto frío, conjuntamente se encuentra instalada el área de producción en la que se divide en place y cocina caliente la misma que cuenta con cocina, grill, plancha campana extractora, horno semi- industrial, mesa central de trabajo y estanterías para los utensilios de cocina y bar, además existe un lavadero de dos grifos con pozo cada uno. Y finalmente tenemos el área de servicio que es junto al bar y el mismo consta de tres salas y una tarima musical para el agrado y esparcimiento de nuestros estimados clientes.

2.8. Requerimiento de talento humano

Área de trabajo: Ayudante de cocina

Tabla 19 *Ficha Profesiográfica ayudante de cocina*

FICHA PROFESIOGRÁFICA		
CARGO: AYUDANTE DE COCINA		SUELDO: \$369,04
ÁREA: PRODUCCIÓN	CÓDIGO: 002	FECHA: 03/06/2016
1. DESCRIPCIÓN		
<ul style="list-style-type: none"> • Almacenaje de la materia prima. • Mise en place de la materia prima para su posterior uso o almacenamiento • Encargado de producción. • Encargado de limpiar su área de trabajo. 		
2. PERFIL		
<ul style="list-style-type: none"> • Profesional graduado en Gastronomía o cursos afines. • Experiencia de 1 año. • Capacidad de liderazgo. • Mostrar buenas referencias personales y laborales. 		
3. EQUIPO DE TRABAJO A UTILIZAR		
Hornos, cocina, campana, ollas, paila, utensilios varios, productos de limpieza.		
4. REQUISITOS GENERALES		
Primaria	Técnico	Otros
Secundaria	Superior	
5. CONDICIONES DE TRABAJO		
<ul style="list-style-type: none"> • Puntualidad a la hora de entrada. • Responsabilidad con la producción del producto. • Mantener la limpieza y su uniforme impecable • No llegar en estado etílico o consumido estupefacientes. 		
6. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Inteligencia general • Numérica • Memoria visual 	<ul style="list-style-type: none"> • Memoria para números • Verbal y social • Atención p/detalles 	

Tabla 20 *Chef de cocina*

FICHA PROFESIOGRÁFICA		
CARGO: CHEF DE COCINA		SUELDO: \$369,04
ÁREA: PRODUCCIÓN	CÓDIGO: 001	FECHA: 03/06/2016
1. DESCRIPCIÓN		
<ul style="list-style-type: none"> • Almacenaje de la materia prima. • Mise en place de la materia prima para su posterior uso o almacenamiento • Encargado de producción. • Manejo de proveedores. 		
2. PERFIL		
<ul style="list-style-type: none"> • Profesional graduado en Gastronomía o cursos afines. • Experiencia de 1 año. • Capacidad de liderazgo. • Mostrar buenas referencias personales y laborales. 		
3. EQUIPO DE TRABAJO A UTILIZAR		
Hornos, cocina, campana, ollas, paila, utensilios varios, productos de limpieza.		
4. REQUISITOS GENERALES		
Primaria	Técnico	Otros
Secundaria	Superior	
5. CONDICIONES DE TRABAJO		
<ul style="list-style-type: none"> • Puntualidad a la hora de entrada. • Responsabilidad con la producción del producto. • Mantener la limpieza y su uniforme impecable • No llegar en estado etílico o consumido estupefacientes. 		
6. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Inteligencia general • Numérica • Memoria visual 	<ul style="list-style-type: none"> • Memoria para números • Verbal y social • Atención p/detalles 	

2.9. Análisis de la inversión

2.9.1. Estructura de los costos de producción

Consumo De Servicios Básico

En la siguiente tabla se detallara los servicios básicos y la cantidad consumida proyectada al mes y anual, con su costo y proveedor del servicio.

Para la empresa PIMBA el consumo de servicios básicos es de mensuales, considerando el rubro más alto el de la luz.

Tabla 21 *Servicios Básicos*

SERVICIOS BÁSICOS	CANTIDAD	COSTO	PROVEEDORES
Agua	30 m3	12,41	EP EMAPAR
Luz	227 kWh	21,47	EERSA
Energia Electrica 220			EERSA
MENSUAL		33,88	
ANUAL		406,56	

Fuente: Estudio Financiero

Consumo De Otros Servicios

Servicios que no entran dentro de servicios básicos; pero que no dejan de ser indispensables para el buen funcionamiento del establecimiento.

Tabla 22 *Otros Servicios Básicos*

OTROS SERVICIOS			
Internet	Ilimitado	16	CNT
Telefono		6,95	CNT
	Mensual	22,95	
	Trimestral	68,85	
	Anual	275,4	

Fuente: Estudio Financiero

Combustible

El cálculo del combustible se lo ha realizado proyectando el gasto de gasolina por la entrega a domicilio de los productos, con un valor mensual de 10 dólares mensuales y 13,50 dólares el costo unitario por galón

Tabla 23 *Combustible*

COMBUSTIBLE			
COMBUSTIBLE	CANTIDAD	COSTO	PROVEEDOR
GAS INDUSTRIAL	1	13,5	MENDOGAS
GASOLINA	4 Galones	10	PETROECUADOR
MENSUAL		23,5	
ANUAL		282	

Fuente: Estudio Financiero

Mantenimiento

El mantenimiento del equipo y maquinaria se realizara desde el primer año, 1 vez cada 6 meses dando un rubro de 205 dólares semestral y 2460 dólares anuales.

Tabla 24 *Mantenimiento.*

MANTENIMIENTO			
MANTENIMIENTO	CANTIDAD	COSTO	PROVEEDOR
HORNO	dos veces al año	80	Hornos Andino
COCINA INDUSTRIAL	dos veces al año	65	Hornos Andino
CAMPANAS Y EXTRACTORES	dos veces al año	30	Hornos Andino
SISTEMA PURIFICADOR	Tres eces al año	30	
SEMESTRAL		205	
ANUAL		2460	

Fuente: Estudio Financiero

Materia prima directa

Para el cálculo de la materia prima se han plasmado las cantidades y costos totales proyectándose estos valores para los tres primeros meses de vida de la empresa.

Tabla 25 *Análisis de la inversión del proyecto*

Capital de Trabajo	9918,30
MATERIA PRIMA (Viveres-otros)	3093,84
MATERIALES	91,50
MANO DE OBRA DIRECTA	2490,64
MANO DE OBRA INDIRECTA	2745,56
COMBUSTIBLE	282,00
RECARGA GLP	210,00
SERVICIOS BASICOS	406,56
OTROS SERVICIOS	0,00
CAJA-BANCOS	500,00
CONTINGENCIAS (1%)	98,20

Fuente: Estudio Financiero

Requerimiento de activos fijos para el área de producción

Tabla 26 *Activos fijos del área de producción*

ACTIVO S FIJOS	
Maquinaria y equipo	4995,614035
subtotal	4995,614035
INVENTARIOS	
herramientas menores	4000,877193
productos desechables	91,5
productos de limpieza	81,88
recarga de glp	210
subtotal	4384,257193
suministros y materiales	
Equipos de oficina	4000,877193
Muebles y enseres	1526,315789
Gastos de instalacion	380
subtotal	5907,192982

Fuente: Estudio Financiero

Mano de obra directa

Es la fuerza laboral a utilizar en las distintas áreas de la empresa que tengan relación con la producción u otras áreas.

Dentro del estudio financiero se calculó la mano de obra directa solo del área de producción proyectada para un año.

Tabla 27 Valores de Mano de Obra Directa

CARGO	SUELDO MENSUAL	12,15 (11,15% APORTE PATRONAL, 0,5 IECE, 0,5 DÉCIMO CUARTO)	SUMATORIA	C. T. MOD
CHEF DE COCINA	371,23	45,104445	416,334445	1249,003335
AYUDANTE DE COCINA	369,04	44,83836	413,87836	1241,63508
TOTALES:	740,27	89,942805	830,212805	2490,638415

Fuente: Estudio Financiero

Administrativo

Dentro del estudio financiero se calculó el rubro para el área administrativa proyectada para un año.

Tabla 28 Administrativo

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES			A PARTIR DEL PRIMER AÑO	
			12,15 (11,15% APORTE PATRONAL, 0,5 IECE, 0,5 DÉCIMO CUARTO)	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES
GERENTE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	400,00	4.800,00	583,20	366,00	400,00	400,00	200,00
TOTALES:	400,00	4.800,00	583,20	366,00	400,00	400,00	200,00

Fuente: Estudio Financiero

Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 29 *Costos indirectos de fabricación*

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	
Materiales indirectos	366
Gastos Generales de Fabricacion	3847,12962
servicios basicos	256,1328
combustibles y lubricantes	282
Gastos de experimentacion	31,0409715
Suministros y materiales	81,88
Mantenimiento de equipos	2460
Recargas de GLP	210
Contingencias e imprevistos	526,075847

Fuente: Estudio Financiero

2.10. Requerimiento de activos fijos área producción

A continuación se detalla los activos fijos de la empresa con sus respectivos valores.

Tabla 30 *Activos Fijos*

ACTIVO S FIJOS	
Maquinaria y equipo	4995,61
subtotal	4995,61
INVENTARIOS	
herramientas menores	4000,88
prodiiectos desechables	91,50
productos de limpieza	81,88
recarga de glp	210,00
subtotal	4384,26
suminstros y materiales	
Equipos de oficina	4000,88
Muebles y enseres	1526,32
Gastos de instalacion	380,00
subtotal	5907,19

Fuente: Estudio Financiero

2.11. Programa pre-operativo (gastos de experimentación) prueba de microbiología del hielo del nevado Chimborazo

2.11.1. Prueba Examen Microbiológico del hielo

Tabla 31 *Gastos de Experimentación*

Proceso/Actividad	Responsable	Costo
Examen	Juan Carlos Naranjo Sánchez	\$ 16, 00
Muestras	Juan Carlos Naranjo Sánchez	\$ 10,00
	Costo Anual:	\$ 19,46

Fuente: Estudio Financiero

2.11.2. Degustaciones

La degustación de las distintas bebidas y platos que oferta PIMBA a 40 personas que están directamente vinculados con la gastronomía nacional y local; en la Escuela de Gastronomía de la ESPOCH siendo los mismos docentes y estudiantes.

2.11.3. Costo de control de calidad

El conocimiento del tiempo indicado de consumo o almacenamiento de un alimento procesado o pre procesado. Es fundamental conocer este factor y otro muy importante como si es aceptable para el consumo del ser humano el hielo del nevado Chimborazo, por lo cual se efectuó un examen microbiológico para conocer sus propiedades y si existiera la presencia de bacterias psicófilas; las mismas que habitan en climas muy fríos a lo cual el resultado se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 32 *Examen Microbiológico del hielo del Chimborazo*

Examen Físico			
Color:	Transparente		
Olor:	Inodoro		
Aspecto	Presencia de tierra		
PARÁMETROS	UNIDADES	MÉTODO DE ENSAYO	RESULTADO
Bacterias Psicófilas	UFC/g		Ausencia

Fuente: SAQMIC, Servicios Analíticos Químicos y Microbiológicos en Agua y Alimentos

2.11.4. Buenas prácticas de manufactura

Higiene de materia prima: En este sistema de limpieza y desinfección se toma en cuenta en todo momento los efectos del proceso de producción sobre la inocuidad de los alimentos. En particular hay que identificar todos los puntos concretos de tales actividades en que pueda existir un riesgo de cualquier tipo de contaminación y adoptar medidas específicas para reducir el riesgo (Codex alimentario, 2003)

Manipulación y almacenamiento de alimentos: Desde el punto de partida de los diferentes procesos se deberá revisar y organizar sus ingredientes con el fin de separar todo material que no sea apto para el consumo humano.

Mantener el aseo en cada acción en la que se use o manipule alimentos y bebidas, además se debe cubrir los alimentos e ingredientes de los diferentes tipos de contaminación.

Constante limpieza y desinfección del personal en todos los procesos, como puede ser desde la recepción de alimentos, producción primaria (mise en place), refrigeración, producción y servicio, todas deben ser llevadas a cabo de manera eficaz y eficiente.

Equipo: Absolutamente todo el equipo y los recipientes que vayan a estar en contacto con los alimentos deberán proyectarse y fabricarse de manera que se asegure que, en caso necesario, pueden limpiarse, fabricarse y mantenerse de manera adecuada para evitar la contaminación de los alimentos.

Agua: El área de producción al constar de dos grifos este mismo deberá abastecer suficiente de agua, con instalaciones apropiadas para su almacenamiento, distribución y control de la temperatura, a fin de asegurar la inocuidad de los productos a servir.

Almacenamiento: En caso de ser necesario, deberá disponerse de las instalaciones adecuadas para el almacenamiento de los alimentos, sus ingredientes y los productos químicos no alimentarios, como productos de limpieza, lubricantes y combustibles.

- Permitan un mantenimiento y una limpieza adecuada
- Eviten el acceso y el anidamiento de plagas

Producción (Emplatado) :Para esta parte que es muy crítica dentro del proceso de producción se deberá usar en todo momento guantes quirúrgicos y se los desechara con cada uso unitario; además de usar limpiadores nuevos o bien desinfectados con cloro en el caso de

ser su segunda vez de uso, toda superficie que fuere a tener contacto con los utensilios o menaje deberá ser desinfectada previa a su uso obteniendo así un producto inocuo y libre de microorganismos que pueden causar pequeños y grandes molestias en la salud de nuestros clientes.

CAPITULO III

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

3.1. Organización de la empresa

La organización de la empresa es una parte muy importante es donde se ordena, coordina, evalúa y se potencia todas las actividades; utilizando distintos recursos para su desarrollo.

3.1.1. Área Administrativa

Cargo: GERENTE

Funciones:

- **Planifica:** las acciones y tareas de la empresa.
- Busca la mejor manera de alcanzar los objetivos dispuestos.
- **Supervisa:** conoce las tareas que se realizarán en el día, supervisa el trabajo en equipo.
- **Escucha:** tiene que saber escuchar los mensajes que le transmite el vendedor, para evitar errores de comunicación y malos entendidos.
- **Lidera:** representa al vendedor, respalda y defiende las gestiones realizadas acompaña al equipo en la venta y captación de nuevos clientes. Castiga y sanciona cuando se desvían del camino.
- **Fija precios:** es responsable de la fijación de precios y de definir la política de descuentos y bonificaciones.
- Autoriza al vendedor los acuerdos con los clientes.

Responsabilidades.

- Desarrollar actividades específicas de presupuestos
- Supervisar los presupuestos para controlar gastos.
- Asumir el control sobre el personal al servicio
- Auditar documentos financieros.
- Planificar, organizar, controlar y orientar las distintas áreas de trabajo.

Remuneración.

- **Sueldo:** 372,33
- **Beneficios Sociales**
- **12,15 (11,15% APOORTE PATRONAL, 0,5 IECE, 0,5 SECAP):** 542,38
- **Annual:** \$ 4644,00

3.1.2. Área de Producción

Cargo: Ayudante de Cocina I; Chef de Cocina
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Organización: Encargado de organizar la bodega y el almacenamiento de la materia prima y del producto elaborado.• Controlar: Controla cada uno de los equipos del área de producción, para que su funcionamiento sea el apropiado.• Colabora: Colabora con el listado de compra.• Elabora: Encargado de elaborar los platos y bebidas que se ofertan en el bar con eficacia y alegría.• Limpieza: Encargado de mantener limpia el área de producción así también de los utensilios y equipos utilizados.
Responsabilidades. <ul style="list-style-type: none">• Almacenaje de la materia prima• Mise en place de la materia prima para su posterior uso o almacenamiento• Encargado de producción.• Encargado de limpiar su área de trabajo.• Manejo de recetas.• Manejo de proveedores.
Remuneración. Ayudante de cocina 1 <ul style="list-style-type: none">• Sueldo: 369,04• Beneficios Sociales• 12,15 (11,15% APORTE PATRONAL, 0,5 IECE, 0,5 SECAP): 538,06.• Anual: \$ 4428,48 Chef de cocina. <ul style="list-style-type: none">• Sueldo: 369,04• Beneficios Sociales• 12,15 (11,15% APORTE PATRONAL, 0,5 IECE, 0,5 SECAP): 538,06• Anual: \$ 4428,48

Cargo: Cocinero

Cargo: Cocinero.

Funciones:

- **Organización:** organiza la bodega y el almacenamiento del producto elaborado.
- **Controlar:** controla cada uno de los equipos del área de empaque, para que su funcionamiento sea el apropiado.
- **Colabora:** colabora con el área de producción en caso de necesitarlo.
- **Emplatado:** Encargado de emplatado todos o la mayoría de platos y bebidas a servir en el bar.
- **Limpieza:** encargado de mantener limpia el área de producción así también de los utensilios y equipos utilizados.

Responsabilidades.

- Elabora y manejar ficha de requisición de alimentos, bebidas y licores.
- Mise en place de los empaques primarios y secundarios a utilizar.
- Encargado de almacenar las barras energéticas empacadas.
- Encargado de limpiar su área de trabajo al igual que los equipos.

Remuneración.

- Sueldo: 354
- Beneficios Sociales
- 12,15 (11,15% APOORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP): 516,13.
- Anual: \$ 4428,00

3.1.3. Área financiera

El área financiera asegurara una optimización de recursos; así como el cumplimiento de funciones mediante una gestión adecuada con los grupos de interés tanto internos y externos de una empresa como PIMBA.

Controla de manera ética, eficaz y eficiente las transacciones, la comunicación y el cumplimiento de normas externas a la empresa.

PIMBA “Alegría y Sabor” Al no contar con una área financiera tiene la necesidad estricta de contar un contador para que pueda llevar a un mejor nivel a la misma.

Servicio Profesional: **Contador / a.**

Funciones.

- Procesa y contabiliza los comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos.
- Verifica las facturas para que contengas de manera correcta los datos fiscales de la empresa.
- Registro de facturas tanto de proveedores como de las ventas.
- Lleva los movimientos y registros contables mediante programas y software.

Responsabilidades.

- Revisa que se cumpla los principios contables.
- Cuida el resguardo y mantenimiento de la información suministrada por la empresa.
- Mantiene y cumple los lineamientos del Sistema de Gestión de Calidad.

Bajo contrato.

Salario bajo contrato de servicios profesionales mensual \$ 35,00

Salario bajo contrato de servicios profesionales Anual: \$420,00

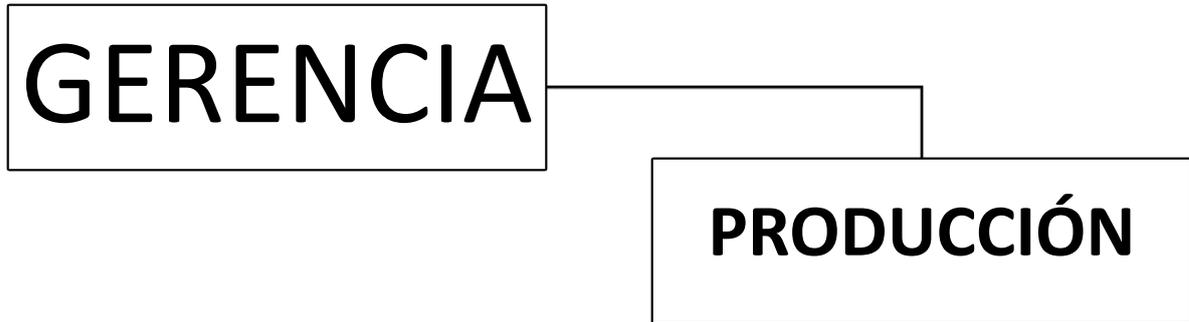
3.1.4. Área Ambiental

Otra de las áreas más críticas de nuestra empresa es la ambiental por lo cual idónea que recaiga esta responsabilidad en el gerente; el cual deberá generar valor previniendo, mitigando y resolviendo los impactos que este genere en el medio ambiente por las actividades a realizar en la empresa al mismo tiempo reducir gastos y cuidar a nuestro planeta.

Deberá verificar el cumplimiento de las decisiones ambientales tomadas por gerencia.

- Tendrá informes periódicos sobre la gestión realizada.
- Realizara asesoramiento a los trabajadores en temas sobre la gestión ambiental.
- Dirige, planifica e inspecciona el área de producción para determinar si se cumple con las decisiones tomadas.
- Busca soluciones técnicas para mitigar el impacto al ambiente.
- Previene la generación de nuevos impactos al ambiente.

3.2. Organigrama de la empresa



LEYENDA
I Dirección
—| Operativa.
Realizado por:
Juan Naranjo.
Aprobado por:
Gerencia
Fecha de
Elaboración:
01/07/2016
Fecha de
Aprobación:
04/07/2016

3.3. Proceso de selección y contratación del talento humano

El proceso de selección y contratación del talento humano para nuestra empresa nos ayudará a atraer candidatos con las mejores condiciones y predisposición para el trabajo en la misma.

Para el proceso de selección y contratación del personal a trabajar en PIMBA; se buscara inicialmente en la Escuela de Gastronomía como fuente principal de fuerza laboral joven y muy capaz de desempeñar a carta cabal sus funciones.

3.4. Descripción de puestos de trabajo

Tabla 33 *Funciones del gerente de A. y B.*

Ficha Profesiográfica			
Cargo: Gerente de Alimentos y Bebidas			
Área	Administrativa		
Código	1		
Sueldo	372,33 Usd		
Fecha	01 08 2016		
Descripción	Desarrolla actividades específicas de presupuesto para los departamentos del establecimiento, Encargado del área de ventas dentro y fuera de la empresa, Supervisa los presupuestos para controlar los gastos, Se encarga de coordinar la mercadotecnia y la publicidad del local, Se encarga de realizar y supervisar los horarios del personal, Revisa las hojas de función con el chef o jefe de producción.		
Perfil	Profesional graduado en gastronomía o afín, capacitado para las actividades financieras, experiencia mínima de un año, ser una persona ética y profesional en todos sus actos, colaborador y con espíritu de equipo.		
EQUIPOS CON LOS QUE VA A TRABAJAR			
Hojas, tijeras, goma, carpeta computador personal, lapiceros, reglas, marcadores, pizarra pequeña, libros.			
REQUISITOS GENERALES			
PRIMARIA	SECUNDARIA	TECNICO SUPERIOR	OTROS
CONCICIONES DE TRABAJO.			
Puntualidad a la hora de entrada y salida. Pulcritud en el orden de su uniforme. No llegar en estado de ebriedad o bajo el efecto de algún estupefaciente o alucinógeno.			

3.5. Medios y costos para el proceso de selección y contratación de Talento humano

Tabla 34 *Costos para la contratación del personal*

Medios	Costo
Entrega de hojas volantes	20
Anuncio radial	5
Anuncios en periódico	30
Visita a Escuelas de Gastronomía.	10

Fuente: Gastos de Experimentación (Estudio Financiero)

3.6. Perfil de los trabajadores

Gerente de Alimentos y Bebidas

- Profesional graduado en el área de administración financiera.
- Experiencia de 1 año
- Capacidad para administrar de la mejor manera el talento humano y las actividades financieras.
- Registrar buenas referencias personales y laborales.
- Ser una persona ética, actuando con el código de ética en toda ocasión y lugar dentro y fuera de la empresa.

Chef de Cocina

- Profesional graduado en el área de gestión gastronómica o gastronomía (Licenciatura).
- Experiencia mínima requerida de 1 año
- Facilidad de palabras con poder de convencimiento. Deberá expresarse con soltura y seguridad de sus conocimientos y razones.
- Buena presencia
- Demostrar a cada momento su entusiasmo real por su trabajo, con colaboración y relación de trabajo en equipo.
- Mostrar buenas referencias personales y laborales.

Ayudante De Cocina.

- Profesional graduado en Gestión Gastronómica, Gastronomía o en institutos afines.
- Experiencia mínima de 1 año
- Capacidad de liderazgo.
- Mostrar buenas referencias personales y laborales.
- Ser una persona educada que se supere día tras día aprendiendo y perfeccionando.
- Tener buenos modales con sus compañeros de trabajo y con sus jefes.

3.7. Costos salariales

Tabla 35 *Costos Salariales*

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES			A PARTIR DEL PRIMER AÑO	
			15% A PAT., 0,5 IECE, 4	DÉC. CUARTO	DÉC. TERCERO	FONDOS RESERVA	VACACIONES
CHEF DE COCINA	371,23	4454,76	541,25334	366	371,23	371,23	185,615
AYUDANTE DE COCINA	369,04	4428,48	538,06032	366	369,04	369,04	184,52
TOTALES:	740,27	8883,24	1079,31366	732	740,27	740,27	370,135

Fuente: Roles de pago (Estudio Financiero)

3.8. Valores que debe primar en sus futuros colaboradores

- Responsabilidad.
- Liderazgo.
- Respeto.
- Mejoramiento Continuo
- Solidaridad
- Puntualidad.

3.9. Proceso De Selección Y Contratación Para Sus Futuros Colaboradores

Para poder determinar el proceso de selección más adecuado se ha procedido a planificar estrategias de selección.

- Autoevaluación de la empresa, fortalezas y debilidades. (Internas)
- Evaluación del entorno externo de la empresa.
- Determina el capital intelectual necesario de acuerdo a los objetivos de la empresa.

La selección de personal para una empresa puede definirse como: “Aquel proceso que consiste en elegir entre diversos candidatos para un cargo, cuando se ha estimado útil crear, mantener o transformar ese cargo”. (S.A, 2008).

El proceso de selección que se detalla a continuación se adecua al perfil que se pretende cubrir en la empresa.

- a) Análisis de necesidades de empleo (análisis y valoración de los puestos).
- b) Reclutamiento (interno y externo).
- c) Entrega de volantes
- d) Anuncios en radio
- e) Anuncios en periódico. Debe transmitir la imagen de la empresa hacia la sociedad y debe tener un tamaño que sea visible a la vista de la gente.
- f) Visitas periódicas a la Escuela de Gastronomía.
- g) Selección.
- h) Introducción a la empresa.

3.10. Proceso de inducción que seguirá y las personas responsables

Se realizará un proceso de inducción general donde el empleado tendrá un entendimiento amplio sobre la organización, la información de la empresa (misión, visión y políticas) puesto de trabajo a ocupar, características, funciones, relaciones con las demás áreas y reglamentos.

Responsable del proceso de inducción: Gerente

Área: Administrativa

Proceso de inducción.

- **Bienvenida a la empresa.** Se da la bienvenida de una manera cordial, dándole confianza, gusto y compromiso.
- **Recorrido por la empresa.** Recorrer cada área de la empresa y el lugar donde desarrollara su trabajo preocupándonos que entienda de manera clara cada área.
- **Políticas generales de la empresa.** Se le comunicara sobre el horario del trabajo, la forma de pago, vacaciones y días feriados, normas de seguridad, reglamento de trabajo.
- **Presentación a los demás compañeros.**
- **Puesto de trabajo y sus funciones.** Presentación en que área trabajara, sus objetivos y que se espera de él y como será evaluado su desempeño.

3.11. Materiales Para El Proceso De Selección, Contratación E Inducción

Para el proceso de selección y contratación se deberá necesitar de materiales para realizar esta actividad y en la siguiente tabla detallaremos los materiales a utilizar así también los costos que estos provocan.

Tabla 36 *Costos para el proceso de selección y contratación.*

GASTOS	COSTOS MENSUALES
HOJAS VOLANTES	25
RADIO	120
RADIO ONLINE	25
PRENSA ESCRITA	30
TOTAL	200

Fuente: Gastos de Experimentación (Estudio Financiero)

CAPITULO IV

4. MARCO LEGAL

Dentro de los principales requisitos para implantar un micro emprendimiento podemos citar los siguientes:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Copia título del profesional responsable (Ing. en Alimentos – Bioq. Farmacéutico) en caso de industria y pequeña industria.
- Certificado del título profesional del CONESUP
- Lista de productos a elaborar
- Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Industrias y Pequeñas Industrias).
- Planos de la planta procesadora de alimentos con la distribución de las áreas correspondientes.
- Croquis de ubicación de la planta procesadora.
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa (ver página Web). Industria y Pequeña Industria (SECAP, UTE, CAPEIPI, COTEGNA).
- Documentar métodos y procesos de la fabricación, en caso de industria
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa (ver página Web).
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Copia del RUC del establecimiento.
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

4.1. Requisitos para la calificación y recalificación del taller artesanal

Para obtener la calificación de un Taller Artesanal, el artesano debe solicitarla al Presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesanos (adquirir el formulario en la Junta)
- Copia del Título Artesanal
- Carnet actualizado del gremio
- Declaración Juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos.
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad)
- Foto a color tamaño carnet
- Tipo de sangre
- En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior.

4.2. Permisos requeridos para implantar el micro emprendimiento.

1. Solicitud para permiso de funcionamiento.
2. Planilla de inspección.
3. Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo (Restaurantes, bar-restaurantes, cafeterías en caso de estar ubicados en sitios turísticos)
4. Certificado de capacitación en manipulación de alimentos
5. Copia RUC del establecimiento
6. Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud.
7. Copias de la cédula y certificado de votación del propietario.
8. Copias del permiso de funcionamiento del cuerpo de bombero.

La solicitud para permiso de funcionamiento puede ser obtenida sin costo en la página web: www.dpsp.gov.ec; o en las 22 áreas de salud de la provincia (**Pública**, 2014)

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO AMBIENTAL

5.1. Mitigar el impacto ambiental

Tabla 37 *Mitigar el Impacto Ambiental*

Daños Ocasionados Por Los Procesos De Producción Y Por Las Actividades Pre operativas	Medidas De Mitigación	Requerimientos	Costo
Agua	<ul style="list-style-type: none"> -Recolección del agua en tanques de plástico. -Instalar trampas de grasas y de materiales sólidos, en el área de producción -Implementación de tanques para aguas lluvias. -Regular el flujo de agua. -Uso de desinfectantes biodegradables 	<ul style="list-style-type: none"> -Colocar trampas de grasas y de desechos sólidos en el área de producción. -Colocar tanques de plástico para almacenar agua lluvia. -Capacitadores que den charla sobre el cuidado del ambiente. -Desinfectantes biodegradables 	\$150
Suelo	<ul style="list-style-type: none"> -Área específica para el depósito de desechos sólidos -Contenedores de basura. -Realizar una limpieza continua -Limpieza de tachos de basura. -Forestación y reforestación. 	<ul style="list-style-type: none"> -Área de recolección de desechos sólidos -Escobas, palas. -Tachos de basura 	\$40,00

	-Separación de desechos inorgánicos.		
Aire	-Colocar una campana extractora de olores. -Realizar un mantenimiento de la campana extractora -Toda desecho se colocara en fundas industriales. -Evitar el uso de aerosoles.	-Fundas de basura con cierre. -Campana extractora de olores.	\$ 20
A otros recursos naturales	Implementar basureros con distintos colores para reciclar la basura.	Basurero ecológico de producción artesanal.	\$50,00
TOTAL			\$260

Agua

Las medidas de mitigación del agua, serán de vital importancia en el control de la contaminación y reducción de uso de la misma, evitando su derroche.

Medidas de mitigación del agua:

Recolectar en tanques de plástico toda agua que contenga productos químicos como desinfectantes.

-Instalar trampas de grasas y de materiales sólidos, en el área de producción

-Evitar el derroche de agua al lavar los utensilios.

Uso de desinfectantes biodegradables para la limpieza de la planta.

-Capacitación constante a los trabajadores sobre la importancia del ahorro del agua.

Suelo

-Se implantara un Área específica para el depósito de desechos sólidos que se encuentre lejos de la planta de producción.

-Adquirir recipientes para contener material sólido y las cuales cuenten con seguridad para evitar el contacto con el medio, sea de fácil limpieza y de almacenamiento.

-Realizar una limpieza continua tanto de sectores cerca de la empresa o (micro emprendimiento) con en sus alrededores.

-Siembra continúa de plantas en distintos puntos de la empresa (micro emprendimiento).

Aire

-Colocar una campana extractora de olores.

-Realizar un mantenimiento de la campana extractora

-Toda desecho se colocara en fundas industriales de basura que contengan cierres para evitar la emanación de olores.

-Evitar el uso de aerosoles para mitigar la contaminación.

5.2. Acciones remediales 3 Rs

Tabla 38 *Acciones Remediales 3 Rs*

DETALLE	RECICLAR	REDUCIR	REUTILIZAR	COSTO
Desecho De Materia Prima Inservible	X	X	X	\$12,00
Recipientes De Plástico Y Vidrio	X	X	X	\$10,00
Cartones	X	X	X	\$20,00
TOTAL				\$32,00

Reciclar

En el caso del reciclaje de botellas de plástico y vidrio, se las almacenara para su posterior uso.

Los cartones se los almacenaran ya sea para utilizarlos como un medio de almacenamiento de productos de limpieza o posterior venta a personas o empresas recicladoras.

Reducir

Se evitara la compra de botellas para almacenaje de productos de limpieza como es el caso de detergentes o desinfectantes, ya que los envases previamente utilizados se los puede utilizar nuevamente para los productos que se compren en funda.

Se reducirá lo más que se pueda en el consumo de la luz, desconectando la maquinaria y equipo eléctrico luego de ocuparla.

Reducir el consumo de agua evitando desperdiciarla, en el momento del lavado de equipos y utensilios.

Reutilizar

Todos los excedentes de materia prima inservible se lo sutilizaran como abono de las plantas que tendremos en la planta de producción.

Las botellas plásticas y de vidrios se las reutilizará en la recolección de agua, utilizado posteriormente en la limpieza del patio o de áreas que no requieran de agua propia del purificador.

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO FINANCIERO

A. Análisis de la inversión

Para poder iniciar el funcionamiento y un correcto desarrollo del micro emprendimiento se necesita de una inversión inicial, con la cual se conseguirá el recurso económico para el punto de partida del negocio.

Tabla 39 *Inversión Total del proyecto*

INVERSIÓN DEL PROYECTO			
Rubros	Inv. Realizada	Inv. por realizar	Total Inversión
Inversiones fijas			44631,01
TERRENO	20000		20000
EDIFICACIONES	10000		10000
MAQUINARIA Y EQUIPO		4995,61	4995,61
MUEBLES Y ENSERES	1526,31		1526,31
MENAJE		1223,6	1223,6
IMPREVISTOS 1%		427,87	427,87
IMPUESTO IVA		1415,64	1415,64
Activos Diferidos		999,20	1030,24
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		249	249
GASTOS DE INSTALACION		380	380
GASTOS DE PROMOCION		200	200
GASTO DE CAPACITACION PERSONAL		160	160
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN	31,04		31,04
IMPREVISTOS 1%		10,20	10,20
Capital de Trabajo		9440,53	9918,30
MATERIA PRIMA (Viveres-otros)		3093,83	3093,84
MATERIALES		91,5	91,50
MANO DE OBRA DIRECTA		2490,63	2490,64
MANO DE OBRA INDIRECTA		2745,56	2745,56
COMBUSTIBLE		282	282,00
RECARGA GLP		210	210,00
SERVICIOS BASICOS		406,56	406,56
OTROS SERVICIOS		0	0,00
CAJA-BANCOS	477,76	22,24	500,00
CONTINGENCIAS (1%)		98,20	98,20
TOTAL DE INVERSION	36035,99	19543,55	55579,55

B. Estado de fuentes y usos

En la siguiente tabla se detalla las fuentes de financiamiento de los distintos rubros del micro emprendimiento, para al final conocer cuál será el préstamo que se deberá obtener.

Tabla 40 *Estado de Resultados.*

INVERSIONES DEL PROYECTO				
Rubros	USOS	FUENTE DE FINANCIAMIENTO		PROVEDORES
		PROPIO	EXTERNO	
1 Inversiones fijas				
TERRENO	20000	20000		
EDIFICACIONES	10000	10000		
MAQUINARIA Y EQUIPO	4995,61404			4995,614035
MUEBLES Y ENSERES	1526,31579	1526,31579		
EQUIPO DE OFICINA	4000,87719	4000,87719		
HERRAMIENTAS MENORES	959,2			959,2
MENAJE	1223,6			1223,6
2. Inventarios				
SUMINISTROS Y MATERIALES	81,88		81,88	
IMPUESTO IVA NO DEPRECIABLE			0	
IMPREVISTOS 1%	427,87487		427,8748702	
CONTINGENCIAS (1%)	98,2009771	95,2009771	3	
IMPUESTO IVA	1415,64912			1415,649123
3 Activos Diferidos				
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	249		249	
GASTOS DE INSTALACION	380		380	
GASTOS DE PROMOCION	200		200	
GASTO DE CAPACITACION PERSONAL	160		160	
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN	31,0409715		31,04097153	
IMPREVISTOS 1%	10,2004097		10,20040972	
4 Capital de Trabajo				
MATERIA PRIMA (Viveres-otros)	3093,83788		3087,677878	6,16
MATERIALES DESCARTABLES	91,5			91,5
MANO DE OBRA DIRECTA	2490,63842		2490,638415	
MANO DE OBRA INDIRECTA	2745,56142		2745,56142	
COMBUSTIBLE	282		282	
RECARGA GLP	210		210	
SERVICIOS BASICOS	406,56		406,56	
OTROS SERVICIOS	0		0	
CAJA-BANCOS	500	477,76	22,24	
TOTAL DE INVERSION	55579,5511	36100,154	10787,67396	8691,723158

C. Clasificación de las inversiones

Tabla 41 *Inversión de Activos Fijos*

INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	VALOR
MAQUINARIA Y EQUIPO	4995,61
MUEBLES Y ENSERES	1526,32
EQUIPO DE OFICINA	4000,88
MENAJE	1223,60
IMPREVISTOS 1%	427,87
TOTAL	12174,28

Tabla 42 *Activos Diferidos*

ACTIVOS DIFERIDOS	
DETALLE	VALOR
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	249,0
GASTOS DE INSTALACION	380,0
GASTOS DE PROMOCION	200,0
GASTO DE CAPACITACION PERSONAL	160,0
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN	31,0
IMPREVISTOS 1%	10,2
TOTAL	1030,2

Tabla 43 *Capital de trabajo*

CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	VALOR
MATERIA PRIMA (Viveres-otros)	3093,84
MATERIALES DESCARTABLES	91,50
MANO DE OBRA DIRECTA	2490,64
MANO DE OBRA INDIRECTA	2745,56
COMBUSTIBLE	282,00
RECARGA GLP	210,00
SERVICIOS BASICOS	406,56
CAJA-BANCOS	500,00
TOTAL	9820,10

Tabla 44 *Financiamiento del proyecto*

FINANCIAMIENTO	
PRESTAMO	10787,67
PROPIO	36100,15
PROVEEDORES	8691,72
TOTAL DE FINANCIAMIENTO	55579,55

D. Presupuesto de costos de producción

Detalle completo de los costos de producción los costos de materiales, mano de obra directa e indirecta, depreciaciones, mantenimiento, gastos de experimentación, combustible que imprevista proyectada para los 5 años de vida útil del proyecto.

Tabla 45 *Costos de Producción*

ESTRUCTURA DEL COSTO PARA LA VIDA UTIL DEL PROYECTO					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1.- COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA	11987,2715	12479,9484	12992,8742	13526,8814	14082,8362
MATERIALES DESCARTABLES	366	381,0426	396,703451	413,007963	429,98259
MANO DE OBRA DIRECTA	9962,55366	10372,0146	10798,3044	11242,1147	11704,1656
MANO DE OBRA INDIRECTA	5010,81714	5216,76172	5431,17063	5654,39174	5886,78724
SERVICIOS BASICOS (63% Para area Produccion)	256,1328	266,659858	277,619578	289,029743	300,908865
SUMINISTROS Y MATERIALES	81,88	85,245268	88,7488485	92,3964262	96,1939193
CONTINGENCIAS	98,2009771	102,237037	106,43898	110,813622	115,368061
DEPRECIACION DE EDIFICACIONES		475	452,4375	430,946719	410,47675
DEPRECIACIONES MAQUINARIA Y EQUIPO		449,605263	409,140789	372,318118	338,809488
MENAJE	1223,6				
MANTENIMIENTO EQUIPOS Y MAQUINARIAS		2460	2561,106	2666,36746	2775,95516
GASTOS DE EXPERIMENTACION	31,0409715	6,20819431	6,20819431	6,20819431	6,20819431
RECARGA GLP	210	218,631	227,616734	236,971782	246,711322
COMBUSTIBLE	282	293,5902	305,656757	318,21925	331,298061
IMPREVISTOS	427,87487	445,460527	463,768955	482,829859	502,674166
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	29937,3719	33252,4047	34517,7951	35842,497	37228,3757

E. Presupuesto de gastos de administración

Tabla 46 *Gastos de Administración*

2.- GASTOS DE ADMINISTRACION					
GASTOS DE CAPACITACION AL PERSONAL	160	166,576	173,422274	180,549929	187,970531
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	249	49,8	49,8	49,8	49,8
GASTOS DE AMORTIZACIONES					
SERVICIOS BASICOS (37 % Area Administrativa)	150,4272	156,609758	163,046419	169,747627	176,724254
DEPRECIACIONES EQUIPO DE OFICINA		893,52924	690,556293	537,091667	417,731995
OTROS SERVICIOS	275,4	286,71894	298,503088	310,771565	323,544277
IMPREVISTOS 1%					
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	834,8272	1553,23394	1375,32807	1247,96079	1155,77106

F. Presupuestos de gastos de ventas

Tabla 47 *Gastos de Ventas*

3.- GASTOS DE VENTAS					
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD	200	208,22	216,777842	225,687411	234,963164
TOTAL GASTOS DE VENTAS	200	208,22	216,777842	225,687411	234,963164

6.1. Cuadro de ingresos y egresos

En la presente tabla se puede observar que en el año 1 se obtiene **30972,20** Dólares y para el año 5 un valor de 38619, 11 dólares.

Tabla 48 Egresos

ESTRUCTURA DEL COSTO PARA LA VIDA UTIL DEL PROYECTO					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1.- COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA	11987,2715	12479,9484	12992,8742	13526,8814	14082,8362
MATERIALES DESCARTABLES	366	381,0426	396,703451	413,007963	429,98259
MANO DE OBRA DIRECTA	9962,55366	10372,0146	10798,3044	11242,1147	11704,1656
MANO DE OBRA INDIRECTA	5010,81714	5216,76172	5431,17063	5654,39174	5886,78724
SERVICIOS BASICOS (63% Para area Produccion)	256,1328	266,659858	277,619578	289,029743	300,908865
SUMINISTROS Y MATERIALES	81,88	85,245268	88,7488485	92,3964262	96,1939193
CONTINGENCIAS	98,2009771	102,237037	106,43898	110,813622	115,368061
DEPRECIACION DE EDIFICACIONES		475	452,4375	430,946719	410,47675
DEPRECIACIONES MAQUINARIA Y EQUIPO		449,605263	409,140789	372,318118	338,809488
MENAJE	1223,6				
MANTENIMIENTO EQUIPOS Y MAQUINARIAS		2460	2561,106	2666,36746	2775,95516
GASTOS DE EXPERIMENTACION	31,0409715	6,20819431	6,20819431	6,20819431	6,20819431
RECARGA GLP	210	218,631	227,616734	236,971782	246,711322
COMBUSTIBLE	282	293,5902	305,656757	318,21925	331,298061
IMPREVISTOS	427,87487	445,460527	463,768955	482,829859	502,674166
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	29937,3719	33252,4047	34517,7951	35842,497	37228,3757
2.- GASTOS DE ADMINISTRACION					
GASTOS DE CAPACITACION AL PERSONAL	160	166,576	173,422274	180,549929	187,970531
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	249	49,8	49,8	49,8	49,8
GASTOS DE AMORTIZACIONES					
SERVICIOS BASICOS (37 % Area Administrativa)	150,4272	156,609758	163,046419	169,747627	176,724254
DEPRECIACIONES EQUIPO DE OFICINA		893,52924	690,556293	537,091667	417,731995
OTROS SERVICIOS	275,4	286,71894	298,503088	310,771565	323,544277
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	834,8272	1553,23394	1375,32807	1247,96079	1155,77106
3.- GASTOS DE VENTAS					
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD	200	208,22	216,777842	225,687411	234,963164
TOTAL GASTOS DE VENTAS	200	208,22	216,777842	225,687411	234,963164
4.- GASTOS FINANCIEROS					
INTERES BANCARIOS	1618,15109	1078,7674	539,383698	-	-
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1618,15109	1078,7674			
TOTAL	30972,1991	36092,626	36109,901	37316,1452	38619,1099

Tabla 49 Ingresos - ventas

PRODUCTOS	CANT DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL	COST M.P. UNI	P.V.P.	COSTO ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROMPENUCAS	22	132	528	6336	0,48	1,97	3019,65	6337,97	6598,46	6869,66	7152,00	7445,95
CHICHA	8	48	192	2304	0,38	1,58	878,44	2305,58	2400,34	2498,99	2601,70	2708,63
JUCHO	7	42	168	168	0,21	1,60	35,28	169,60	176,57	183,83	191,38	199,25
GUAYUSA	10	60	240	2880	0,13	1,55	374,40	2881,55	2999,98	3123,28	3251,65	3385,29
ROSERO	3	18	72	864	0,59	2,97	509,76	866,97	902,60	939,70	978,32	1018,53
SANGRIA	5	30	120	1440	0,55	1,47	792,50	1441,47	1500,71	1562,39	1626,61	1693,46
HELADO DE YOGURT	10	60	240	2880	0,22	1,73	623,78	2881,73	3000,17	3123,48	3251,85	3385,51
GRANIZADO	10	60	240	2880	0,30	1,98	855,24	2881,98	3000,43	3123,75	3252,13	3385,80
TABLITA EQUINOCCIAL	6	36	144	1728	0,23	3,96	398,86	1731,96	1803,14	1877,25	1954,40	2034,73
TABLITA10 CARNES	4	24	96	1152	2,12	5,92	2443,51	1157,92	1205,51	1255,06	1306,64	1360,34
TABLITA TRIFLESH DE CERDO	8	48	192	2304	0,73	5,45	1675,68	2309,45	2404,37	2503,19	2606,07	2713,18
TABLITA ANDINA	12	72	288	3456	0,11	3,93	380,16	3459,93	3602,14	3750,19	3904,32	4064,79
TOTAL	105	630	2520	28392	6,04	34,11	11987,27	56852,23	59188,85	61621,52	64154,16	66790,90

G. Estado de pérdidas y ganancias

El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias se consigna los ingresos, gastos y utilidades de una empresa durante un tiempo específico.

Tabla 50 Estado de Resultados

DETALLE	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo corriente	32518,51	27630,71	25784,56	27524,09	28731,60
Activo fijo	44631,01	44631,01	44631,01	44631,01	44631,01
Depreciacion acumulada	-1818,13	-3636,27	-5454,40	-7272,54	-9090,67
Activo diferido	-824,19	-618,14	-412,10	-206,05	0,00
TOTAL DE ACTIVO	74507,19	68007,31	64549,08	64676,51	64271,94
Pasivo					
Pasivo corriente	6953,38	5215,03	3476,69	1738,34	0,00
Pasivo largo plazo	7191,78	3595,89	0,00		
Total pasivo	14145,16	8810,93	3476,69	1738,34	0,00
Patrimonio					
Capital	36100,15	36100,15	36100,15	36100,15	36100,15
UTILIDAD EJERCICIO Utilidad neta	24261,88	23096,23	24972,23	26838,02	28171,79
Total Patrimonio	60362,03	59196,38	61072,39	62938,17	64271,94
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	74507,19	68007,31	64549,08	64676,51	64271,94

H. Estado de situación financiera

Tabla 51 *Estado de Situación Financiera*

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo corriente	9918,30	32518,51	27630,71	25784,56	27524,09	28731,60
Activo fijo	44631,01	44631,01	44631,01	44631,01	44631,01	44631,01
Depreciacion acumulada		-1818,13	-3636,27	-5454,40	-7272,54	-9090,67
Activo diferido	1030,24	-824,19	-618,14	-412,10	-206,05	0,00
TOTAL DE ACTIVO	55579,55	74507,19	68007,31	64549,08	64676,51	64271,94
Pasivo						
Pasivo corriente	8691,72	6953,38	5215,03	3476,69	1738,34	0,00
Pasivo largo plazo	10787,67	7191,78	3595,89	0,00		
Total pasivo	19479,40	14145,16	8810,93	3476,69	1738,34	0,00
Patrimonio						
Capital	36100,15	36100,15	36100,15	36100,15	36100,15	36100,15
UTILIDAD EJERCICIO Utilidad neta	0,00	24261,88	23096,23	24972,23	26838,02	28171,79
Total Patrimonio	36100,15	60362,03	59196,38	61072,39	62938,17	64271,94
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	55579,55	74507,19	68007,31	64549,08	64676,51	64271,94

I. Flujo del efectivo

En la tabla de flujo del efectivo se encuentra detallada los valores de ingresos y egresos para el micro emprendimiento.

Tabla 52 *Flujo de Efectivo*

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) VENTAS		56852,23	59188,85	61621,52	64154,16	66790,90
(-) COSTOS DE PRODUCCION		29937,37	33252,40	34517,80	35842,50	37228,38
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION		834,83	1553,23	1375,33	1247,96	1155,77
(-) GASTOS DE VENTAS		200,00	208,22	216,78	225,69	234,96
(-) GASTOS FINANCIEROS		1618,15	1078,77	539,38		
(=) RESULTADO UTILIDAD/ PERDIDA		24261,88	23096,23	24972,23	26838,02	28171,79
(+) DEPRECIACIONES		2856,60	2856,60	2856,60	2856,60	2856,60
(+) AMORT. ACT. NOMINAL		206,05	206,05	206,05	206,05	206,05
(-) INVERSIONES MAQ Y EQUIPO		-4995,61				
(-) INV. TERRENO Y OBRA FISICA		-30000,00				
(-) INVERSION OTROS		-9207,52				
(-) INV. ACTIVO NOMINAL		-1030,24				
(-) INV CAPITAL DE TRABAJO		-9918,30				
(-) IMPREVISTOS		-427,87				
(+) RECUP. CAPITAL TRABAJO						9207,52
(+) PRESTAMO						
(-) AMORT. PRESTAMO		-3595,89132	-3595,89132	-3595,89132		
FLUJO DE EFECTIVO / CAJA	-55579,55108	23728,635	22562,9858	24438,989	29900,6642	40441,9576

CAPÍTULO VII

7. EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA, SOCIAL

La evaluación se la realizará con el objeto de conocer si existe viabilidad o no del proyecto aplicando los siguientes criterios:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Costo Promedio d Capital (TMAR)
- Periodo Real de Recuperación de la Inversión (PRI)
- Relación Beneficio Costo (B/C)

7.1. Evaluación económica

7.1.1. Prueba ácida

$$\text{RAZÓN CORRIENTE} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{INVENTARIOS}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$$

$$\text{PRUEBA ÁCIDA} = \frac{29.016,23 - 14786,18}{6953,38}$$

$$\text{PRUEBA ÁCIDA} = \frac{14.230,05}{7,953,38}$$

$$\text{PRUEBA ÁCIDA} = \$2,05$$

Análisis.- Este resultado nos indica que por cada dólar de deuda a corto plazo tenemos \$1,05 dólares para cubrir la misma, lo que nos indica que el micro emprendimiento no tiene problema de funcionamiento.

7.1.2. Determinación de la evaluación económica

Este parámetro nos permitirá evaluar económicamente para conocer la solvencia, endeudamiento y rentabilidad de la empresa.

Tabla 53 *Determinación de la Evaluación Económica*

DETALLE	AÑO 1
Activo corriente	32518,51
Activo fijo	44631,01
Depreciacion acumulada	-1818,13
Activo diferido	-824,19
TOTAL DE ACTIVO	74507,19
Pasivo	
Pasivo corriente	6953,38
Pasivo largo plazo	7191,78
Total pasivo	14145,16
Patrimonio	
Capital	36100,15
UTILIDAD EJERCICIO Utilidad neta	24261,88
Total Patrimonio	60362,03
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	74507,19

7.2. Evaluación financiera

Para determinar si el proyecto que se va a realizar sea rentable se debe aplicar indicadores financieros que determinen la viabilidad del negocio, se aplicara en este caso el VAN, TIR, TMR, PRI, R/C Y EL PUNTO DE EQUILIBRIO.

Tabla 54 *Flujo de Efectivo*

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) VENTAS		56852,23	59188,85	61621,52	64154,16	66790,90
(-) COSTOS DE PRODUCCION		29937,37	33252,40	34517,80	35842,50	37228,38
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION		834,83	1553,23	1375,33	1247,96	1155,77
(-) GASTOS DE VENTAS		200,00	208,22	216,78	225,69	234,96
(-) GASTOS FINANCIEROS		1618,15	1078,77	539,38		
(=) RESULTADO UTILIDAD/ PERDIDA		24261,88	23096,23	24972,23	26838,02	28171,79
(+) DEPRECIACIONES		2856,60	2856,60	2856,60	2856,60	2856,60
(+) AMORT. ACT. NOMINAL		206,05	206,05	206,05	206,05	206,05
(-) INVERSIONES MAQ Y EQUIPO	-4995,61					
(-) INV. TERRENO Y OBRA FISICA	-30000,00					
(-) INVERSION OTROS	-9207,52					
(-) INV. ACTIVO NOMINAL	-1030,24					
(-) INV CAPITAL DE TRABAJO	-9918,30					
(-) IMPREVISTOS	-427,87					
(+) RECUP. CAPITAL TRABAJO						9207,52
(+) PRESTAMO						
(-) AMORT. PRESTAMO		-3595,89	-3595,89	-3595,89		
FLUJO DE EFECTIVO / CAJA	-55579,55	23728,63	22562,99	24438,99	29900,66	40441,96

Análisis

Con el cuadro anterior demostramos que en el año 1 se empezará obteniendo en el flujo de caja la cantidad de \$23.728,63 finalizando con un incremento en el año 5; el cual demostrará la rentabilidad que tendrá el bar, obteniendo así como resultado en el quinto año \$40.441,96

7.2.1. Cálculo De Valor Actual Neto (VAN)

Es un indicador de la rentabilidad del proyecto.

Tabla 55 Determinación del VAN

Años	F. EFECTIVO
0	-55579,55
1	23728,63
2	22562,99
3	24438,99
4	29900,66
5	40441,96
VAN	77696,53

Análisis.- El VAN es el resultado de la suma de los valores del flujo de caja del año 1 hasta el año 5 el que se realizó utilizando la fórmula la cual nos ayuda a demostrar el factor acumulado actualizado con el que se procedió a determinar el flujo efectivo obteniendo un resultado total de 77.696,53

7.2.2. Cálculo De La Tasa Interna De Retorno (TIR)

Tabla 56 Determinación del TIR

Años	F. EFECTIVO
0	-55579,55
1	23728,63
2	22562,99
3	24438,99
4	29900,66
5	40441,96
TIR	0,37

El resultado del TIR es superior a la tasa pasiva, dentro de las condiciones actuales de mercado, el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero. Con los datos obtenidos de los dos indicadores realizados podemos dar como resultado que el proyecto representa una alta rentabilidad lo cual es viable la realización del mismo.

7.2.3. Tasa Mínima de Retorno

Tabla 57 Determinación De la Tasa Mínima de Retorno

TASA MÍNIMA DE RETORNO (TMR)		
AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	VAN (10,12%)
INVERSIÓN INICIAL	-55579,55	-55579,55
1	23728,63	26400,35
2	22562,99	25103,46
3	24438,99	27190,69
4	29900,66	33267,32
5	40441,96	44995,50
TOTAL	85493,68	101377,76

Análisis.-

Para la creación de PIMBA” la tasa mínima de rendimiento con financiamiento está definida por el 12% que corresponde a 101.377,76 es el promedio de la participación de la inversión.

7.2.4. Cálculo Del Periodo De Retorno De La Inversión (PRI)

Tabla 58 Determinación del PRI

CALCULO DEL PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN (PRI)						
FLUJO EFECTIVO	A. 0	A. 1	A. 2	A. 3	A. 4	A. 5
	-55579,55	23728,63	22562,99	24438,99	29900,66	40441,96
46291,6208		24438,99				3 AÑOS
-9287,93033		33726,92		0,72	8,70	MESES/DIAS
ENTONCES LA INVERSION SE RECUPERA EN EL LAPSO DE 3 AÑOS, 8 MESES, 7 DIAS.						

Análisis

El periodo de recuperación de la inversión se calcula mediante la suma de los flujos actualizados hasta que el resultado sea positivo. Siendo el periodo de recuperación de la inversión de tres años, ocho meses y siete días.

7.2.5. Relación Beneficio Costo

Con la aplicación de la fórmula relación beneficio costo obtuvimos que de cada dólar invertido en el proyecto recuperamos 0,53 centavos, lo cual para el microemprendimiento es rentable ya que si existe recuperación.

Tabla 59 *Determinación Relación Beneficio Costo*

RELACION BENEFICIO COSTO			
AÑOS	INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS
0	55579,55		
1		63592,89	33252,4
2		66206,55	34517,8
3		68927,64	35842,50
4		71760,57	37228,38
5		74709,93	38677,42
		TOTAL INGRESOS	258899,86
		TOTAL COSTOS	134704,44
		(=) COSTO+INVER	134704,44
		R/C	1,92

Análisis

Esta relación involucra a los ingresos y egresos d la microempresa, los egresos incluyen la inversión inicial realizada, en la cual se determinó que por cada dólar habrá 0.92 centavos de ganancias.

7.2.6. Calculo del Punto de Equilibrio (PE)

El punto de equilibrio nos permitirá saber cuántas unidades debo producir para generar utilidad deseada, a partir de cuantas ventas el microemprendimiento es rentable.

Tabla 60 *Determinación del Punto De Equilibrio*

Capital fijo	9918,29869
pvp	2,47916667
COSTO ELABORAR	0,50341429
PE	5020,01102
UTILIDAD	0

Tabla 61 *Unidades a ofertar en el establecimiento*

UNIDADES	VENTAS	COSTOS	UTILIDADES
630	1561,88	10235,45	-8673,57
1535	3805,52	10691,04	-6885,52
2165	5367,40	11008,19	-5640,79
2795	6929,27	11325,34	-4396,07
3425	8491,15	11642,49	-3151,35
4055	10053,02	11959,64	-1906,62
4685	11614,90	12276,79	-661,90
5315	13176,77	12593,95	582,83
5945	14738,65	12911,10	1827,55

Gráfico 40 Punto de Equilibrio



Fuente: Estudio financiero

Análisis

Al realizar la determinación del punto de equilibrio se observó que el establecimiento iniciará a ver utilidades al haber tenido 13, 176,77 dólares de ventas, con un costo de 12.593,95, dejándonos como utilidades netas 1.827, 55 dólares.

7.3. Evaluación social

La evaluación Social nos ayudara a determinar en qué porcentaje nuestro proyecto aporta a disminuir el desempleo en este caso de la provincia de Chimborazo. Tomamos datos históricos del desempleo en la provincia y el número de empleados con el que contara nuestra empresa.

Tabla 62 *Determinación de la Evaluación Social*

EVALUACIÓN SOCIAL		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN CHIMBORAZO (INEC 2010)	164209	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	3	
APORTE	=Personas Empleadas En El Proyecto/Personas Desempleadas (Cantón)	0,000018%

8. CONCLUSIONES

- Luego de haber Realizado un estudio de mercado se concluye que en el cantón Riobamba hay una cantidad alta de personas que consume bebidas típicas y tradicionales con la misma presentación de antaño, por esta razón la población de este sector estaría en total disposición de adquirir los productos y servicios con divertidas e innovadoras presentaciones de las mismas.
- Puedo concluir citando la gran importancia que tiene el realizar un plan de empresas conociendo adecuadamente sus respectivos estudios y requerimientos para poner en marcha el negocio. Se elaboro un manual de funciones explicitas a realizar en cada área.
- Concluyo afirmando que realizar el estudio financiero evaluando puntualmente cada actividad económica del emprendimiento fue imprescindible, ya que así se pudo constatar la rentabilidad del mismo plasmado en los indicadores económicos con resultados positivos con una inversión del capital que se recupera en 3 años, 8 meses y 7 días y una tasa interna de retorno(TIR) del 37% que brindan al proyecto liquidez, sostenibilidad y solvencia económica.

9. RECOMENDACIONES

- Profundizar el conocimiento la práctica y aplicación de técnicas actuales en la presentación de cada uno de los productos a ofertar transmitiendo así ese conjunto de saberes y sabores ancestrales a la población de la ciudad y a los turistas del resto del País.
- Mantener una capacitación y actualización continua en el talento humano para así obtener eficiencia y eficacia en cada uno de los procesos y responsabilidades designadas al igual que se deberá usar equipos con tecnología adecuada para agilizar la producción y en consecuencia obtener mayor rentabilidad.
- Al contar con un estado financiero positivo económicamente rentable y con sostenibilidad se recomienda ejecutar el proyecto de emprendimiento de bebidas típicas debido a su rentabilidad.

10. BIBLIOGRAFÍA

- AGUER HORTALI, M., & PPerez GOROSTEGUI, E.** (1997). *Teoría y Práctica de la Economía de la Empresa*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- AKEN.** (2 de Septiembre de 2014). *Microemprendimientos*. Obtenido de Microemprendimientos: <http://aken-microemprendimientos.blogspot.com/>
- BLANDÓN, P. A.** (1983). *Fundamentos de la Nutrición*. San José: Universidad Estatal A Distancia.
- BORRÁS, J., & Alexandra, R.** (2002). *La Luteína en la Salud Ocular*.
- BOTERO, L. F.** (1990). *CHIMBORAZO DE LOS INDIOS Estudios Antropologicos*. Riobamba: ABYA-YALA.
- CABANILLAS, G. Q.** (1972). *Cocine a Gusto*. San Juan: UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO.
- CABRERA, V. M.** (1971). *Fisica Fundamental*. Mexico, Mexico: PROGRESO SA.
- CANCER, I. N.** (s.f.). *Instituto Nacional del Cancer*. Obtenido de Instituto Nacional del Cancer: <http://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionario?cdrid=45328>
- CLAHORRO, C. V.** (1995). *Quimica General*. España: ECDICIONES UNIVERSIDAD SALAMANCA.
- COCINOVA, E. D.** (2012). *LAS MEJORES TAPAS*. Barcelona: De Vecchi Ediciones S.A.
- COMERCIO, D. E.** (08 de noviembre de 2009). *www.elcomercio.com*. Obtenido de Baltazar Ushca el nieto del Chimborazo: <http://www.elcomercio.com/actualidad/baltasar-ushca-nieto-del-chimborazo.html>
- CORONEL, E. R.** (2009). *SOY LA SEMILLA DE LA PAJA DEL PARAMO* (Vol. 1). (Freire, Ed.) Riobamba, Chimborazo, Sierra: Editorial Pedagogica Freire.
- FITNESS, F. E.** (18 de 12 de 2013). *FEDA*. Obtenido de FEDA: <http://www.feda.net/que-son-las-barritas-energeticas-y-como-deben-consumirse/>
- GEOFISICO, I.** (2016). <http://www.igepn.edu.ec/chimborazo>. Quito: volcanes del instituto geofisico.
- GEOFREY, R.** (2003). *Principios del Marketing*. Segunda Edición Thomson Editores Sapin.
- GODDARD, E. L.** (1966). *El concepto de patron o empleador en la legislacion chilena*. Santiago: Ahumada.
- GROUP, E.-C.** (Enero de 2015). *definiciona.com*. Obtenido de <https://definiciona.com/bebida/>
- HERNANDEZ, A. G.** (2010). *Nutricion Humana en el Estado de Salud* (Vol. 3). España: EDITORIAL MEDICA PANAMERICANA.
- IICA.** (1996). *Evaluación y seguimiento del impacto ambiental en proyectos de inversión para el desarrollo agricola y rural*. San José: Series Publicaciones Miseláneas.

- IN, L.** (24 de julio de 2014). *Bebidas tradicionales de Ecuador para el verano*. Quito.
- INIAP.** (S/F). *MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA, ACUACULTURA Y PESCA*. Obtenido de MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA, ACUACULTURA Y PESCA: <http://www.agricultura.gob.ec/iniap-investigo-propiedades-nutritivas-del-chocho-alternativa-para-una-mejor-alimentacion/#>
- JACOBSEN, S.-E., & Sherwood, S.** (2002). Cultivo de Granos Andinos en el Ecuador: informe sobre los rubros quinua, chocho y amaranto. En S.-E. Jacobsen, & S. Sherwood, *Cultivo de Granos Andinos en el Ecuador: informe sobre los rubros quinua, chocho y amaranto* (pág. 89). Quito: ABYA YALA.
- JIMENEZ, E. M.** (2003). *ACTIVIDAD FISICA Y SALUD INTEGRAL*. Barcelona: Paidotribo.
- Lengua, R. A. (1993). *RAE*. Obtenido de RAE: <http://www.rae.es/fundacion>
- MENA, V.** (17 de Junio de 2012). *Alternativos.cl*. Obtenido de Alternativos.cl: <http://www.alternativos.cl/2012/06/17/el-chocho-alimento-ecuatoriano-rico-en-proteinas-superior-a-la-quinua/>
- MERCURIO, D. E.** (26 de Julio de 2016). *WWW.ELMERCURIO.COM.EC*. Obtenido de www.elmercurio.com.ec/522874-la-ruta-del-hielo-del-chimborazo-se-viste-de-tierra-negra-y-piedra: <https://www.elmercurio.com.ec/522874-la-ruta-del-hielo-del-chimborazo-se-viste-de-tierra-negra-y-piedra/#.V5eV87jhDIU>
- MERCURIO, E.** (11 de abril de 2016). El rompenucas, ancestral como el oficio del hielero del Chimborazo. Cuenca.
- ORTIZ, M. G.** (2003). *Bebidas*. Madrid, España: Unigraf, S.L.
- PACHECO, L.** (28 de agosto de 2015). *Bebidas tradicionales ecuatorianas*. Quito, Ecuador.
- PAÉZ, L.** (17 de Marzo de 2015). *Centro de Nutrición Larisa Páez*. Recuperado el 2015, de Centro de Nutrición Larisa Páez: <http://centrodenutricion.co.cr/que-son-las-barras-energeticas/>
- PHILLIP, K., Paul, B., & THOMAS, H.** (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*. Paidós Ibérica S.A.
- RENZ, U. P.** (1989). *NO QUISIMOS SOLTAR EL AGUA*. Quito.
- ROMÁN, D., Bellido Guerrero, D., & García Luna, P.** (2010). *Dietoterapia, Nutrición Clínica Y Metabolismo*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- S.A, P. V.** (2008). *Selección Persnal*. Málaga: Vertice.
- SOLANO, J.** (21 de Julio de 2014). *Dr.Solano*. Obtenido de Dr.Solano: <http://www.doctorsolano.com/beneficios-de-los-altramuces-para-los-diabeticos>
- STEVE BLANK, B. D.** (2000). *Manual del Emprendedor*. Bogota.
- TANIA, S. S.** (2008). *eumed.net*. Obtenido de eumed.net: <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- TOGORES, J. H.** (2011). *Tratado de Enología*. Madrid, España.

UNICEF. (2012). *GLOSARIO DE NUTRICIÓN: un recurso para comunicadores.*

UNIVERSO, D. e. (2007).
<http://www.eluniverso.com/2007/11/25/0001/12/FD837803F26B4E69BA6D13EF9A95DDE2.html>. *El universo revista digital* .

UNIVERSO, E. (2007). Diario el universo revista digital el hielo del chimborazo. *Servindi* , 2.

VICTORIO, A. D. (16 de Febrero de 2012). *Antonio Díaz Victorio*. Recuperado el 2012, de <http://chokolathosodiaz.blogspot.com/2012/02/metodologia-de-la-investigacion.html>

VILLACRES, E., PERALTA, E., CUADRADO, L., REVELO, J., & Abdo, S. y. (2008). *Propiedades y Aplicaciones de los Alcaloides del Chocho(Lupinus mutabilis Sweet)*. Quito: Grafistas.

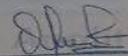
YALA, A. (1997). *PUEBLOS INDIGENAS Y EDUCACION*. Quito: Abya- Yala Editing.

10. ANEXOS

Anexo 1 Examen microbiológico

SAQMIC
Servicios Analíticos Químicos y Microbiológicos en Aguas y Alimentos

EXAMEN MICROBIOLÓGICO DE ALIMENTOS CÓDIGO 157-16

CLIENTE: Sr. Juan Naranjo		TELÉFONO: 0992557859	
DIRECCIÓN: Saraguro-Sur			
TIPO DE MUESTRA: Hielo Chimborazo			
FECHA DE RECEPCIÓN: 12 de julio del 2016			
FECHA DE MUESTREO: 12 de julio del 2016			
EXAMEN FISICO			
COLOR: Transparente			
OLOR: Inodoro			
ASPECTO: Presencia de tierra			
PARÁMETROS	UNIDADES	METODO DE ENSAYO	RESULTADO
<i>B. psicofilas</i>	UFC/g	-	Ausencia
OBSERVACIONES:			
FECHA DE ANÁLISIS: 13 de julio del 2016			
FECHA DE ENTREGA : 18 de julio del 2016			
RESPONSABLES:			
 Dra. Gina Álvarez R.		 Dra. Fabiola Villa	
El informe sólo afecta a la muestra solicitada a ensayo, el informe no deberá reproducirse sino en su totalidad previo autorización de los responsables.			

Dirección: Av. 11 de Noviembre y Milton Reyes
Contáctanos: 0998580374 - 032942322 ó 0984648617
Riobamba - Ecuador

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

ENCUESTA PARA DETERMINAR EL ESTUDIO DE MERCADO

Objetivo:

Determinar el nivel de aceptabilidad de un establecimiento dedicado a la producción y venta de Bebidas tradicionales en la ciudad de Riobamba.

Instrucciones.

- a) Los datos de la encuesta son de uso único y confidencial para quien precede la misma.
- b) Por favor sírvase responder con claridad y sinceridad las preguntas que a continuación se detallan.
- c) Marque con una X en los casilleros que usted crea conveniente.

Cuestionario.

1. ¿Piensa usted que sería factible la implementación de un establecimiento dedicado a la producción de bebidas típicas de la ciudad de Riobamba?

Si ()

No ()

2. ¿Ha consumido usted bebidas naturales en otros establecimientos que ofrezcan este tipo de bebidas en la ciudad de Riobamba?

Si ()

No ()

3. ¿Usted está satisfecho con los productos y servicios ofrecidos en los lugares mencionados anteriormente

SI ()

No ()

4. ¿Usted estaría dispuesto a consumir en un bar de bebidas típicas y tradicionales en la ciudad de Riobamba con los siguientes valores?

3,00 USD

3,50 USD

4,00 USD

5,00 USD

5. ¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a gastar semanalmente en un establecimiento de bebidas típicas y tradicionales?

30,00 USD
40,00 USD
50,00 USD
60,00 USD

6. ¿Con que frecuencia visita los establecimientos de bebidas en Riobamba?

1 vez a la semana () 2 veces a la semana () 3 veces a la semana ()
Más de 3 veces a la semana ()

7. ¿Le gustaría que se brinde un servicio a domicilio en este establecimiento?

Si () No ()

8. ¿En qué lugar le gustaría que se encuentre el establecimiento de bebidas?

Parque Alfaro () Terminal Terrestre () ESPOCH ()

9. ¿Le gustaría que el establecimiento cuente con un tema andino en su decoración?

Si () No ()

10. ¿En qué medios de comunicación le gustaría que se realice la publicidad del establecimiento?

Redes sociales () Radio () Televisión () Prensa escrita ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Anexo N° 3: Carta del Menú de Pimba



BEBIDAS TRADICIONALES CALIENTES		TABLITAS	
<p>Bebidas calientes con el toque de la casa en cada una de sus elaboraciones</p>		<p>Variedad de carnes de la mejor calidad, tubérculos de la provincia incluyendo</p>	
<p>JUCHO RIOBAMBEÑO 1,60</p> <p>Durazno, capulí cocido, canela en polvo, panela, maicena</p>		<p>TABLITA ANDINA 4,00</p> <p>Chips de camote, papa en cubos, zanahoria en bastones,</p>	
<p>CHICHA VOLCAN DE JORA 1,60</p> <p>Jora, canela, pimienta, piña, maracuyá, naranjilla maceradas</p>		<p>TABLITA EQUINOCCIAL 4,00</p> <p>Mix de mariscos saltados, legumbres picadas y chips de</p>	
<p>ROSETO MITAD DEL MUNDO 3,00</p> <p>Piña, babaro, chamburo, cocido, mote desecado, vainilla, agua de rosas</p>		<p>TABLITA LO CARNES 6,00</p> <p>Carne de res, cerdo, pollo, pavo con marinado especial de</p>	
<p>BEBIDAS TRADICIONALES</p>		<p>TABLITA MULTIFLESH DE CERDO 6,00</p> <p>Costillar bbq, lomo saltado, salchicha, piel de cerdo asado, maduros cocidos.</p>	
<p>ROMPENUCAS 63-10 2,00</p> <p>Hielo del Chimborazo picado, pulpa de frutos del bosque caramelizados, endulzante</p>		<p>TABLITA DULCE PASIÓN 4,00</p> <p>Biscochuelos de casa, helados de casa, dulce de leche, tejas de chocolate, cerezas, frambuesas en cubos</p>	
<p>GUAYUSA FROZEN 1,75</p> <p>Caramelo de casa, infusión de guayusa, menta fresca, hielo del Chimborazo procesado.</p>		<p>ESPECIALIDADES DE LA CASA</p>	
<p>CHICHA ICE FESTIVAL 1,75</p> <p>Jora, canela en polvo, helado de vainilla, hielo del</p>		<p>HELADO DE YOGURT PERSONALIZADO 1,80</p> <p>Yogurt natural congelado, mermeladas de fruta, en gomitas, tejas de chocolate</p>	
<p>ROSETO CORDILLERA ANDINA 2,00</p> <p>Frutas tropicales picadas, hielo del Chimborazo, queso fresco laminado, mote cocido, vainilla, agua</p>		<p>SANGRIA TRES REGIONES 1,50</p> <p>Gaseosa tropical semi helada, fruta picada, vino tinto, hielo del Chimborazo</p>	
		<p>GRANIZADO AZUL Y ROJO 2,00</p> <p>Hielo del Chimborazo, jarabe de remolacha, curazao, leche condensada, evaporada y aire de maracuyá</p>	

Anexo N° 3 Recetas Estándar

RECETA ESTANDAR DE PIMBA BAR					
Granizado de frutas			Grupo	BEBIDAS FRIAS	
			Tiempo	5	Pax
INGREDIENTES	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
REMOLACHA	200	gr	2,5	c/lt	0,5
HIELO	200	gr	10	bloque	0,1
MERMELADA	150	gr	2,5	bote	0,83
LECHE EVAPORADA	10	gr	2	lote	0,57
LECHE CONDENSADA	20	gr	3	c/lb	0,13
MARACUYA	60	cm3	4	c/lt	0,24
CHOCOLATE	150	gr	4	c/lt	0,60
				C. variable	2,97
				Varios	0,00
				Total	2,97
				C. Pax	0,30
				C.mp.d.	0,18
				P.v.	1,65
				P.V.S	1,98

RECETA ESTANDAR DE PIMBA BAR					
Sangria Tres Regiones			Grupo	BEBIDAS FRIAS	
			Tiempo	5	Pax
SODA TROPICAL	1000	ml	1	c\lt	1
FRESAS	200	gr	2	c/lb	0,88
CEREZAS	200	gr	2,5	c/lb	1,10
MANZANA	200	gr	2	c/lb	0,88
MIEL	20	cm3	4	c/lt	0,08
VINO TINTO	200	cm3	6	c/lt	1,20
				C. variable	5,14
				Varios	0,36
				Total	5,50
				C. Pax	0,55
				C.mp.d.	0,45
				P.v.	1,22
				P.V.S	1,47

RECETA ESTANDAR DE PIMBA BAR					
Rompenucas Frutos del Bosque			Grupo	BEBIDAS FRIAS	
			Tiempo	5	Pax
INGREDIENTES	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
MORA	100	gr	2	c/lb	0,44
FRUTILA	100	gr	2	c/lb	0,44
CEREZA	100	gr	3,25	c/lb	0,72
AZUCAR	150	gr	0,54	c/lb	0,12
VAINILLA	5	ml	1	bote 100 ml	1,00
HIELO	200	gr	10	bloque 20kg	0,05
ARANDANOS	20	gr	4	bote 200 gr	2,00
				Varios	4,77
				Total	0,00
				C. Pax	4,77
				C.mp.d.	0,48
				P.v.	0,29
				P.V.S	2,00

RECETA ESTANDAR DE PIMBA BAR					
Helado de Yogurt			Grupo	BEBIDAS FRIAS	
			Tiempo	5	Pax
INGREDIENTES	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
YOGURT NATURAL	200	gr	2,5	c/lt	0,5
HIELO	200	gr	10	bloque	0,1
MERMELADA	150	gr	1	bote	0,33
GELATINA SIN SABOR	10	gr	1	lote	0,29
MANZANA	20	gr	2	c/lb	0,09
MIEL	30	cm3	4	c/lt	0,12
CHOCOLATE	150	gr	4	c/lt	0,60
				C. variable	2,02
				Varios	0,14
				Total	2,17
				C. Pax	0,22
				C.mp.d.	0,15
				P.v.	1,44
				P.V.S	1,73

RECETA ESTANDAR DE PIMBA BAR					
Tablita Multiflesh de cerdo			Grupo	PICADAS	
			Tiempo	5	Pax
INGREDIENTES	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
LOMO CERDO	100	gr	3	c/lb	0,66
MORCILLA NEGRA	100	gr	5	c/lb	1,10
PIEL DE CERDO	80	gr	3	c/lb	0,53
CANELA	10	gr	0,8	c/lb	0,02
AZUCAR MORENA	20	gr	0,6	c/lb	0,03
ACEITE	150	gr	2	c/lt	0,66
SAISA BBQ	20	gr	5	c/lt	0,10
CEBOLLA	50	gr	1	c/lb	0,11
MOSTAZA	30	gr	6	c/lb	0,40
SAL	15	gr	0,7	c/lb	0,02
				C. variable	6,80
				Varios	0,48
				Total	7,27
				C. Pax	0,73
				C.mp.d.	0,16
				P.v.	4,55
				P.V.S	5,45

RECETA ESTANDAR DE PIMBA BAR					
Tablita 10 Carnes			Grupo	PICADITAS	
			Tiempo	5	Pax
INGREDIENTES	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
TERNERA	160	gr	0,4	c/lb	0,14096916
RES	160	gr	0,6	c/lb	0,21145374
POLLO	160	gr	0,54	c/lb	0,19
CERDO	150	gr	0,8	c/lb	0,26
PAVO	150	gr	0,6	c/lb	0,20
CILANTRO	10	gr	0,4	c/lb	0,01
ALBAHACA	30	gr	0,5	c/lb	0,07
PEREJIL	10	gr	0,6	c/lb	0,01
MORCILLA	150	gr	5	c/lt	0,75
AJO	20	cm3	4	c/lt	0,08
ACEITE	100	cm3	2	c/lt	0,20
VINO TINTO	200	cm3	6	c/lt	1,20
CEBOLLA	100	gr	1	c/lb	0,22
ROMERO	30	gr	6	c/lb	0,40
SAL	15	gr	0,7	c/lb	0,02
				C. variable	19,82
				Varios	1,39
				Total	21,21
				C. Pax	2,12
				C.mp.d.	0,43
				P.v.	4,93
				P.V.S	5,92

RECETA ESTANDAR DE PIMBA BAR					
Tablita Equinoccial			Grupo	TABLITAS	
			Tiempo	5	Pax
INGREDIENTES	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
PAPAS	80	gr	0,4	c/lb	0,07
LECHUGA	100	gr	1	c/lb	0,22
ZANAHORIA	80	gr	0,6	c/lb	0,11
DORADO	80	gr	2	c/lb	0,35
CALAMAR	80	gr	2	c/lt	0,16
PULPO	80	cm3	5	c/lt	0,40
VINAGRE	100	cm3	2	c/lt	0,20
VINO TINTO	100	cm3	6	c/lt	0,60
CEBOLLA	50	gr	1	c/lb	0,11
LAUREL	5	gr	6	c/lb	0,07
SAL	15	gr	0,7	c/lb	0,02
				C. variable	2,31
				Varios	0,00
				Total	2,31
				C. Pax	0,23
				C.mp.d.	0,07
				P.v.	3,30
				P.V.S	3,96

RECETA ESTANDAR DE PIMBA BAR					
Chicha Volcán de jora			Grupo	BEBIDAS FRIAS	
			Tiempo	5	Pax
INGREDIENTES	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
JORA	500	gr	1,8	c/lb	1,98
CANELA	15	gr	0,5	c/lb	0,19
PIMIENTA DULCE	5	gr	0,25	funda	0,03
PIÑA	400	gr	1	Unidad	0,40
MARACUYA	60	gr	0,3	Unidad	0,02
CEDRON	5	gr	0,25	funda	0,03
HIERBALUISA	5	gr	0,25	funda	0,13
NARANJILLA	90	gr	1	funda	0,15
PANELA	500	gr	0,8	c/lb	0,88
				C. variable	3,81
				Varios	0,00
				Total	3,81
				C. Pax	0,38
				C.mp.d.	0,29
				P.V.S	1,58

RECETA ESTANDAR DE PIMBA BAR						
Jucho				Grupo	BEBIDAS CALIENTES	
				Tiempo	Pax	10
INGREDIENTES	Cantidad	MÁS PAX	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
CAPULI	420	420	gr	0,8	c/lb	0,74008811
PANELA	150	150	gr	0,8	c/lb	0,26431718
CANELA	15	15	gr	0,5	c/lb	0,19
MAICENA	30	30	gr	1,25	c/lb	0,08
AGUA	200	200	ml	1,25	botellon 5000r	0,05
PIMENTA DULCE	5	5	gr	0,5	c/lb	0,01
					C. variable	2,00
					Varios	0,00
					Total	2,00
					C. Pax	0,20
					C.mp.d.	0,15
					P.v.	1,33
					P.V.S	1,60

RECETA ESTANDAR DE PIMBA BAR						
Guayusa Frozen				Grupo	BEBIDAS FRIAS	
				Tiempo	Pax	10
INGREDIENTES	Cantidad	MÁS PAX	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
AGUA	100	100	gr	2	c/lb	0,44
AZUCAR	100	100	gr	3,25	c/lb	0,72
ACIDO CITRICO	100	100	gr	0,54	c/lb	0,12
MENTA	100	100	ml	1	bote 100 ml	1,00
					C. variable	2,72
					Varios	0,00
					Total	2,72
					C. Pax	0,27
					C.mp.d.	0,21
					P.v.	1,29
					P.V.S	1,55

RECETA ESTANDAR DE PIMBA BAR					
Tablita Andina			Grupo	TABLITAS	
			Tiempo	5	Pax
INGREDIENTES	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
PAPAS	90	gr	0,4	c/lb	0,07929515
CAMOTE	90	gr	0,6	c/lb	0,11894273
ZANAHORIA	80	gr	0,6	c/lb	0,11
VINO TINTO	120	cm3	6	c/lt	0,72
CEBOLLA	60	gr	1	c/lb	0,13
LAUREL	10	gr	6	c/lb	0,13
SAL	15	gr	0,7	c/lb	0,02
				C. variable	1,31
				Varios	0,00
				Total	1,31
				C. Pax	0,13
				C.mp.d.	0,04
				P.v.	3,28
				P.V.S	3,93

RECETA ESTANDAR DE PIMBA BAR					
Rosero Andino			Grupo	BEBIDAS CALIENTES	
			Tiempo	5	Pax
INGREDIENTES	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Unidad	Costo Total
PIÑA	500	gr	1	UNIDAD	0,5
BABACO	600	gr	1,5	UNIDAD	0,75
CHAMBUROS	3	unidad	0,3	UNIDAD	0,9
MOTE COCIDO	300	gr	1,5	c/lb	0,99
AZUCAR	500	gr	0,5	c/lb	0,55
CLAVO DE OLOR	4	unidad	0,25	FUNDA	0,05
FRUTILLA	300	gr	2	c/lb	1,32
AGUA	1500	gr	1,25	bote5000ml	0,38
ESCENCIA DE VAINILLA	5	gr	1	bote 100 ml	0,05
AGUA DE ROSAS	200	gr	1	c/lt	0,20
HIERBA LUISA	10	cm3	0,25	funda	0,13
MENTA	10	cm3	0,25	funda	0,13
				C. variable	5,94
				Varios	0,00
				Total	5,94
				C. Pax	0,59
				C.mp.d.	0,24
				P.v.	2,47
				P.V.S	2,97