



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
BOMBONERÍA ARTESANAL CON LA UTILIZACIÓN DE
PRODUCTOS ANDINOS, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA
DE CHIMBORAZO 2017**

Trabajo de Titulación

Tipo: Emprendimientos

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIATURA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

AUTORA: LILIANA MARIVEL GARCÉS CABRERA

TUTOR: ING. DANILO FERNANDEZ

Riobamba - Ecuador

2018

©2017, Liliana Marivel Garcés Cabrera

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

CERTIFICACIÓN:

EL TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN CERTIFICA QUE:

El **Trabajo de Titulación modalidad Emprendimientos**, titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA BOMBONERÍA ARTESANAL CON LA UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS ANDINOS, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO 2017”, de responsabilidad de la Srta. Liliana Marivel Garcés Cabrera ha sido prolijamente revisado y se autoriza su presentación.

Ing. Danilo Fernández

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE
TITULACION**

FIRMA

Lic., Mauricio Gaibor

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

FIRMA

Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo

DOCUMENTALISTA

FIRMA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación tipo emprendimiento ha sido revisado y autorizado para su publicación.

Ing. Danilo Fernando Fernández Vinuesa Msc,
DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Lic. Fabián Mauricio Gaibor Monar Msc.
MIEMBRO DE TRABAJO DE TITULACION

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

© 2018, Liliana Marivel Garcés Cabrera

Yo Liliana Marivel Garcés Cabrera, soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual de la Tesis de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Liliana Marivel Garcés Cabrera

C.I. 060440302-2

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios por haberme dado la vida, por darme la fortaleza cuando he estado a punto de caer y por haberme permitido llegar a un momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional en los momentos más difíciles.

A mi padre, hermano y hermanas por todos sus consejos y amor. A mis amigos: Jerson y Juan Carlos que me dejaron recuerdos muy bonitos que con su aprecio y enseñanzas me ayudaron mucho cuando más lo necesitaba fueron una parte importante en mi vida.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A mi madre que ha sabido formarme con buenos hábitos, principios y valores, lo cual me ha ayudado a convertirme en el ser humano que soy.

Al Ing. Danilo Fernández director de la tesis, por su valiosa guía y asesoramiento oportuno en la realización de la misma.

Gracias a todos y todas quienes me ayudaron de forma directa e indirecta para la culminación de este proyecto de investigación.

RESUMEN

El presente emprendimiento propone desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una bombonería artesanal con la utilización de productos andinos, en el cantón Riobamba en la provincia de Chimborazo. En base a los objetivos planteados se realizaron diferentes estudios como: estudio de mercado, en el que se aplicaron encuestas de manera aleatoria determinándose que existe una demanda insatisfecha del 87%, el estudio técnico determinó que el tamaño de la empresa es pequeño, localizado en un sector comercial lo que implica mayor concurrencia de potenciales clientes, su producción diaria será de 720 bombones con 18 variedades destacándose los rellenos de quinua, arroz de cebada y el chocho, en el estudio administrativo legal se realizó un análisis exhaustivo de los diferentes reglamentos y requisitos para implementar un emprendimiento; el estudio ambiental establece que no generamos un impacto ambiental considerable por ello se realizó una matriz para mitigar los efectos correspondientes; dentro del estudio financiero constan todos los presupuestos y las características necesarias para la ejecución del proyecto, además se detalla el total de la inversión en \$ 16675.13. En la evaluación económica, para establecer la viabilidad financiera del proyecto, dio como resultado un VAN positivo de \$ 1573,50 mientras que la TIR es de 15%, la relación beneficio/costo es de 1,59. Y el periodo de recuperación de la inversión será en 2 años, lo principal dentro de la bombonería en que está enfocado a satisfacer las necesidades de los clientes potenciales a más de cuidar su salud con productos saludables, mediante los diferentes estudios realizados se determinara que el presente emprendimiento es viable.

Palabras claves: <Emprendimiento>, <Bombonería>, <Artesanal>, <Chocolate Fino de Aroma Ecuatoriano>, <Cacao>, <Productos andinos>, <Bombón>, <Factibilidad>.

SUMMARY

The objective of the present titling work is to develop a feasibility study to create a craft sweetshop with the use of Andean products, in Riobamba town, Chimborazo province. For the work, different studies were carried out such as market study, in which random surveys applied, determining that there is an unsatisfied demand of 87%, the technical research concluded that the size of the company is small, located in a commercial sector which implies more concurrence of potential customers, its daily production will be 720 chocolates with 18 varieties highlighting the quinoa, barley rice, and lupine fillings, in the legal administrative study an exhaustive analysis of the different regulations and requirements carried out an enterprise; the environmental research establishes that we did not generate a considerable environmental impact; therefore a matrix was created to mitigate the corresponding effects; The financial study includes all the budgets and the characteristics necessary for the execution of the project, and the total investment detailed in \$ 16675.13. In the economic evaluation, to establish the financial viability of the project, resulted in a positive NPV of \$ 1573.50 while the IRR is 15%, the benefit/cost ratio is 1.59. And the period of recovery of the investment will be in 2 years, the main thing in the chocolate shop that focused on meeting the needs of potential customers to take care of their health with healthy products, through the different studies conducted will determine that the present venture is viable. The project is economically and financially feasible concerning the economic research, so it is advisable to use the local raw material to boost the economy of the same, as well as to support cultural revitalization through the use of ancestral foods such as quinoa, Barley rice, and lupine.

Keywords: <TECHNOLOGIES AND MEDICAL SCIENCE> <GASTRONOMY>
 <ENTREPRENEURSHIP> <CRAFT SWEETSHOP> <ECUADORIAN CHOCOLATE FINE
 FLAVOR> <ANDEAN PRODUCTS> <FEASIBILITY STUDY>

ÍNDICE GENERAL

Contenido

.....	i
CAPÍTULO I	1
1. Aspectos Generales	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Justificación	2
1.3 Objetivos	3
1.3.1 Objetivo General	3
1.3.2 Objetivos Específicos	3
CAPÍTULO II	4
2. Bases Teóricas	4
2.1 Mapa Conceptual del hilo Conductor del Marco Teórico	4
2.2 Marco Teórico	6
2.3 Marco Conceptual	25
3. Metodología	27
3.1 Métodos, Técnicas e Instrumentos	27
3.1.3. Técnicas de recolección de datos	27
3.2 Población y muestra	28
3.2.1. Segmento de mercado	28
3.2.2. Universo	28
3.2.3. Muestra	28
3.3 Tabulación y análisis de resultados de la Encuesta	30
CAPÍTULO IV	43
4.1.4 Confrontación entre la Oferta y la Demanda	45
Confrontación entre la Demanda y la Oferta	45
4.1.5 Mix de mercado	46
4.1.8 Determinación de inversiones y gastos del área comercial	58

4.3.2 Organización	63
4.4 Estudio Técnico	70
4.4.1 Localización.....	70
<i>c. Proceso de producción.....</i>	<i>73</i>
<i>e. Diseño de la planta.....</i>	<i>92</i>
<i>f. Insumos de aseo</i>	<i>97</i>
Fuente: Estudio Financiero	98
4.4.3 Programa pre-operativo	98
4.5 Marco Legal.....	98
4.5.1 Permisos requeridos para su funcionamiento.....	102
4.5.7 Mitigar el impacto ambiental	106

ÍNDICE DE CUADROS

Descripción	Pág.
Cuadro 1-1: Contenido de macronutrientes en la quinua y alimentos seleccionados, por cada 100 gr de peso en seco	17
Cuadro 2-1: Comparación de los perfiles de los aminoácidos de la quinua y otros cultivos seleccionados	18
Cuadro 3-1: Contenido mineral en la quinua y en alimentos seleccionados en mg por cada 100g de peso en seco	19
Cuadro 4-1: Contenido en vitaminas la quinua frente a otros alimentos mg/100g peso en seco	20
Cuadro 5-1: Componentes mayoritarios por 100g de la cebada	20
Cuadro 6-1: Micronutrientes de la cebada	20
Cuadro 7-3: Universo de estudio	28
Cuadro 8-3: Género de los encuestados	30
Cuadro 9-3: Rangos de edad de los encuestados	30
Cuadro 10-3: Le gusta el chocolate a los encuestados	31
Cuadro 11-3: Frecuencia de compra de chocolates	32
Cuadro 12-3: Motivos para comprar chocolates	33
Cuadro 13-3: Cantidad de chocolates comprados	34
Cuadro 14-3: Cuánto dinero gasta al comprar chocolates	34
Cuadro 15-3: Ha consumido alguna vez chocolates artesanales	35
Cuadro 16-3: Conoce empresas que ofrezcan Chocolates con productos andinos	36
Cuadro 17-3: Preferencia de presentación de los chocolates	37
Cuadro 18-3: Productos que degustaría como rellenos en bombones de chocolate	38
Cuadro 19-3: Estaría dispuesto a comprar chocolates artesanales con productos andinos	39
Cuadro 20-3: Aspectos considerados al momento de comprar productos de chocolatería	40
Cuadro 21-4: Proyección de la Demanda	44
Cuadro 22-4: Análisis de la Competencia	44
Cuadro 23-4: Proyección de la Oferta	45
Cuadro 24-4: Confrontación entre la Oferta y la Demanda	45
Cuadro 25-4: Proyección de la Demanda Objetiva	46

Cuadro 26-4: Determinación de la Localización	57
Cuadro 27-4: Activos fijos del área comercial	58
Cuadro 28-4: Gastos de publicidad del área comercial	58
Cuadro 29-4: Área Administrativa y financiera	63
Cuadro 30-4: Área Productiva	63
Cuadro 31-4: Área Comercial	63
Cuadro 32-4: Contratación del talento humano	64
Cuadro 33-4: Manual de Funciones del Gerente	65
Cuadro 34-4: Manual de Funciones de la Contadora	66
Cuadro 35-4: Manual de Funciones del Cajero/Despachador	66
Cuadro 36-4: Activos fijos del área comercial	67
Cuadro 37-4: Materiales y Suministros del área comercial	67
Cuadro 38-4: Matriz FODA	70
Cuadro 39-4: Matriz FODA	70
Cuadro 40-4: Consumo de servicios básicos	93
Cuadro 41-4: Combustibles	94
Cuadro 42-4: Mantenimiento de equipos	94
Cuadro 43-4: Materia prima	95
Cuadro 44-4: Activos fijos de producción	97
Cuadro 45-4: Insumos de aseo	97
Cuadro 46-4: Costos de experimentación	98
Cuadro 47-4: Acciones remediales para el impacto ambiental	106
Cuadro 48-4: Inventarios del Proyecto	107
Cuadro 49-4: Inversiones del Proyecto	109
Cuadro 50-4: Clasificación de las Inversiones	110
Cuadro 51-4: Fuentes y usos	111
Cuadro 52-4: Amortización de diferidos	113
Cuadro 53-4: Amortización del préstamo	113
Cuadro 54-4: Depreciación Activos Fijos	114
Cuadro 55-4: Estructura de Costos y Gastos del Proyecto	114
Cuadro 56-4: Estado Proforma de Resultados	116
Cuadro 57-4: Balance General	117
Cuadro 58-4: Calculo del Flujo de Caja del Proyecto	118
Cuadro 59-4: Calculo del VAN y TIR	119
Cuadro 60-4: Relación Beneficio-Costo	122
Cuadro 61-4: Punto de Equilibrio	122

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Descripción	Pág.
Gráfico 1-3: Género de los encuestados	29
Gráfico 2-3: Rangos de edad de los encuestados	30
Gráfico 3-3: Le gusta el chocolate a los encuestados	30
Gráfico 4-3: Frecuencia de compra de chocolates	31
Gráfico 5-3: Motivos para comprar chocolates	32
Gráfico 6-3: Cantidad de chocolates comprados	33
Gráfico 7-3: Cuánto dinero gasta al comprar chocolates	34
Gráfico 8-3: Ha consumido alguna vez chocolates artesanales	35
Gráfico 9-3: Conoce empresas que ofrezcan chocolates con productos andinos	35
Gráfico 10-3: Preferencia de presentación de los chocolates	36
Gráfico 11-3: Productos que degustaría como rellenos en bombones de chocolate	37
Gráfico 12-3: Estaría dispuesto a comprar chocolates artesanales con productos andinos	38
Gráfico 13: Aspectos considerados al momento de comprar productos de chocolatería	39
Gráfico 14-4: Mapa del Cantón dividido en parroquias	55
Gráfico 15-4: Cartilla de bombones para los clientes	59
Gráfico 16-4: Cartelera publicitaria para la pared	60
Gráfico 17-4: Mapa del Cantón dividido en parroquias	71

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Descripción	Pág.
Fotografía 1: Caja de Bombones artesanales	46
Fotografía 2: Bombón Bomboú	47
Fotografía 3: Bombón Chocmor	47
Fotografía 4: Bombón Chocodeli	47
Fotografía 5: Bombón Babacho	48
Fotografía 6: Bombón Maybom	48
Fotografía 7: Bombón Ensueño	48
Fotografía 8: Bombón Bomsun	49
Fotografía 9: Bombón Citrusbom	49
Fotografía 10: Bombón Fruitred	49
Fotografía 11: Bombón Mintbom	50
Fotografía 12: Bombón Piquisbom	50
Fotografía 13: Bombón Quichoco	50
Fotografía 14: Bombón Cochocho	51
Fotografía 15: Bombón Cebachoc	51
Fotografía 16: Bombón Choquibom	51
Fotografía 17: Bombón Macechoc	52
Fotografía 18: Bombón Choquinubom	52

ÍNDICE DE ANEXOS

Descripción	Pág.
Anexo 1: Modelo de encuesta dirigida a consumidores locales de chocolate	126
Anexo 2: Ficha Profesiográfica del Área de Comercialización	128
Anexo 3: Recetas estándar de los bombones con productos andinos	129
Anexo 4: Fichas Profesiográfica de Talento Humano	151

CAPÍTULO I

1. Aspectos Generales

1.1 Planteamiento del problema

Todos conocen de los beneficios de un buen chocolate, el problema es que pocos saben diferenciar la calidad de un buen chocolate y un chocolate refinado, este último es el que encontramos generalmente en las tiendas comerciales y cuyo valor nutricional es escaso, ya que gran porcentaje de la manteca de cacao es reemplazada por grasas hidrogenadas.

En el mercado existe gran demanda de chocolates con ingredientes similares pero ninguno hace énfasis al resaltar productos andinos en sus ingredientes, actualmente la sociedad ha dejado de consumir productos andinos como la quínoa, chocho y arroz de cebada por el desconocimiento que aportan estos productos para la salud del ser humano.

Esto se convierte en un problema ya que las personas no se alimentan con productos sanos, que aportan nutrientes por ejemplo; los padres tienen ese mal hábito de no nutrir a sus hijos sino más bien tratan de complacer sus caprichos sin basarse a las necesidades nutricionales que requiere un infante.

La mayoría de personas optan por consumir bombones de chocolates con relleno de ingredientes comunes que hay en el mercado, pero no toman en cuenta que puede contener un relleno alternativo, utilizando productos andinos con beneficios nutricionales como: las proteínas, carbohidratos y vitaminas.

El aspecto artesanal es de útil importancia, por ello hay que rescatarlo y potenciarlo; no solo por hecho de encontrarse desvalorizados sus procesos, sino también por promover la producción y consumo de productos nativos a la producción artesanal.

1.2 Justificación

En la actualidad la tendencia del consumo del chocolate a nivel mundial se ha incrementado considerablemente debido a diferentes factores, dentro de los cuales se destaca los beneficios que este tiene en la salud , ya que contiene una gran cantidad de antioxidantes los cuales ayudan en la captación de radicales libres evitando la mutación o muerte celular temprana.

El chocolate ayudara a prevenir enfermedades del corazón, disminuye el riesgo de accidente cerebrovascular, aumenta el colesterol bueno, mejora la visión, refuerza el estado de ánimo es por ello que se toma en cuenta cada uno de estos beneficios para combinarlos con productos andinos.

El propósito de implementar ésta bombonería, es para ofrecer una alternativa de consumo de productos andinos como la quínoa, arroz de cebada y chocho: utilizando como base el chocolate, además de considerar el valor nutricional que tiene cada ingrediente los mismos que ayudarán a la salud del consumidor, con precios asequibles y competitivos con la finalidad de satisfacer las exigentes demandas de los consumidores, ya sean niños, adultos o ancianos. Por todo lo antes sustentado, se propone desarrollar esta novedosa propuesta empresarial.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

- Diseñar el estudio de factibilidad para la creación de una bombonería artesanal con la utilización de productos Andinos, en el Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo 2017.

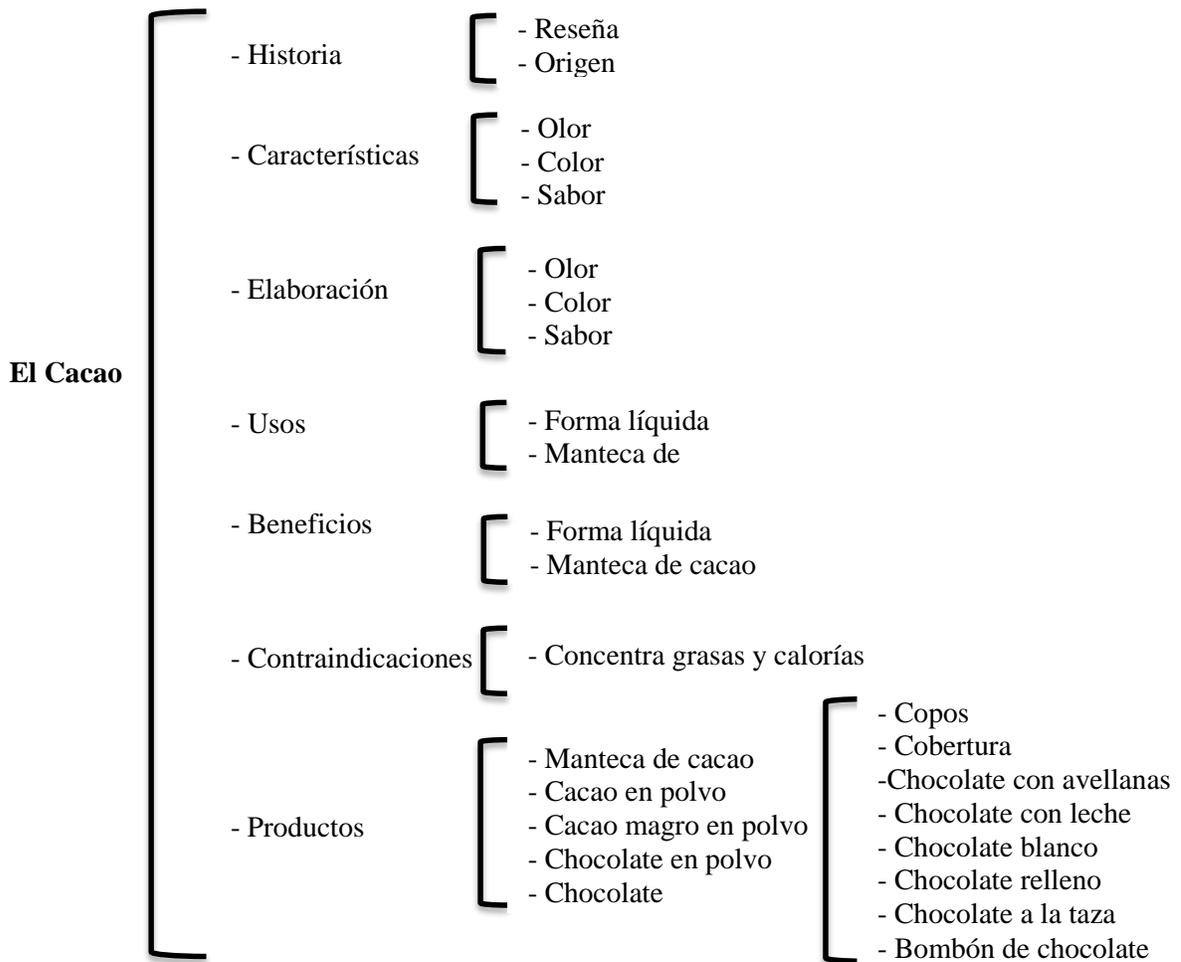
1.3.2 Objetivos Específicos

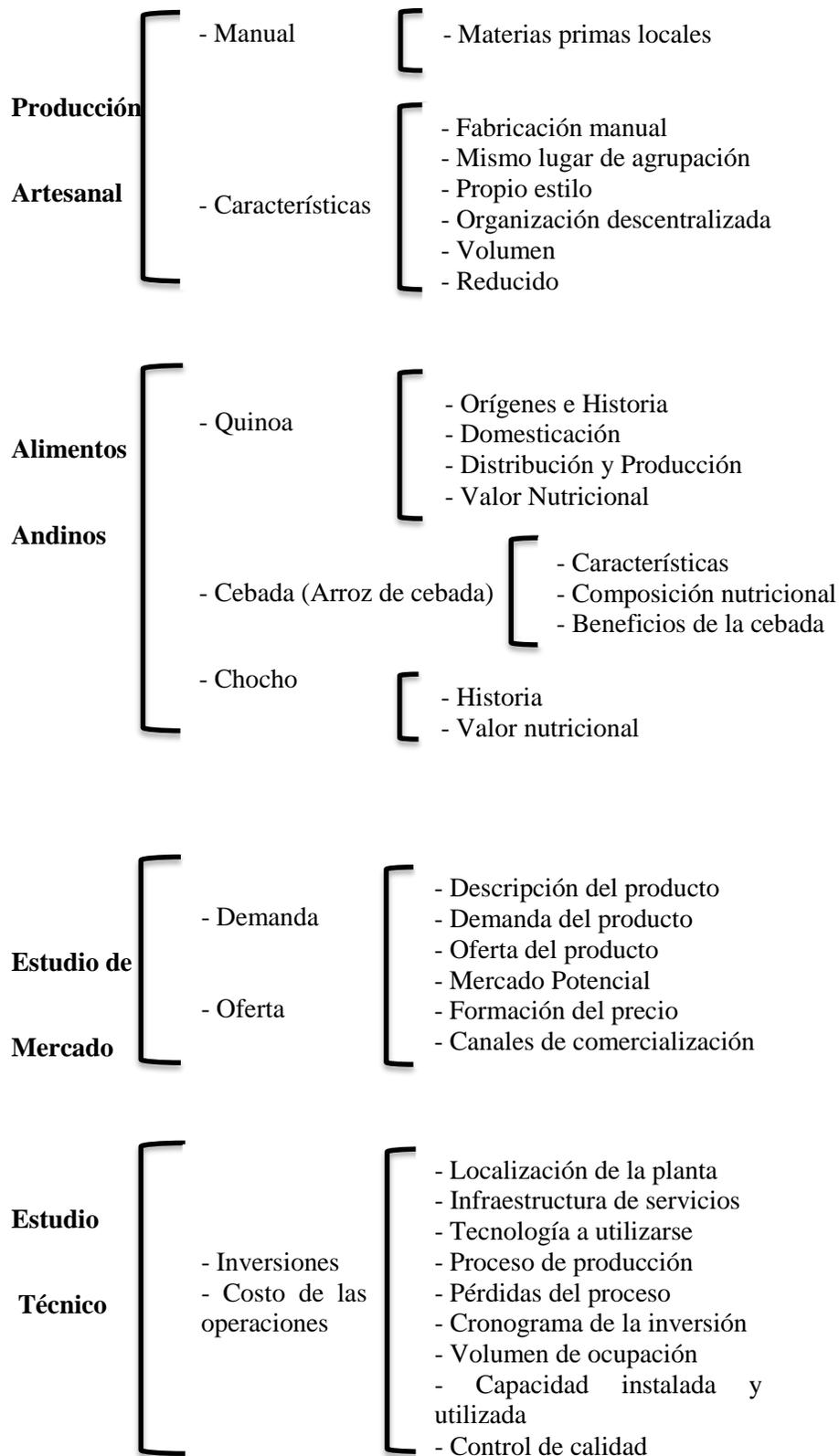
- Elaborar el estudio de mercado para la identificación de clientes potenciales, gustos y preferencias con relación al consumo de chocolate en el cantón Riobamba.
- Establecer una carta de bombones con la utilización de productos andinos como la quinua, arroz de cebada y chocho.
- Determinar la factibilidad del proyecto a través de la aplicación de los estudios; técnico, administrativo, legal, medio ambiente y económico financiero.

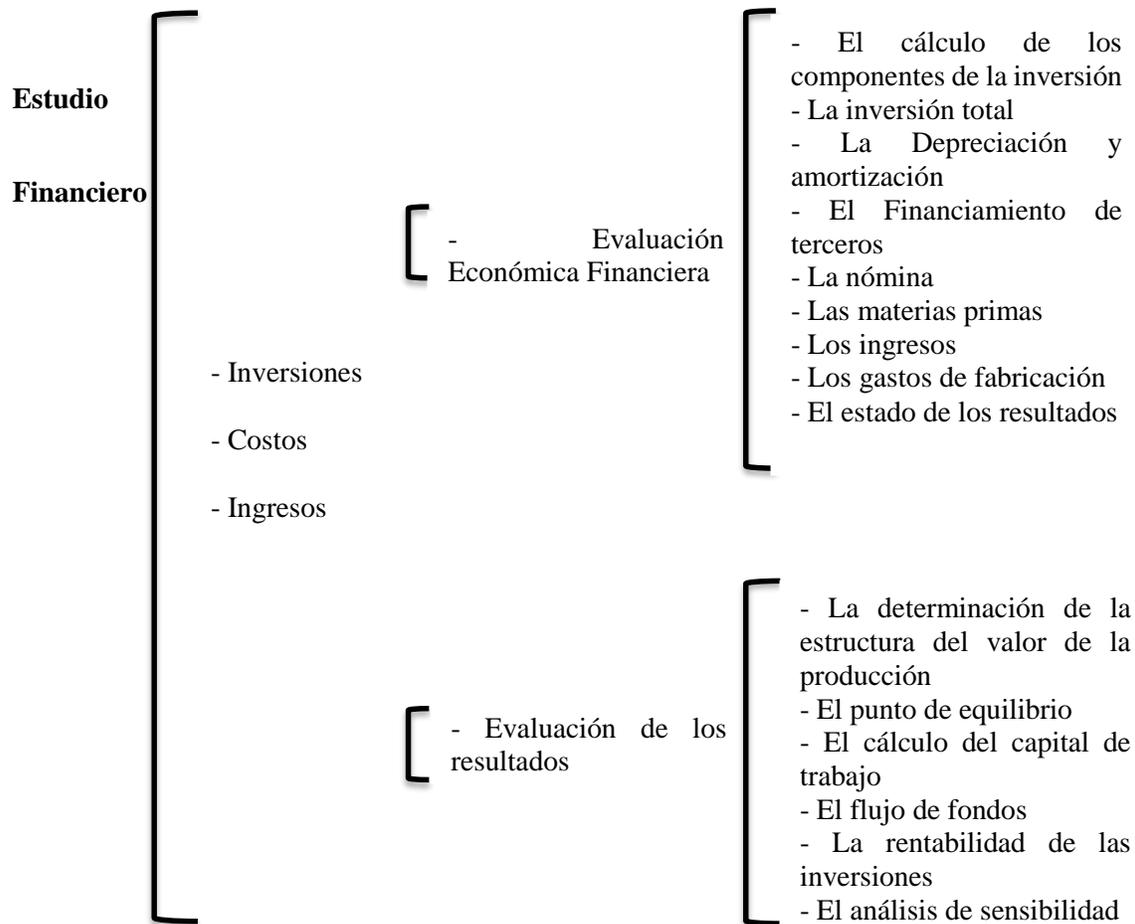
CAPÍTULO II

2. Bases Teóricas

2.1 Mapa Conceptual del hilo Conductor del Marco Teórico







2.2 Marco Teórico

2.2.1 Historia del Cacao

El primer europeo en descubrir los granos de cacao fue Cristóbal Colón, al llegar a lo que hoy es Nicaragua durante su cuarto viaje. Más de un milenio antes del Descubrimiento de América, las culturas Toltecas, Mayas y Aztecas ya lo cultivaban. Usaban el cacao como moneda, y para preparar una bebida deliciosa, el XOCOLAT, como descubría Hernán Cortés, cuando Moctezuma II organizaba banquetes en su honor. Pero por su sabor amargo, tardó casi un siglo en ser introducido en Europa y empleado para hacer una bebida. (Anecacao, 2015)

Dominado por España, el negocio del cacao fue rentable a mediados del siglo XVI, lo que potenció el cultivo en lo que hoy es la costa ecuatoriana. En 1600 había ya pequeñas siembras a orillas del río Guayas. Este cacao tenía una fama especial por su calidad y aroma floral típico, proveniente de la

variedad autóctona que hoy llamamos Aroma Nacional o Sabor Arriba. En 1789, la Cédula Real obtiene la facultad de exportar el cacao desde Guayaquil, en lugar del Callao. (Anecacao, 2015)

En las primeras décadas del siglo XIX, más del 50% de la producción de cacao se encontraba en Venezuela. En la década de 1820, los portugueses introducen la pepa de oro en Ghana y otros países del centro de África. En ese entonces, la tercera parte de la producción mundial de cacao era consumida por los españoles. Durante el mismo siglo, se empieza a extender el cultivo en Brasil. A finales del siglo XIX, los suizos producen el primer chocolate en leche. Los chocolates suizos conquistan cantidades de premios en festivales internacionales, dando origen a la industria que conocemos hoy en día. (Anecacao, 2015)

La cultura del cacao en Ecuador es antigua, se sabe que a la llegada de los españoles en la costa del Pacífico, ya se observaban grandes árboles de cacao que demostraban el conocimiento y la utilización de esta especie en la región costera, antes de la llegada de los europeos. (Anecacao, 2015)

En el Ecuador actual se cultivan algunos tipos de cacao, pero la variedad conocida como NACIONAL es la más buscada entre los fabricantes de chocolate, por la calidad de sus granos y la finura de su aroma. Sin embargo, la llegada de enfermedades severas como la monoliosis o la escoba de bruja, hace unos 100 años, engendró la introducción masiva de cacao extranjero, proveniente particularmente de Venezuela. (Anecacao, 2015)

Estos cacaos se cruzaban con la variedad local, dando híbridos vigorosos y productivos, pero cuyos frutos tenían una calidad aromática menor que la original. Se pensó entonces que se debería poder encontrar los representantes de esta variedad ancestral, que se estaba paulatinamente perdiendo en el proceso de hibridación y poder así volver a recrear las variedades productivas con un gusto equivalente a la variedad nativa Nacional. (Anecacao, 2015)

La hipótesis de la existencia de una variedad ancestral pudo ser verificada gracias al análisis de las colecciones antiguas de los diferentes cacaos del Iniap y de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo (Uteq). Estas colecciones corresponden a los Árboles cultivados en toda la zona costera del Ecuador. Mediante los métodos de análisis de ADN desarrollados por el Cirad, algunos Árboles fueron identificados como los ancestros probables de todo el Pool híbrido actualmente cultivado en Ecuador. Los estudios de paternidad confirmaron esta hipótesis. (Anecacao, 2015)

Sin embargo, el origen del cacao Nacional era todavía desconocido, por lo que hubo que recurrir a nuevos análisis de ADN para buscar pistas entre las distintas variedades nativas. Existen poblaciones

de cacao salvaje en toda la región amazónica, desde Colombia hasta la Guyana y Brasil. (Anecacao, 2015)

Desde hace varias décadas se ha hecho la búsqueda de estos tipos en estado natural. El material vegetal producto de esta amplia prospección se conserva actualmente en varias colecciones locales e internacionales. El proyecto de investigación tuvo acceso a estos materiales y pudo efectuar la comparación de las huellas genéticas de ADN del material salvaje con los representantes de la variedad nativa Nacional. (Anecacao, 2015)

2.2.2 Origen del chocolate

El chocolate no es en realidad materia prima, sino que es un producto obtenido de la planta de cacao a la cual se le agregan otros elementos tales como materia grasa, azúcar, leche, frutas secas o diferentes sabores de acuerdo al interés de quien lo prepare. Numerosas culturas precolombinas utilizaban el cacao en forma de bebida, aunque el sabor y la apariencia de la misma no tenían nada que ver con lo que hoy conocemos por chocolate, siendo aquella mucho más agresiva y desagradable. (Bembibre, 2010)

2.2.3 Elaboración

El chocolate se elabora a partir de la fermentación, secado, tostado y amasado de los granos de cacao. Una vez que los mismos son procesados se obtiene una dura y densa masa de cacao, la forma de chocolate más pura de todo el proceso de elaboración. Para obtener lo que normalmente se consume como chocolate, este producto es separado en la forma líquida y la manteca de cacao, responsable de darle cremosidad y consistencia suave al producto. Se considera que mientras más manteca de cacao tenga el chocolate, más suave y untuoso será pero esto significa que habrá menos rastros del cacao puro, por lo cual los chocolates más suaves se consideran normalmente de menor calidad. Al mismo tiempo, al chocolate se le puede agregar más o menos azúcar de acuerdo a la pureza que se intente obtener. (Bembibre, 2010)

Tal como se dijo, trabajar el chocolate no es algo fácil ya que requiere de experiencia, tenacidad y paciencia. El chocolate debe ser templado para poder ser trabajado, lo cual significa que se deben alterar sus temperaturas para equilibrarlas y hacerlo así un producto más fácilmente moldeable. El chocolate recibe numerosas críticas, algunas positivas y otras no tanto: mientras se suele ver al chocolate como un elemento prohibido en cualquier dieta por su alto valor en grasas y calorías, también se lo considera un alimento muy nutritivo y eficaz en la prevención de cierto tipo de

enfermedades siempre que se lo consuma de manera adecuada y mesurada, por supuesto y como todo en la vida. (Bembibre, 2010)

2.2.4 Beneficios del consumo

Las propiedades beneficiosas las ostenta aquel chocolate negro que posee más de un 70 % de cacao en su composición.

El sistema circulatorio es uno de los más beneficiados con el consumo de chocolate, reduce la posibilidad de sufrir enfermedades cardíacas, accidentes cerebro vasculares, también se le reconocen acciones a la hora de disminuir la presión arterial, el colesterol malo, efectos antioxidantes, y algunos le atribuyen un efecto afrodisíaco, aunque, este no está ciertamente comprobado, solamente hay un basamento en el placer que su consumo le provoca a la mayoría de las personas. (Bembibre, 2010)

Otro beneficio que se le endilga y que sin sudas resulta ser muy importante para nuestros días es su efecto relajante. Se ha probado que consumir chocolate relaja a la mente y por caso es que el mismo puede ser una excelente opción cuando la rutina y las obligaciones diarias ponen los nervios de punta. (Bembibre, 2010)

Un aporte del chocolate específicamente para las mujeres es su gran acción a instancias de la etapa pre menstrual dado que el chocolate negro ayuda a disminuir la retención de líquidos que se produce en este momento del ciclo femenino y además minimiza la ansiedad que las mujeres sienten en este momento. (Bembibre, 2010)

Pero también se debe decir que ese efecto Up para el ánimo es generalizado y los hombres también pueden disfrutarlo si es que están pasando por un bajón anímico, no solamente las mujeres cuando se acerca su período. (Bembibre, 2010)

Su principal desventaja es el hecho de ser un producto que concentra grasas y calorías y entonces el hecho de ser consumido en grandes cantidades, en una dieta desbalanceada y sin la correspondiente realización de ejercitación física que ayude a bajar las calorías consumidas a partir, hará que aumenten los riesgos de padecer obesidad. (Bembibre, 2010)

2.2.5 Definiciones, características de los productos del chocolate y denominaciones de venta

Manteca de cacao: es la materia grasa obtenida de granos o parte de granos de cacao y que tenga las características siguientes (Gastronomía&Cía, 2013) :

a) Contenido de ácidos grasos libres expresados en ácido oleico: 1,75 por ciento como máximo.

b) Materia insaponificable determinada mediante éter de petróleo: 0,5 por ciento como máximo, excepto para la manteca de cacao de presión, en la que no superará el 0,35 por ciento. Cacao en polvo: es el producto obtenido por la transformación en polvo de granos de cacao limpios, descascarillados y tostados y que contenga un 20 por ciento, como mínimo, de manteca de cacao, calculado sobre el peso de la materia seca, y, como máximo, un 9 por ciento de agua (Gastronomía&Cía, 2013).

- Cacao magro en polvo, cacao magro, cacao desgrasado en polvo o cacao desgrasado: es el cacao en polvo que contiene menos del 20 por ciento de manteca de cacao calculado sobre materia seca.
- Chocolate en polvo: es el producto consistente en una mezcla de cacao en polvo y azúcares que contienen como mínimo, un 32 por ciento de cacao en polvo.
- Chocolate en polvo para beber: Es el producto consistente en una mezcla de cacao en polvo y de azúcares que contienen, como mínimo, un 25 por ciento de cacao en polvo.
- Chocolate

a) Es el producto obtenido a partir de productos de cacao y azúcares, contiene un 35 por ciento, como mínimo, de materia seca total de cacao, del cual un 18 por ciento como mínimo será manteca de cacao y un 14 por ciento como mínimo materia seca y desgrasada de cacao (Gastronomía&Cía, 2013).

b) No obstante, cuando esta denominación se utilice y complete con los términos:

- Copos: el producto presentado en alguna de esas formas contendrá como mínimo un 32 por ciento de materia seca total de cacao, de la cual un 12 por ciento, como mínimo, será de manteca de cacao, y un 14 por ciento, como mínimo, de materia seca y desgrasada de cacao.
- Cobertura: el producto contendrá al menos el 35 por ciento de materia seca total de cacao, de la cual un 31 por ciento, como mínimo, será manteca de cacao, y un 2,5 por ciento, como mínimo, de materia seca y desgrasada de cacao.
- Chocolate con avellanas: el producto debe ser obtenido, en primer lugar, a partir de chocolate con un contenido mínimo de materia seca total de cacao del 32 por ciento, del cual un 8 por ciento, como mínimo, será materia seca y desgrasada de cacao, y, en segundo lugar, a partir de

avellanas finamente trituradas en cantidades que oscilen entre un mínimo de 20 g y un máximo de 40 g por cada 100 g de producto.

Podrá añadirse lo siguiente:

1) Leche o materia seca de leche, procedente de la evaporación de la leche, en una proporción tal que el producto acabado no contenga más del 5 por ciento de materia seca de leche (Gastronomía&Cía, 2013).

2) Almendras, avellanas y otras variedades de frutos de cáscara, partidos o enteros, en una cantidad que, sumada a la de avellanas molidas, no exceder del 60 por ciento del peso total del producto.

- Chocolate con leche:

a) Es el producto obtenido a partir de productos de cacao, azúcares y leche o productos lácteos.

1. Como mínimo, un 2,5 por ciento de materia seca y desgrasada de cacao.

2. Como mínimo, un 3,5 por ciento de materia grasa láctea.

3. Como mínimo, un 25 por ciento de materia grasa total (manteca de cacao y materia grasa láctea).

- Chocolate blanco: es el producto obtenido a partir de manteca de cacao, leche o productos lácteos y azúcares y que contenga, como mínimo, un 20 por ciento de manteca de cacao y, al menos, un 14 por ciento de extracto seco de la leche procedente de la deshidratación parcial o total de leche entera, semidesnatada o desnatada, de nata, nata parcial o totalmente deshidratada, de mantequilla o de materia grasa láctea, del que un 3,5 por ciento como mínimo corresponderá a materia grasa láctea.

- Chocolate relleno: es el producto relleno cuya parte exterior esté constituida por uno de los productos definidos en los apartados 3.6, 3.7 y 3.8 Esta designación no se aplicará a los productos cuyo interior esté constituido por productos de panadería, pastelería, galletería o bollería o por helado.

La porción exterior de chocolate de los productos con tal denominación constituirá, como mínimo, un 25 por ciento del peso total de dicho producto. (Gastronomía&Cía, 2013)

Chocolate a la taza: es el producto obtenido a partir de productos de cacao, azúcares y harina o almidón de trigo, de arroz o de maíz, que contenga, al menos, un 35 por ciento de materia seca total

de cacao, del que, al menos, un 18 por ciento será manteca de cacao, y, al menos, un 14 por ciento será materia seca y desgrasada de cacao, y, como máximo, un 8 por ciento de harina o almidón. (Gastronomía&Cía, 2013)

Bombón de chocolate: Es el producto del tamaño de un bocado, constituido:

- a. Por chocolate relleno
- b. Por chocolate o por una yuxtaposición o una mezcla de chocolate de acuerdo con las definiciones de los apartados 3.6, 3.7, y 3.8 y de otras materias comestibles, siempre que el chocolate represente, al menos, el 25 por ciento del peso total del producto. (Gastronomía&Cía, 2013)

2.2.6 Errores en el proceso de bombonería

a. Los bombones moldeados presentan manchas mates si no se utilizan unos moldes lisos y totalmente limpios impidiendo obtener un mejor producto final.

Un chocolate que no sea lo bastante fluido será difícil de desmoldar, lo que provocará puntos mates, y como resultado, el chocolate se endurece de forma desigual y se sobrecristaliza.

Un enfriamiento a una temperatura demasiado baja hará que el chocolate se endurezca demasiado rápido, creando puntos mates.

b. Un chocolate menos fluido no llenará las esquinas o detalles del molde, lo cual creará agujeros después de desmoldarlo.

c. Los bombones moldeados no se sellarán correctamente por el exceso de relleno.

d. Hay huellas de dedos en los bombones terminados debido a que cada vez que se toca la superficie de la cavidad de un molde, se deja huellas de dedos en la cobertura de chocolate que está moldeando.

e. Cuando los moldes están sucios y contienen restos de chocolate se endurecerán mal y se pegarán al molde.

f. Los bombones moldeados se ponen totalmente grises debido a que el proceso de enfriamiento es demasiado lento y por lo tanto se produce una cristalización del azúcar blanco con textura granulosa.

g. Los bombones no se endurecen en el molde cuando el chocolate no se ha atemperado (o precristalizado), es decir que la manteca de cacao del chocolate no tenía la estructura cristalina adecuada y, por lo tanto, no podía endurecerse.

- h. Los bombones no se sueltan del molde debido a que el chocolate no se ha cristalizado lo suficiente, por tanto el tiempo de enfriamiento ha sido demasiado corto
- i. Los bombones son difíciles de desmoldar cuando la cobertura de chocolate es demasiado fina es decir que el chocolate no se contraerá lo suficiente durante el enfriamiento, lo que impedirá desmoldarlo con facilidad.
- j. La cobertura de chocolate es demasiado gruesa debido a que el chocolate se ha sobrecristalizado. (Callebaut, 2018)

2.2.7 Producción Artesanal

El modo de producción artesanal, tiene por finalidad la creación de un objeto producido en forma predominantemente manual con o sin ayuda de herramientas y máquinas, generalmente con utilización de materias primas locales y procesos de transformación y elaboración transmitidos de generación en generación, con las variaciones propias que le imprime la creación individual del artesano. Es una expresión representativa de su cultura y factor de identidad de la comunidad". (Ingeniería, 2017)

En este modo de trabajo la técnica juega un papel fundamental; la cual alude a aquellas actividades relacionadas con el trabajo artesanal y mientras que la tecnología se reserva para aquellas técnicas que hacen uso del conocimiento científico. (Ingeniería, 2017)

2.2.6.1 Características de la producción artesanal

- a. Fabricación manual, domiciliaria, para consumo de la familia o la venta de un bien restringido.
- b. En el mismo lugar se agrupan el usuario, el artesano, el mercader y el transporte.
- c. El artesano elabora los productos con sus manos en su totalidad, seleccionando personalmente la materia prima, dándole su propio estilo, su personalidad.
- d. Requiere de una fuerza laboral altamente especializada en el diseño de las operaciones de manufactura, especialmente para el armado final del producto.
- e. Tienen una organización descentralizada en una misma ciudad. Cada artesano se especializa en un componente del producto.

f. El volumen de la producción es generalmente reducido.

La producción artesanal corresponde a etapas históricas anteriores a la división del trabajo (en la que el artesano dominaba todo el trabajo). Actualmente se sigue utilizando esta denominación para referir a aquellos procesos, de hoy en día, en los que no se ha hecho una gran incorporación de tecnología (máquinas, organizaciones, etc.) También se le utiliza para referir a ciertos procesos de producción de alimentos en los que, un mismo productor, maneja todas las etapas de la cadena de producción (desde la obtención de los insumos hasta la distribución de los productos al consumidor). (Ingeniería, 2017)

2.2.8 Alimentos andinos

El Ecuador es considerado como uno de los países de mayor diversidad del mundo, alberga especies de importancia medicinal, alimenticia, artesanal, etc. Aquí se encuentran dos de los centros de diversidad florística del mundo: El Andino y Amazónico. (Aguirre, 2017)

En la región interandina el uso de las raíces y los tubérculos constituye una fuente fundamental en la alimentación y en la industria. Ocupan el segundo lugar mundial en área sembrada y volumen de producción con 47'523000 ha y 556'676000 toneladas. Los Andes es una zona de agricultura tradicional que puede ser considerada como un MACROCENTRO de conservación de la biodiversidad de cultivos andinos especialmente raíces y tubérculos. (Aguirre, 2017)

Los indígenas dispusieron de un centenar de alimentos vegetales, incluyendo las frutas. De ellos se destacan el maíz, que fue el cereal más consumido desde Norteamérica hasta Chile, así como el fréjol, acompañante obligado en el consumo del maíz, el chocho, la quinua y otros. (Villarroel, 2008)

Los indígenas de la Cordillera de los Andes, desde Colombia hasta Bolivia, consumían en gran cantidad el chocho, una leguminosa que junto a la habilla blanca, tubérculos como la papa, la oca, el melloco, la zanahoria blanca o arracacha y en la costa la yuca y el maní, rico en aceite y grasa, eran componentes permanentes de su mesa. (Villarroel, 2008)

2.2.9 Quinoa

a. Orígenes e Historia

Para la FAO (2013) la quinua es una planta andina que se originó en los alrededores del lago Titicaca de Perú y Bolivia, fue cultivada y utilizada por las civilizaciones prehispánicas y reemplazada por los cereales a la llegada de los españoles, a pesar de constituir un alimento básico de la población de ese entonces. (FAO, 2013)

La evidencia histórica disponible señala que su domesticación por los pueblos de América puede haber ocurrido entre los años 3.000 y 5.000 antes de Cristo. Existen hallazgos arqueológicos de quinua en tumbas de Tarapacá, Calama y Arica, en Chile, y en diferentes regiones del Perú. A la llegada de los españoles, la quinua tenía un desarrollo tecnológico apropiado y una amplia distribución en el territorio Inca y fuera de él. El primer español que reporta el cultivo de quinua fue Pedro de Valdivia, quien al observar los cultivos alrededor de Concepción menciona que, entre otras plantas, los indios siembran también la quinua para su alimentación. (FAO, 2013)

Garcilaso de la Vega describe en sus comentarios reales que la planta de quinua es uno de los segundos granos que se cultivan sobre la faz de la tierra denominada quinua y que se asemeja algo al mijo o arroz pequeño y hace referencia al primer envío de semillas hacia Europa, que desafortunadamente llegaron muertas y sin poder germinar, posiblemente debido a la alta humedad reinante durante la travesía por mar. (FAO, 2013)

Posteriormente, Cieza de León (1560) indica que la quinua se cultivaba en las tierras altas de Pasto y Quito, mencionando que en esas tierras frías se siembra poco maíz y abundante quinua. También Patiño (1964) menciona que en sus revisiones sobre La Paz se habla de la quinua como una planta que servía de alimento a los indígenas (Jiménez de la Espada, 1885, II, 68) y finalmente Humboldt, al visitar Colombia, indica que la quinua siempre ha acompañado a los habitantes de Cundinamarca. (FAO, 2013)

b. Domesticación

Antes de su domesticación, la quinua silvestre probablemente se usó por sus hojas y semillas para la alimentación. Una evidencia temprana de su morfología se encuentra en la cerámica de la cultura Tiahuanaco, que representa a la planta de quinua con varias panojas distribuidas a lo largo del tallo, lo que mostraría una de las razas más primitivas de la planta. Desde el punto de vista de su variabilidad genética puede considerarse como una especie oligocéntrica, con centro de origen de amplia distribución y diversificación múltiple. La región andina, especialmente las orillas del Lago Titicaca, muestra la mayor diversidad y variación genética de la quinua. (FAO, 2013)

Durante la domesticación de la quinua, y como producto de la actividad humana, hubo un amplio rango de modificaciones morfológicas. Entre ellas: la condensación de la inflorescencia en el extremo terminal de la planta, el incremento del tamaño de la planta y la semilla, la pérdida de los mecanismos de dispersión de la semilla, así como altos niveles de pigmentación. (FAO, 2013)

Durante la domesticación los pueblos andinos seleccionaron los genotipos por el tipo de uso y por la tolerancia a factores adversos tanto bióticos como abióticos, llegando a obtener las actuales plantas y ecotipos con características diferenciales, tales como las quinuas "chullpi" para sopas, las quinuas "pasankalla" para tostado, las "coyotos" para harina, las "reales" para la "pissara" o graneado, la "utusaya" para resistir a la salinidad, las "witullas" y "achachinos" para resistir el frío, las "kcancollas" para resistir la sequía, las "quellus" o amarillas para alto rendimiento, las "chewecas" para resistir el exceso de humedad, las "ayaras" por valor nutritivo (alto balance de aminoácidos esenciales y proteína), y las "ratuquis" por precocidad. (FAO, 2013)

c. Distribución y Producción

La quinua se encuentra de forma nativa en todos los países de la región andina, encontrándose desde Colombia (Pasto) hasta el norte de Argentina (Jujuy y Salta) y el sur de Chile. (FAO, 2013)

Según FAOSTAT, en el periodo 1992 al 2010 el área cosechada y la producción total de quinua en los principales países productores Bolivia, Perú y Ecuador, casi ha duplicado y triplicado sus cifras respectivamente.

El cultivo de la quinua está en expansión, encontrándose en la actualidad en más de 70 países. En 2002 fueron registradas 80.000 hectáreas de quinua en el mundo, las cuales se producen principalmente en la región andina. Los principales productores del mundo son Bolivia, Perú y los Estados Unidos. Sin duda, los mayores países productores de quinua en la región andina y en el mundo son Perú y Bolivia. El año 2008 la producción de ambos países representó el 92% de la quinua producida en el mundo. Más atrás se encuentran: Estados Unidos, Ecuador, Argentina y Canadá, totalizando cerca del 8% de los volúmenes globales de producción. En los últimos años (2009) la producción en la región andina fue aproximadamente de 70.000 toneladas. (FAO, 2013)

El cultivo de la quinua ha trascendido las fronteras continentales. Es cultivada en Francia, Inglaterra, Suecia, Dinamarca, Holanda e Italia. En los Estados Unidos se produce en Colorado, Nevada, en Canadá en las praderas de Ontario. En Kenia, en el Himalaya y las planicies del norte de la India. (FAO, 2013)

d. Valor Nutricional

La quinua es única debido a su calidad de semilla que puede comerse de modo similar al grano. Generalmente, o bien se cocina y se añade a sopas, o se transforma en harina para utilizar en pan, bebidas o papillas. En relación con la nutrición, la quinua se puede comparar en energía a alimentos consumidos similares como frijoles, maíz, arroz o trigo, tal y como se muestra en el Cuadro 1. Además, la quinua destaca por ser una buena fuente de proteínas de calidad, fibra dietética, grasas poliinsaturadas y minerales. Aunque la quinua es una buena fuente de muchos nutrientes, es importante consumirla como parte de una comida equilibrada junto con muchos otros tipos de alimentos a fin de obtener una buena nutrición general. (FAO, 2013)

Cuadro 1: Contenido de macronutrientes en la quinua y en alimentos seleccionados, por cada 100 g de peso en seco					
	Quinua	Frijol	Maíz	Arroz	Trigo
Energía (kcal/100 g)	399	367	408	372	392
Proteína (g/100 g)	16,5	28,0	10,2	7,6	14,3
Grasa (g/100 g)	6,3	1,1	4,7	2,2	2,3
Total de carbohidratos	69,0	61,2	81,1	80,4	78,4

Fuente: FAO. 2013

e. Proteínas

La cantidad de proteínas en la quinua depende de la variedad, con un rango comprendido entre un 10,4 % y un 17,0 % de su parte comestible. Aunque generalmente tenga una mayor cantidad de proteínas en relación con la mayoría de granos, la quinua se conoce más por la calidad de las mismas. La proteína está compuesta por aminoácidos, ocho de los cuales están considerados esenciales tanto para niños como para adultos. Tal y como se muestra en el Cuadro 2, si se compara con el patrón de puntuación de aminoácidos esenciales recomendado por la FAO para niños con edades comprendidas entre los 3 y los 10 años, la quinua supera las recomendaciones para los ocho aminoácidos esenciales. Al contrario que la quinua, la mayoría de los granos tienen un bajo contenido del aminoácido esencial lisina, mientras que la mayoría de las legumbres tienen un bajo contenido en los aminoácidos sulfúricos metionina y cisteína. (FAO, 2013)

Cuadro 2: Comparación de los perfiles de los aminoácidos esenciales de la quinua y otros cultivos seleccionados con el patrón de puntuación recomendado por la FAO para edades comprendidas entre los 3 y los 10 años (g/100 g de proteína)					
	FAO ^a	Quinua ^b	Maíz ^b	Arroz ^b	Trigo ^b
Isoleucina	3,0	4,9	4,0	4,1	4,2
Leucina	6,1	6,6	12,5	8,2	6,8
Lisina	4,8	6,0	2,9	3,8	2,6
Metionina ^c	2,3	5,3	4,0	3,6	3,7
Fenilalanina ^d	4,1	6,9	8,6	10,5	8,2
Treonina	2,5	3,7	3,8	3,8	2,8
Triptófano	0,66	0,9	0,7	1,1	1,2
Valina	4,0	4,5	5,0	6,1	4,4

^a Patrones de puntuación de los aminoácidos para niños de edades comprendidas entre los 3 y los 10 años, adaptados por la FAO (2013), Dietary protein quality evaluation in human nutrition, Report of an FAO Expert Consultation. Roma.

^b Koziol (1992).

^c Metionina + cisteína

^d Fenilalanina + tirosina

Fuente: FAO. 2013

f. Fibra dietética

En un estudio reciente de cuatro variedades de quinua se mostró que la fibra dietética en la quinua cruda varía entre los 13,6 g y los 16,0 g por cada 100 g de peso en seco. La mayoría de la fibra dietética era insoluble, con un intervalo de 12,0 g a 14,4 g en comparación con el contenido comprendido entre 1,4 g y 1,6 g de la fibra soluble por cada 100 g de peso en seco. De modo similar al valor proteico total de la quinua, el valor de la fibra dietética es por lo general mayor al de la mayoría de granos e inferior al de las legumbres. La fibra dietética constituye la parte de los alimentos vegetales que no se puede digerir y es importante para facilitar la digestión y prevenir el atasco fecal del intestino. (FAO, 2013)

g. Grasas

Tal y como se muestra en el Cuadro 1, la quinua contiene más grasas (6,3 g) por cada 100 g de peso en seco en comparación con los frijoles (1,1 g), el maíz (4,7 g), el arroz (2,2 g) y el trigo (2,3 g). Las grasas son una importante fuente de calorías y facilitan la absorción de vitaminas liposolubles. Del contenido total de materias grasas de la quinua, más del 50 % viene de los ácidos grasos poliinsaturados esenciales linoleico (omega 6) y linolénico (omega 3). Los ácidos linoleico y linolénico se consideran ácidos grasos esenciales, ya que no los puede producir el cuerpo. Se ha demostrado que los ácidos grasos de la quinua mantienen la calidad debido al alto valor natural de la vitamina E, que actúa como antioxidante natural. (FAO, 2013)

h. Minerales

En promedio, la quinua una es mejor fuente de minerales en relación con la mayoría de los granos presentados en el Cuadro 3. En especial, la quinua es una buena fuente de hierro, magnesio y zinc si se compara con las recomendaciones relativas al consumo diario de minerales. La falta de hierro suele ser una de las deficiencias nutricionales más comunes. Sin embargo, la quinua, del mismo modo que todos los alimentos vegetales, contiene algunos componentes no nutritivos que pueden reducir el contenido y la absorción de sustancias minerales. Las más notables son sus saponinas, que se encuentran en la capa exterior de la semilla de la quinua y normalmente se extraen durante su procesado para eliminar el sabor amargo. La quinua también tiene un alto contenido en el compuesto de oxalato, que se puede unir a minerales como el calcio y el magnesio y reducir su absorción en el cuerpo. (FAO, 2013)

Cuadro 3: Contenido mineral en la quinua y en alimentos seleccionados, en mg por cada 100 g de peso en seco				
	Quinua	Maíz	Arroz	Trigo
Calcio	148,7	17,1	6,9	50,3
Hierro	13,2	2,1	0,7	3,8
Magnesio	249,6	137,1	73,5	169,4
Fósforo	383,7	292,6	137,8	467,7
Potasio	926,7	377,1	118,3	578,3
Zinc	4,4	2,9	0,6	4,7

i. Vitaminas

La quinua es también una buena fuente de las vitaminas B2 (riboflavina) y ácido fólico en comparación con otros granos, mientras que su contenido en tiamina es similar al de otros granos y el de niacina es en promedio inferior, como se muestra en el Cuadro 4. También contiene cantidades significativas de vitamina E, aunque esta cantidad parece disminuir después de procesarse y cocinarse (Koziol, 1992). En general, el contenido en vitaminas de la quinua no se ve afectado por la eliminación de sus saponinas, ya que las vitaminas no se encuentran en el pericarpio de la semilla. (FAO, 2013)

Cuadro 4: Contenido en vitaminas de la quinua frente a otros alimentos, mg/100g peso en seco				
	Quinua	Maíz	Arroz	Trigo
Tiamina	0,2-0,4	0,42	0,06	0,45-0,49
Riboflavina	0,2-0,3	0,1	0,06	0,17
Ácido fólico	0,0781	0,026	0,020	0,078
Niacina	0,5-0,7	1,8	1,9	5,5

2.2.10 Cebada (*Arroz de cebada*)

La cebada es el grano de la *Hordeum vulgare*, una herbácea de la familia de las gramíneas. Está considerado a su vez el 5º cereal más cultivado del mundo, lo cual le confiere gran importancia para el ser humano. La parte comestible de esta planta es el grano, con una composición muy parecida a la del trigo. Cuando se conserva la cáscara tras la molienda es cuando se considerará integral y poseerá todas las vitaminas y la fibra alimentaria tan buena para el tránsito intestinal. (Serrano, 2013)

a. Composición nutricional

Su composición, muy similar a la del trigo, sólo se diferencia en un porcentaje ligeramente inferior de proteínas, menor en hidratos de carbono, e igual de rica en vitamina B1 y B2. Es rica en minerales como el cinc y aporta diversos oligoelementos aunque es carente en calcio. (Serrano, 2013)

También aporta, sobre todo cuando no está refinada, una óptima cantidad de fibra indispensable para un buen tránsito intestinal y una sensación de saciedad muy útil en dietas de adelgazamiento. (Serrano, 2013)

Cuadro 5-1: Componentes mayoritarios por 100g de la cebada

Nutriente	Cantidad (g)	% de la CDR
Proteínas	12,5g	23%
Glúcidos (azúcares)	56,2g	19%
Lípidos (grasas)	2,3g	4%

Aporte Calórico: 354 cal

Cuadro 6-1: Micronutrientes de la cebada

Nutriente	Cantidad	% de la CDR
Vitamina A	2µg	–
Vitamina B ₁	0,646mg	42%
Vitamina B ₂	0,285mg	18%

Vitamina B ₃	8,07mg	43%
Vitamina B ₆	0,318mg	15%
Vitamina B ₉	19µg	10%
Vitamina C	-mg	–
Vitamina E	0,6mg	7%
Calcio	33mg	3%
Fósforo	264mg	32%
Magnesio	133mg	37%
Hierro	3,6mg	35%
Potasio	452mg	25%
Cinc	2,77mg	18%

b. Beneficios de la cebada

Es buena para prevenir o tratar algunas enfermedades, de ahí que en ocasiones se le diera un uso medicinal. Por ejemplo, gracias a su composición nutricional se ha relacionado el consumo de cebada por una reducción de las lipoproteínas LDL causantes de la presencia del colesterol nocivo, por lo que es buena para tratar el exceso de colesterol. También hay que tener en cuenta el alto contenido de fibra, lo cual regula el tránsito intestinal previniendo enfermedades como el cáncer de colon. (Serrano, 2013)

2.2.11 Chocho

El altramuz, chocho, lupino o tarwi (quechua II), tawri (quechua I) (*Lupinus mutabilis*) es una leguminosa que en los últimos años se ha colocado entre las más importantes de la escala nutricional debido a su alto contenido en proteínas, mayor que el de la soya, y como alternativa a la harina de trigo en la industria alimentaria, sobre todo en la elaboración de los panes. (Wordpress, 2007)

La semilla contiene un alto contenido proteínico (44 g), es rico en lisina y minerales. Su aceite es de color claro lo cual lo hace aceptable para el uso doméstico, similar al de maní y es relativamente rico en ácidos grasos no saturados, incluyendo el ácido linoleico. El contenido de fibra de la semilla no es excesivo, pero se estima que pueda constituir una fuente importante de minerales. (Wordpress, 2007)

Su relevancia ha traspuesto las fronteras del Perú, Bolivia y Ecuador para extender sus cultivos en gran escala y notable éxito en zonas templadas de Brasil, Nueva Zelanda, Viet Nam, Europa y los Estados Unidos, aunque no se adapta a la humedad ni a la aridez del trópico. (Wordpress, 2007)

En los países andinos esta crece a altitudes desde 800 hasta por encima de los 3,000 metros sobre el nivel del mar, sin embargo en Australia, Europa y California ha crecido cerca del nivel del mar. (Wordpress, 2007)

a. Historia

Desde hace mil 500 años antes de Cristo, las culturas pre incas consumían el tarwi, chocho o altramuz (*Lupinus tricolor*) fundamentalmente como alimento pero también lo utilizaban como abono para los terrenos agrícolas, por lo que constituía una gran reserva nutricional y factor predominante en el mejoramiento del suelo. Se han encontrado semillas en tumbas de la Cultura Nazca y representaciones en la cerámica Tiahuanaco (Wordpress, 2007).

Sin embargo durante el colonialismo español este alimento empezó a pasar al olvido, con la llegada del trigo y la elaboración de las harinas, al extremo de imponernos un patrón alimenticio donde el pan es fundamental, dejando de lado al tarwi, kiwicha y amaranto, entre otras especies andinas. (Wordpress, 2007)

No obstante el chocho siguió consumiéndose en el área rural para las salsas de ají, guisos y leche vegetal, hasta que se redescubrió su potencial nutritivo y cobró inusitada vigencia en el mercado mundial. (Wordpress, 2007)

b. Valor nutricional

Debido a su alto valor proteico su consumo es muy apropiado para los niños en etapa de crecimiento, mujeres embarazadas o que dan de lactar. Combinado con cereales como la quinua, es capaz de reunir las cualidades de la leche, la carne, el queso y el huevo. Además la harina de tarwi se puede usar hasta en 15 % en la panificación esto sin alterar el sabor del producto con la ventaja de incrementar las proteínas del producto. (Wordpress, 2007)

Tiene de 41 a 51% de proteínas, lo cual lo coloca como una alternativa nutricional donde el consumo de carne es escasa o nula y en una gran opción para los vegetarianos, 28.2 % de carbohidratos, 7.1% % de fibra, 15% de calcio 10% de hierro. (Wordpress, 2007)

Su grano se trilla como el trigo pero su alto contenido de alcaloide no permite su ingestión directa por lo que es necesario quitarle su original sabor amargo. (Wordpress, 2007)

El método tradicional es hervir los granos en agua, con lo que se coagulan las proteínas, para después poner los granos en costales de telas que son sumergidos en agua por espacio de una semana, como promedio. Al cabo de ese tiempo, el tarwi pierde su amargor y queda listo para su ingesta (Wordpress, 2007)

2.2.12 Estudio de Mercado

El estudio de mercado tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique, la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios en un espacio de tiempo, además que analiza y determina la oferta y la demanda, permite prever situaciones futuras para establecer políticas y procedimientos para ser utilizadas como estrategia comercial. (Proyectos, 2010)

Los resultados del estudio de mercado pueden suministrar datos confiables para:

Asegurar que los futuros inversionistas estén dispuestos a apoyar el proyecto.

Poder seleccionar el proceso y las condiciones de operación, establecer la capacidad de la planta industrial y diseñar o adquirir los equipos más apropiados para cada caso. (Proyectos, 2010)

Contar con datos necesarios para efectuar estimaciones económicas.

Los aspectos que se deben estudiar son los siguientes:

- Descripción del producto
- Demanda del producto
- Oferta del producto
- Mercado Potencial
- Formación del precio
- Canales de comercialización

2.2.13 Estudio Técnico

El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y el costo de las operaciones pertinentes en esta área. Generalmente se estima que deben aplicarse los procedimientos y las tecnologías más modernas, esta solución puede ser óptima técnicamente, pero puede no serlo financieramente. Los resultados de este estudio serán definir la función de producción que optimice la utilización de recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. (Proyectos, 2010)

El estudio técnico debe contener el análisis de los siguientes aspectos:

- Localización de la planta
- Infraestructura de servicios
- Tecnología a utilizarse
- Proceso de producción
- Pérdidas del proceso
- Cronograma de la inversión
- Volumen de ocupación
- Capacidad instalada y utilizada
- Control de calidad

2.2.14 Estudio Financiero

Los objetivos del estudio financiero son el de ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros de análisis y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad. (Proyectos, 2010)

Esta sistematización consiste en identificar y ordenar todos los ítems de las inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Para determinar el monto de la inversión total, se debe estudiar la determinación del costo financiero del crédito y el monto del capital de trabajo,

las cuales serán determinadas en el estudio económico financiero el cual se presenta en dos partes (Proyectos, 2010):

- La evaluación económica financiera
- La evaluación de los resultados

a. Evaluación Económica Financiera

Para Blanco debe estar integrada por los siguientes puntos (Proyectos, 2010):

- El cálculo de los componentes de la inversión
- La inversión total
- La Depreciación y amortización
- El Financiamiento de terceros
- La nómina
- Las materias primas
- Los ingresos
- Los gastos de fabricación
- El estado de los resultados

b. Evaluación de los resultados

Según Blanco debe estar integrada por los siguientes aspectos (Proyectos, 2010):

- La determinación de la estructura del valor de la producción
- El punto de equilibrio
- El cálculo del capital de trabajo
- El flujo de fondos
- La rentabilidad de las inversiones
- El análisis de sensibilidad

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Artesanal: es el “Producto señalado con una alta calidad, hecho en pequeñas cantidades, y usualmente a mano o usando técnicas tradicionales”. Después de examinar muchas explicaciones de

este término, algunas palabras resaltan: alta calidad, especializado, manualidades y arte, solo por nombrar algunas. Claramente, para que un producto pueda ser llamado artesanal, debe ser creado con amor por un experto especializado, que piense en las manualidades como una forma de arte más que como un trabajo. (Mamiverse, 2016)

2.3.2 Bombón: pieza pequeña de chocolate, que en su interior puede contener licor, crema u otro relleno. (Española, 2017)

2.3.3 Chocolate: pasta hecha con cacao y azúcar molidos, a la que generalmente se añade canela o vainilla. Bebida que se hace de chocolate desleído y cocido en agua o en leche. (Española, 2017)

2.3.4 Factibilidad: se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. Estos resultados se entregan a la gerencia, quienes son los que aprueban la realización del sistema informático. (Wikipedia, 2018)

2.3.5 Frutos secos: se conocen como frutos secos a todos aquellos frutos que como característica distintiva presentan menos de un 50 % de agua en su composición, o sea, carecen de jugo. Los frutos secos son un tipo de alimento especialmente reconocido por la energía que poseen y por ser ampliamente ricos en grasas, proteínas y en oligoelementos. Además, dependiendo del tipo de fruto seco que se trate pueden aportar una importante cantidad de vitaminas que se suman a los beneficios ya mencionados. (Ucha, 2011)

2.3.6 Productos andinos: son aquellos que tienen una gran importancia económica, social, ecológica, nutricional y funcional (real y potencial) en nuestro país y en el resto de países atravesados por la cordillera de los Andes. Los productos andinos han sido tradicionalmente consumidos en las áreas rurales, pero también pueden formar parte de los hábitos alimenticios de los pobladores urbanos. Entre otras cosas, porque, además de su amplia gama de posibilidades culinarias, ofertan proteína relativamente barata si se la compara con la de origen animal. (Terraecuador, 2006)

CAPÍTULO III

3. Metodología

3.1 Métodos, Técnicas e Instrumentos

3.1.1. Investigación Aplicativa

Se utilizará los conocimientos adquiridos en la práctica es decir se desarrollara la chocolatería de manera artesanal obteniéndose un producto final que son bombones de chocolate con rellenos de productos andinos, este tipo de investigación nos permitirá obtener resultados en provecho de la sociedad.

3.1.2. Investigación de campo

La investigación de campo se aplicará extrayendo datos e informaciones directamente de la realidad a través del uso de técnicas de recolección como la aplicación de encuestas a los consumidores de chocolates, con el fin de dar respuesta al problema planteado previamente.

3.1.3. Técnicas de recolección de datos

Las técnicas que se utilizarán para la investigación son

La observación: se procederá a observar las tendencias de la demanda actual que consumen chocolates a nivel local, además de la preparación de los recetarios con productos andinos. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, será un apoyo para obtener el mayor número de datos.

Documental: esta técnica permitirá la recopilación de información para manifestar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos que se presentan en la elaboración de chocolates de manera artesanal con elementos andinos. Incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente documental a la que se hacen referencia.

Campo: se obtendrá información y evidencias directamente de la realización de recetarios y la degustación de los productos obtenidos. Aquí la información será obtenida por medio de entrevistas y la aplicación de encuestas.

La encuesta será aplicada a la muestra determinada de la población de la zona urbana de la ciudad de Riobamba sacada de la base de datos del Instituto Nacional de Encuestas y Censos (INEC).

Los instrumentos de recolección de datos serán:

Elaboración de una carta: aquí se describirá el nombre del producto y su composición

Encuesta: Cuestionario con 13 preguntas abiertas, previamente estructuradas direccionadas a personas que tienen interés por el consumo de productos de chocolatería.

3.2 Población y muestra

3.2.1. Segmento de mercado

Para este análisis se considerara un segmento de mercado constituido por una demanda local del cantón Riobamba (personas de ambos géneros).

3.2.2. Universo

Para el universo de estudio se tomará en cuenta al segmento de mercado quienes serán los consumidores potenciales, es decir la demanda local integrada por los habitantes de todas las edades de la zona urbana del cantón Riobamba de acuerdo al último censo de población y vivienda INEC,2010.

Cuadro 7-3: Universo de estudio

Detalle	Demanda Local	Total
Población masculina y femenina de la zona urbana del cantón Riobamba	146324	146324 personas
Universo de Estudio		146324

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. 2010 (INEC)

3.2.3. Muestra

Para el cálculo de la muestra se hará uso de la fórmula estadística de Canavos (1998) que se detalla a continuación y se aplicará a los datos estadísticos obtenidos.

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

Donde:

N = universo de estudio

P= 0.5 probabilidad de ocurrencia de un evento

Q= 0.5 Probabilidad de no ocurrencia de un evento

e= 8% margen de error

Z= 1.75 % Margen de confiabilidad

n= Muestra.

1) Demanda Local

$$n = \frac{36581}{(146323) (0.05)^2 + 0.25}$$

n= 99.93

n: 100 encuestas a aplicar

3.3 Tabulación y análisis de resultados de la Encuesta

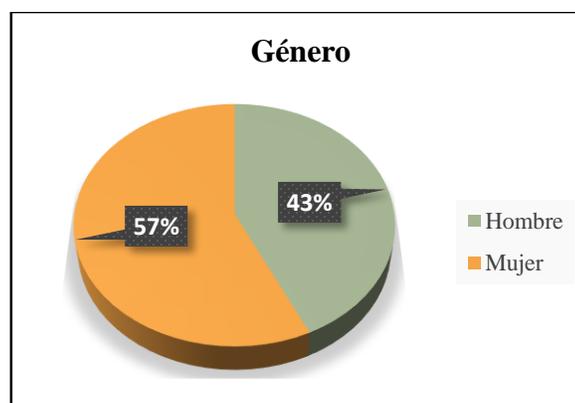
a. Género

Cuadro 8-3: Género de los encuestados

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Hombre	43	0,43
Mujer	57	0,57
TOTAL	100	1

Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Gráfico 1-3: Género de los encuestados



Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Interpretación y Análisis: Al aplicar las encuestas al azar a un grupo de posibles consumidores en la zona urbana de Riobamba, se pudo determinar que el 57% de las encuestadas eran mujeres seguidas por el 43% que corresponde al género masculino, es decir que claramente se refleja que la población de mayor consumo de chocolate son las mujeres.

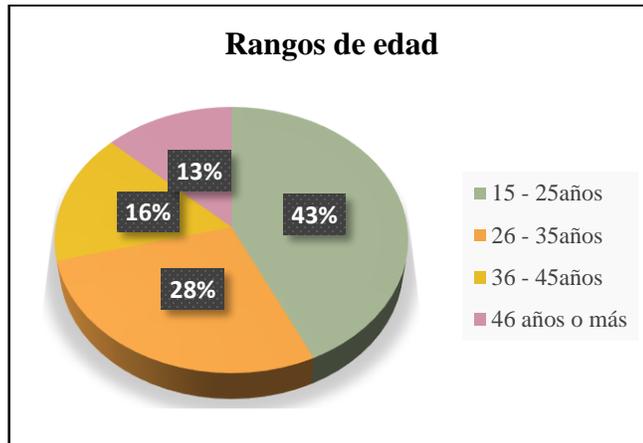
b. ¿En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra?

Cuadro 9-3: Rangos de edad de los encuestados

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
15 - 25años	43	0,43
26 - 35años	28	0,28
36 - 45años	16	0,16
46 años o más	13	0,13
TOTAL	100	1

Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Gráfico 2-3: Rangos de edad de los encuestados



Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Interpretación y Análisis: Con relación a las características de los encuestados para el análisis de la demanda, podemos decir que un 43% de los consumidores de chocolates tienen una edad en el rango de los 15 a 25 años. Asimismo, el 28% de los encuestados tienen una edad entre los 26 y 35 años, el 16% son aquellos que se encuentran en rangos de 36 a 45 años, por último el resto equivale a un 13% de las personas que tienen más de 46 años. Por lo tanto, la población de mayor consumo está entre los 15 a 25 años.

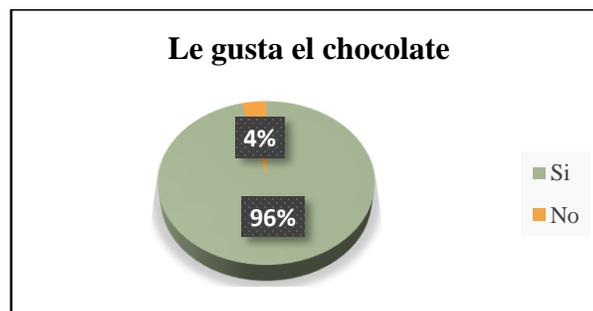
c. ¿Le gusta el chocolate?

Cuadro 10-3: Le gusta el chocolate a los encuestados

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	96	0,96
No	4	0,04
TOTAL	100	1

Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Gráfico 3-3: Le gusta el chocolate a los encuestados



Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Interpretación y Análisis: Se define que el 96% de las personas encuestadas consumen chocolates; mientras que el 4% restante no. Como podemos observar, claramente a casi toda la población le gusta el chocolate ya sea por su sabor, por las propiedades medicinales que están aportan al ser humano y por su variada presentación.

d. ¿Con qué frecuencia compra chocolates?

Cuadro 11-3: Frecuencia de compra de chocolates

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Una vez a la semana	30	0,30
Más de una vez a la semana	44	0,44
Una vez al mes	6	0,06
Esporádicamente	20	0,2
TOTAL	100	1

Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Gráfico 4-3: Frecuencia de compra de chocolates



Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Interpretación y Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos, podemos observar que la frecuencia de compra de chocolates entre la población de la ciudad es de un 44% más de una vez a la semana, incluyendo a aquellas personas que lo hacen una vez a la semana representadas por el 30%, también están aquellas que compran esporádicamente con un 20% y apenas el 6% solo lo hace una vez al mes. Cabe resaltar que estos resultados reflejan claramente un buen mercado para la venta de estos productos, debido a que la compra es frecuente.

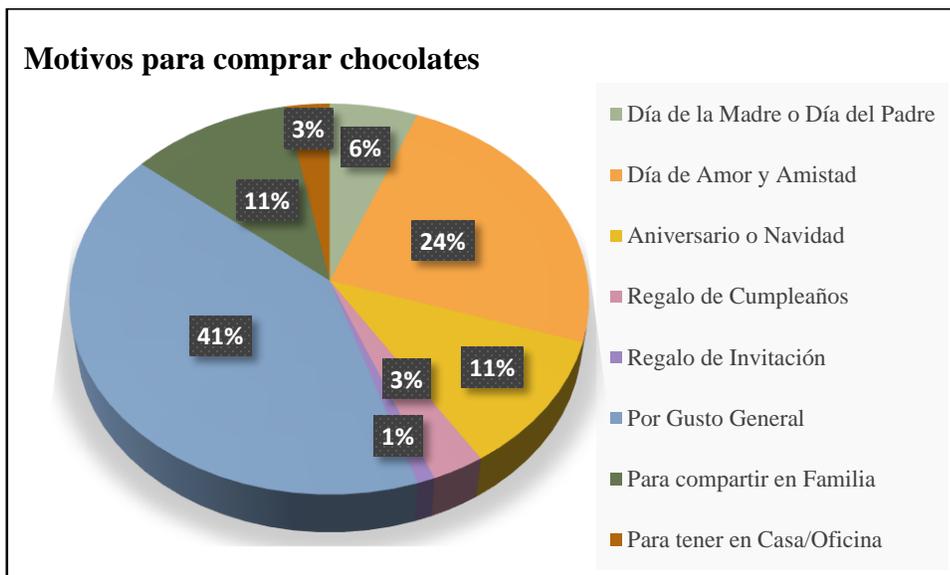
e. ¿Cuáles son sus motivos para comprar chocolates?

Cuadro 12-3: Motivos para comprar chocolates

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Día de la Madre o Día del Padre	6	0,06
Día de Amor y Amistad	24	0,24
Aniversario o Navidad	11	0,11
Regalo de Cumpleaños	3	0,03
Regalo de Invitación	1	0,01
Por Gusto General	41	0,41
Para compartir en Familia	11	0,11
Para tener en Casa/Oficina	3	0,03
TOTAL	100	1

Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Gráfico 5-3: Motivos para comprar chocolates



Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Interpretación y Análisis: De los datos obtenidos, podemos destacar que el 41% se motiva principalmente a comprar chocolates por gusto general, el 24% lo hace para llevar de regalo en fechas especiales como lo es el día del Amor y Amistad, mientras que en el mismo porcentaje del 11% se encuentran quienes quieren compartir en familia el día de la madre o el padre, al igual que festejar un aniversario.

Con respecto al motivo de compra de los chocolates, claramente se ve que en general, las personas no los compran para tener en la oficina o el hogar, sino por el contrario su compra se asocia a fechas especiales o simplemente para darse un gusto y compartir en familia.

f. Cuando va a comprar chocolates. ¿Qué cantidad compra?

Cuadro N°13-3: Cantidad de chocolates comprados

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Menos de 5 unidades	28	0,28
Entre 5 y 15 unidades	72	0,72
Más de 15 unidades	0	0
TOTAL	100	1

Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Gráfico 6-3: Cantidad de chocolates comprados



Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Interpretación y Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos se determinó que el 72% de los encuestados compran un promedio de chocolates entre 5 y 15 unidades, en tanto que el 28% menos de 5 unidades. Estos resultados son importantes a la hora de considerar la producción diaria para la comercialización de los productos, a más de convertirse en un referente para crear la estrategia más óptima de mercadeo.

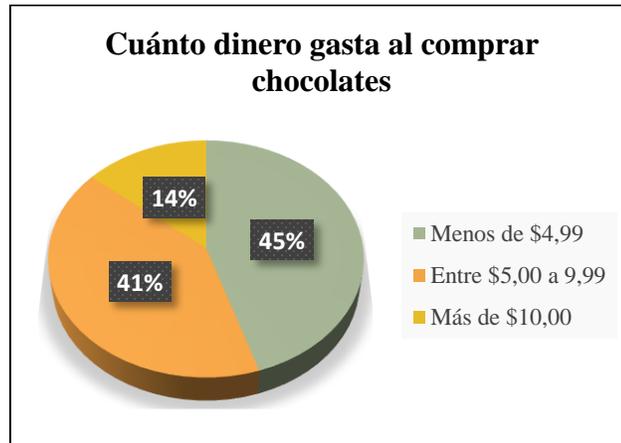
g. Cuando va a comprar chocolates. ¿Cuánto dinero gasta?

Cuadro 14-3: Cuánto dinero gasta al comprar chocolates

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Menos de \$4,99	45	0,45
Entre \$5,00 a 9,99	41	0,41
Más de \$10,00	14	0,14
TOTAL	100	1

Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Gráfico 7-3: Cuánto dinero gasta al comprar chocolates



Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Interpretación y Análisis: Según los resultados obtenidos, se puede determinar que para un 45% el precio que pagan actualmente los consumidores de chocolate es aceptable siempre y cuando sea inferior a \$4.99, es decir que lo consideran equivalente al producto que están comprando, aunque para el 41% de las personas les resulta factible gastar entre \$5.00 a 9.99 como un precio referencial del producto. Y apenas el 14% suelen hacer compras mayores a \$10.00 respectivamente, porque consideran relevante la calidad y el sabor del producto que van a consumir. Lo claro es que actualmente, para la mayoría de la población es de una u otra forma razonable que los chocolates tengan un precio asequible en el mercado.

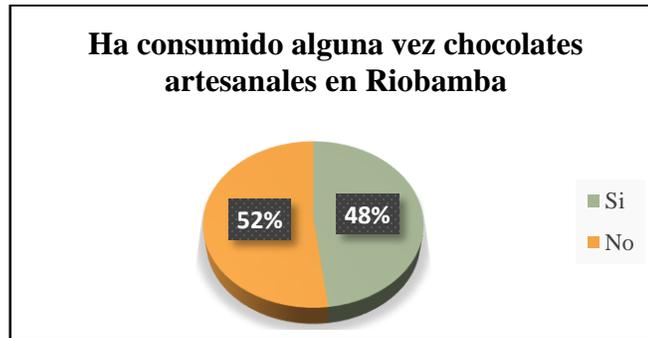
h. ¿Ha consumido alguna vez chocolates elaborados de forma artesanal con productos andinos en la ciudad de Riobamba?

Cuadro 15-3: Ha consumido alguna vez chocolates artesanales

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	48	0,48
No	52	0,52
TOTAL	100	1

Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Gráfico 8-3: Ha consumido alguna vez chocolates artesanales



Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Interpretación y Análisis: De los consumidores de chocolate encuestados se establece que el 52% no ha consumido chocolates elaborados de forma artesanal con productos andinos en la ciudad de Riobamba, mientras que el 48% señala que si lo ha hecho. La mayoría no se inclina por nuevos productos ofertados en el mercado que ofrezcan cualidades y propiedades saludables por desconocimiento y desconfianza en los mismos, por el poco apoyo publicitario que existe hacia ellos desde los diferentes entes públicos, privados o comunitarios.

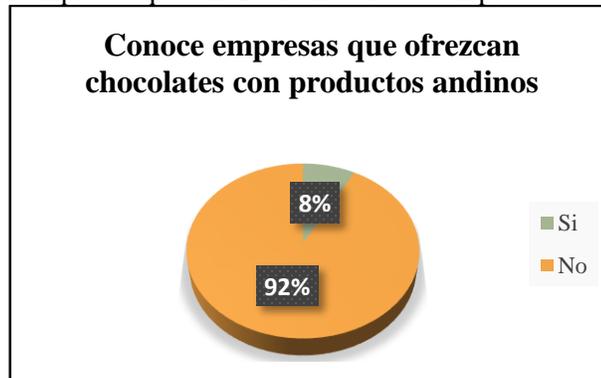
i. Conoce de empresas que ofrezcan chocolates elaborados de manera artesanal con productos andinos

Cuadro N°16-3: Conoce empresas que ofrezcan Chocolates con productos andinos

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	8	0,08
No	92	0,92
TOTAL	100	1

Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Gráfico 9-3: Conoce empresas que ofrezcan chocolates con productos andinos



Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Interpretación y Análisis: El 92% de los encuestados menciona que no conocen de empresas que ofrezcan chocolates elaborados de manera artesanal con productos andinos, en tanto que el 8% establece que si conoce de estas empresas haciendo referencia a los chocolates Pacari. Sin embargo es evidente que son pocas las chocolaterías que la gente conoce realmente, y que muchas de ellas son por referencia de amigos o familiares.

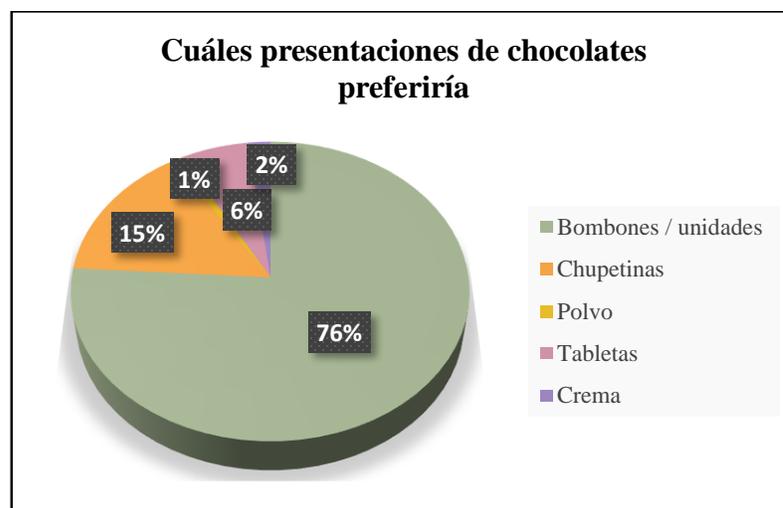
j. De las siguientes opciones de presentaciones de los chocolates ¿Cuáles son de su preferencia?

Cuadro 17-3: Preferencia de presentación de los chocolates

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Bombones / unidades	76	0,76
Chupetinas	15	0,15
Polvo	1	0,01
Tabletas	6	0,06
Crema	2	0,02
TOTAL	100	1

Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Gráfico 10-3: Preferencia de presentación de los chocolates



Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Interpretación y Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos el 76% de los consumidores determina que prefieren entre las opciones de presentaciones a los bombones por unidades debido a que tienen una amplia gama de diseños, rellenos y una facilidad de manipularlos en cajas o adornos de regalos, seguidos por el 15% que mencionan que le gustan las chupetinas porque son llamativas para los niños, un 6% se inclina por la presentación en tabletas afirmando que es la mejor forma de

degustarlos y transportarlos, en menor porcentaje están quienes prefieren el chocolate en polvo y el chocolate en crema. Haciendo referencia que su gusto por estas presentaciones es porque son compartidas en casa y son ingredientes de uso diario en su cocina.

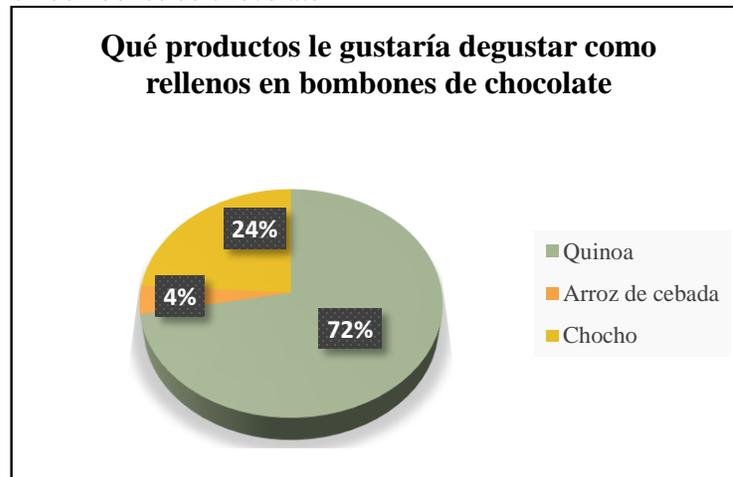
k. De las siguientes alternativas ¿Qué productos le gustaría degustar como rellenos en bombones de chocolate?

Cuadro 18-3: Productos que degustaría como rellenos en bombones de chocolate

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Quinoa	72	0,72
Arroz de cebada	4	0,04
Chocho	24	0,24
TOTAL	100	1

Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Gráfico 11-3: Productos que degustaría como rellenos en bombones de chocolate



Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Interpretación y Análisis: se refleja que un 72% se inclina por degustar bombones rellenos de quinoa ya que la mayoría conoce las propiedades proteicas que aportan al organismo, mientras que el 24% quisieran bombones rellenos de chocho por ser un producto muy conocido en el medio les llama la atención degustarlos en el mercado y tan solo un 4% estaría dispuesto a probar bombones rellenos de arroz de cebada, considerando que no han probado nunca algún producto de chocolatería con este tipo de ingrediente. Esta pregunta fue clave para determinar cuál es el producto andino de mayor interés para los consumidores.

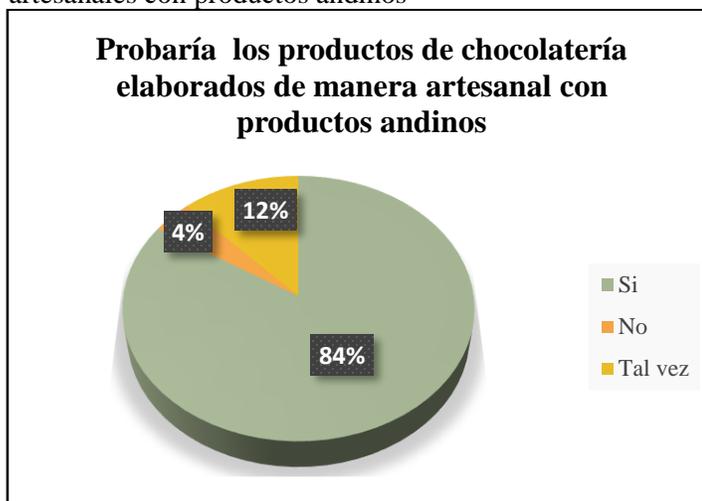
I. Si conociera y probaría los productos de chocolatería elaborados de manera artesanal con productos andinos. ¿Estaría dispuesto a comprarlos?

Cuadro 19-3: Estaría dispuesto a comprar chocolates artesanales con productos andinos

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	84	0,84
No	4	0,04
Tal vez	12	0,12
TOTAL	100	1

Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Gráfico 12-3: Estaría dispuesto a comprar chocolates artesanales con productos andinos



Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Interpretación y Análisis: El 84% estaría dispuesto a probar chocolates elaborados de manera artesanal con productos andinos porque siempre hacen referencia que lo artesanal es un producto de alta calidad a más de ser personalizado, mientras que el 12% señala que tal vez lo haría por el desconocimiento de los procesos de elaboración y producción de los mismos, tan solo el 4% decide que no lo haría por resistirse a probar un producto nuevo y mantener la tradición de degustar los productos de siempre. Las respuestas obtenidas en esta pregunta nos permitirán desarrollar de mejor manera la propuesta.

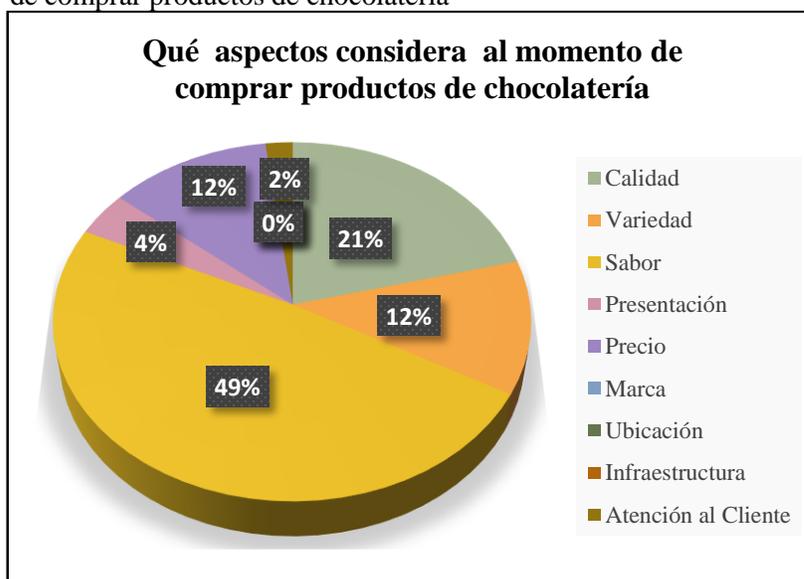
m. ¿Qué aspectos considera al momento de comprar productos de chocolatería?

Cuadro 20-3: Aspectos considerados al momento de comprar productos de chocolatería

Detalle	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Calidad	21	0,21
Variedad	12	0,12
Sabor	49	0,49
Presentación	4	0,04
Precio	12	0,12
Marca	0	0,00
Ubicación	0	0,00
Infraestructura	0	0,00
Atención al Cliente	2	0,02
TOTAL	100	1

Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Gráfico 13: Aspectos considerados al momento de comprar productos de chocolatería



Fuente: Encuesta a población urbana de Riobamba, 2017

Interpretación y Análisis: Para el 49% de los encuestados el sabor es el aspecto de mayor consideración al momento de comprar productos de chocolatería, mientras que para el 21% es la calidad, esto permite identificar claramente la alta posibilidad de incorporar en el mercado una bombonería artesanal con productos andinos. De igual forma para el 12% es el precio y la variedad, en menores porcentajes el grado de importancia que se le atribuye a la presentación, la ubicación, la

infraestructura, la marca y la atención al cliente es mínimo, ya que los consumidores en promedio tienden a ser indiferentes frente a estos aspectos.

Dado el tipo de producto al cual nos estamos refiriendo, era de esperar que el sabor y la calidad resultara lo más importante a la hora de tomar una decisión de compra, por ende los clientes exigen un estándar mejor de atención al cliente y una correcta presentación estética de los productos. Igualmente la infraestructura del local son de suma importancia, ya que es la primera impresión visual que se llevan los consumidores.

3.6.1 Perfil del consumidor

Al aplicar las encuestas al azar a un grupo de posibles consumidores en la zona urbana de Riobamba, se pudo determinar que el 57% de los encuestados eran mujeres, es decir que claramente se refleja que la población de mayor consumo son las mujeres. Con relación a las características de los encuestados para el análisis del negocio, podemos decir que la población de mayor consumo de un 43% de los consumidores de chocolates esta entre un rango de edad de 15 a 25 años. Claramente podemos observar que a casi toda la población le gusta el chocolate ya sea por su sabor, por las propiedades medicinales que están aportan al ser humano y por su variada presentación, se define que un 96% de las personas encuestadas consumen chocolates.

La frecuencia de compra de chocolates entre la población de la ciudad es de un 44% en más de una vez a la semana, cabe resaltar que estos resultados reflejan claramente un buen mercado para la venta de estos productos, debido a que la compra es frecuente.

Con respecto al motivo de compra de los chocolates, las personas no los compran para tener en la oficina o el hogar, sino por el contrario su compra se asocia a fechas especiales o simplemente para darse un gusto y compartir en familia. De los datos obtenidos, podemos destacar que el 41% se motiva principalmente a comprar chocolates por gusto general.

De los resultados obtenidos se determinó que el 72% de los encuestados compran un promedio de chocolates entre 5 y 15 unidades. Estos resultados son importantes a la hora de considerar la producción diaria para la comercialización de los productos, a más de convertirse en un referente para crear la estrategia más óptima de mercadeo.

Para el 45% el precio que pagan actualmente los consumidores de chocolate es aceptable siempre y cuando sea inferior a \$4.99, es decir que lo consideran equivalente al producto que están comprando.

Lo claro es que actualmente, para la mayoría de la población es de una u otra forma razonable que los chocolates tengan un precio asequible en el mercado.

De los consumidores de chocolate encuestados se establece que el 52% no ha consumido chocolates elaborados de forma artesanal con productos andinos en la ciudad de Riobamba, mientras que el 48% señala que si lo ha hecho. La mayoría no se inclina por nuevos productos ofertados en el mercado que ofrezcan cualidades y propiedades saludables por desconocimiento y desconfianza en los mismos, por el poco apoyo publicitario que existe hacia ellos desde los diferentes entes públicos, privados o comunitarios.

El 92% de los encuestados menciona que no conocen de empresas que ofrezcan chocolates elaborados de manera artesanal con productos andinos, en tanto que el 8% establece que si conoce de estas empresas haciendo referencia a los chocolates Pacari. Sin embargo es evidente que son pocas las chocolaterías que la gente conoce realmente, y que muchas de ellas son por referencia de amigos o familiares.

De acuerdo a los resultados obtenidos el 76% de los consumidores determina que prefieren entre las opciones de presentaciones a los bombones por unidades debido a que tienen una amplia gama de diseños, rellenos y una facilidad de manipularlos en cajas o adornos de regalos. El 72% se inclina por degustar bombones rellenos de quinua ya que la mayoría conoce las propiedades proteicas que aportan al organismo,

Las respuestas obtenidas en esta pregunta nos permitirán desarrollar de mejor manera la propuesta, siendo así que el 84% estaría dispuesto a probar chocolates elaborados de manera artesanal con productos andinos porque siempre hacen referencia que lo artesanal es un producto de alta calidad a más de ser personalizado.

Para el 49% de los encuestados el sabor es el aspecto de mayor consideración al momento de comprar productos de chocolatería, Dado el tipo de producto al cual nos estamos refiriendo, era de esperar que el sabor y la calidad resultara lo más importante a la hora de tomar una decisión de compra.

CAPÍTULO IV

4. Desarrollo de la Propuesta

Crear una bombonería artesanal con la utilización de productos andinos como: la quinua, arroz de cebada y el chocho, en el cantón Riobamba.

4.1 Estudio de Mercado

4.1.1. *Objetivos*

a) Objetivo General

1) Ofrecer una alternativa de consumo de productos andinos como la quínoa, arroz de cebada y chocho, utilizando como base el chocolate, considerando el valor nutricional que tiene cada ingrediente enfocados en ayudar a la salud del consumidor.

b) Objetivos Específicos

1) Aprovechar el posicionamiento del cacao en el mercado para generar una propuesta innovadora en estilo y forma de hacer chocolates artesanales con relleno de productos andinos muy accesibles para los potenciales consumidores.

2) Ofertar productos de chocolatería exclusivos que incluyan cereales que han sido utilizados por nuestros ancestros, a más de ello motivar el interés en la riqueza de los productos andinos que permiten revalorizar no solo las tradiciones culinarias sino la identidad cultural.

3) Diseñar cartilla publicitaria de bombones artesanales a base de productos andinos.

4.1.2 *Demanda*

Para la determinación de la demanda se realizó una proyección del total de la población urbana de la ciudad de Riobamba que eran 146324 de acuerdo al último censo de población y vivienda, 2010. Para la cual se hizo uso de la fórmula del interés compuesto $C_n = C_0 (1+i)^n$ considerándose la tasa de crecimiento poblacional anual correspondiente al año 2016 la misma que era del 1.5%.

Cuadro 21-4: Proyección de la Demanda

Proyección de la Demanda			
Años	Población Objetiva	Aceptación del producto	Demanda
2017	146324	84%	122912
2018	148519	84%	124756
2019	150747	84%	126627
2020	153008	84%	128527
2021	155303	84%	130455
2022	157633	84%	132412

Fuente: Censo de población y vivienda, 2010, (INEC)

4.1.3 Competencia

De acuerdo a la investigación, existen algunos establecimientos que expenden productos similares al de nuestra empresa, pero no son una competencia directa. Se pudo comprobar que las otras tiendas que competirán con nuestro negocio tienen un nivel medio de demanda puesto que son establecimientos en los cuales expanden productos ya posicionados en el mercado por varios años como es el caso de los chocolates del Salinerito, aun así no cubren las necesidades de los clientes.

Cuadro 22-4: Análisis de la Competencia

Análisis de la Competencia		
Establecimiento	Dirección	Productos
Candy Shop DIMA'S	Av. 10 de Agosto y Juan Montalvo	Chocolates al peso y chocolates del Salinerito
Arreglos frutales Aromaflor	Olmedo y Juan Larrea	Chocolates en paleta, cajas y dulces
La casa del chocolatero	Villarruel entre 5 de Junio y Espejo	Paletas de chocolate, frutas con chocolate y figuras de chocolate
Tienda El Salinerito	Guayaquil y Juan de Velazco	Bombones rellenos de frutas y licores, barras de chocolate y chocolates en gramos

Fuente: Trabajo de campo, 2017

4.1.4 Proyección de la Oferta

La oferta se obtuvo con los resultados de las encuestas aplicadas a las 100 personas de la zona urbana del cantón Riobamba en relación al conocimiento de empresas que ofrezcan chocolates artesanales con productos similares (competencia).

Cuadro 23-4: Proyección de la Oferta

Proyección de la Oferta			
Años	Población Objetiva	Aceptación del producto	Oferta
2017	146324	92%	134618
2018	148519	92%	136637
2019	150747	92%	138687
2020	153008	92%	140767
2021	155303	92%	142879
2022	157633	92%	145022

4.1.4 Confrontación entre la Oferta y la Demanda

Para realizar la confrontación se realizó una resta entre la cantidad demandada y la cantidad ofertada, cuyos resultados permiten obtener la demanda insatisfecha.

Cuadro 24-4: Confrontación entre la Oferta y la Demanda

Confrontación entre la Demanda y la Oferta			
Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2017	134618	122912	11706
2018	136637	124756	11881
2019	138687	126627	12060
2020	140767	128527	12240
2021	142879	130455	12424
2022	145022	132412	12610

Fuente: Trabajo de campo, 2017

4.1.4 Demanda Objetiva

La demanda objetiva del proyecto de factibilidad para la bombonería pretende captar anualmente el 50% de la demanda insatisfecha de los posibles consumidores.

Cuadro 25-4: Proyección de la Demanda Objetiva

Proyección de la Demanda Objetiva		
Años	Demanda Insatisfecha	Demanda Objetiva 50%
2017	11706	5853
2018	11881	5941
2019	12060	6030
2020	12240	6120
2021	12424	6212
2022	12610	6305

Fuente: Trabajo de campo, 2017

4.1.5 Mix de mercado

a. Producto

Los bombones de chocolate se elaboraran de manera artesanal con diferente productos andinos que identifiquen a la serranía ecuatoriana, principalmente a la provincia de Chimborazo una de las principales productoras de quinua y reconocida a nivel mundial por las exportaciones que realiza al mercado Europeo. Se contara con una gran variedad de productos derivados del cacao combinados con cereales secos y frutas naturales que se convierten en una verdadera delicia hasta para los paladares más exigentes.

El producto está dirigido a personas que gustan del chocolate y que buscan mayores beneficios saludables en lo que consumen. Las diferentes clases de chocolate que se ofrecerán irán dirigidos a diferentes tipos de clientes, segmentados de acuerdo a la edad, de la siguiente manera: niños, adolescentes y adultos.

Los productos tendrán las siguientes características:

Para los niños: en forma de muñecos con relleno de frutas recubiertos de quinua.

Para los adolescentes: será en forma de corazón, ovalados y rectangular rellenos de almendras de cereales como quinua, chocho, arroz de cebada y frutas.

Para los adultos: la forma será redondos rellenos de quinua, chocho, arroz de cebada y frutas dependiendo los gustos.

Este producto se diferencia de sus competidores, porque cuenta con materia prima de excelente calidad, ya que es muy bien seleccionada a fin de garantizar la salud de los clientes, se ofrecerá una gran variedad en sabores y presentaciones con el fin de complacer al más exigente paladar. Pero sobre todo los rellenos se caracterizan por ser con productos andinos como la quinua, el chocho, el arroz de cebada y frutas.

Los bombones se venderán en una caja de madera y de manera individual, a continuación se detalla los bombones a elaborarse:

a. Producto 1: Caja de Bombones artesanales

Fotografía 1: Caja de Bombones artesanales



Por: Liliana Garcés, 2018

b. Producto 2: Bombones individuales

1.- Bomboú - Precio 0.15 ctvos

Fotografía 2: Bombón Bomboú



Por: Liliana Garcés, 2018

2.- Chocmor- Precio 0.19 ctvos

Fotografía 3: Bombón Chocmor



Por: Liliana Garcés, 2018

3.- Chocodeli - Precio 0.16 ctvos

Fotografía 4: Bombón Chocodeli



Por: Liliana Garcés, 2018

4.- Babacho - Precio 0.16 ctvos

Fotografía 5: Bombón Babacho



Por: Liliana Garcés, 2018

5.- Maybom - Precio 0.16 ctvos

Fotografía 6: Bombón Maybom



Por: Liliana Garcés, 2018

6.- Ensueño - Precio 0.18 ctvos

Fotografía 7: Bombón Ensueño



Por: Liliana Garcés, 2018

7.- Bomsun - Precio 0.19 ctvos

Fotografía 8: Bombón Bomsun



Por: Liliana Garcés, 2018

8.- Citrusbom - Precio 0.20 ctvos

Fotografía 9: Bombón Citrusbom



Por: Liliana Garcés, 2018

9.- Fruitred - Precio 0.16 ctvos

Fotografía 10: Bombón Fruitred



Por: Liliana Garcés, 2018

10.- Mintbom - Precio 0.14 ctvos

Fotografía 11: Bombón Mintbom



Por: Liliana Garcés, 2018

11.- Piquisbom - Precio 0.22 ctvos

Fotografía 12: Bombón Piquisbom



Por: Liliana Garcés, 2018

12.- Quichoco - Precio 0.13 ctvos

Fotografía 13: Bombón Quichoco



Por: Liliana Garcés, 2018

13.- Cochocho - Precio 0.13 ctvos

Fotografía 14: Bombón Cochocho



Por: Liliana Garcés, 2018

14.- Cebachoc - Precio 0.13 ctvos

Fotografía 15: Bombón Cebachoc



Por: Liliana Garcés, 2018

15.- Choquibom - Precio 0.14 ctvos

Fotografía 16: Bombón Choquibom



Por: Liliana Garcés, 2018

16.- Macehoc - Precio 0.14 ctvos

Fotografía 17: Bombón Macehoc



Por: Liliana Garcés, 2018

17.- Choquinubom - Precio 0.14 ctvos

Fotografía 18: Bombón Choquinubom



Por: Liliana Garcés, 2018

18.- Pasquibom - Precio 0.14 ctvos

Fotografía 19: Bombón Pasquibom



Por: Liliana Garcés, 2018

La imagen para la microempresa de chocolates, comprende la definición de la marca que por medio del diseño del logotipo permitirá la diferenciación de la empresa en relación con otras chocolaterías locales.

1) Logotipo



El logotipo determinado fue el antes expuesto y sus colores son:

Café (marrón): Transmite tranquilidad, profundidad, tierra, riqueza, simplicidad, seriedad, utilidad, madera, protección y seguridad. Es considerado por muchos como el color menos llamativo, pero se lo utiliza en empaques de cafés, comida, productos orgánicos o chocolates finos.

2) Slogan

“Sabor con fino aroma”

3) Identidad Corporativa





b. Precio

El precio para los productos de los bombones de chocolate se determinará en las recetas estándar en el que se tomará en cuenta los costos de producción y comercialización.

El determinante principal del precio son los costos de producción en relación con productos sustitutos. No resulta rentable vender un producto a un precio inferior a los costes de producción, pero es imposible hacerlo a un precio superior al de los productos similares.

Los precios de los bombones son los siguientes:

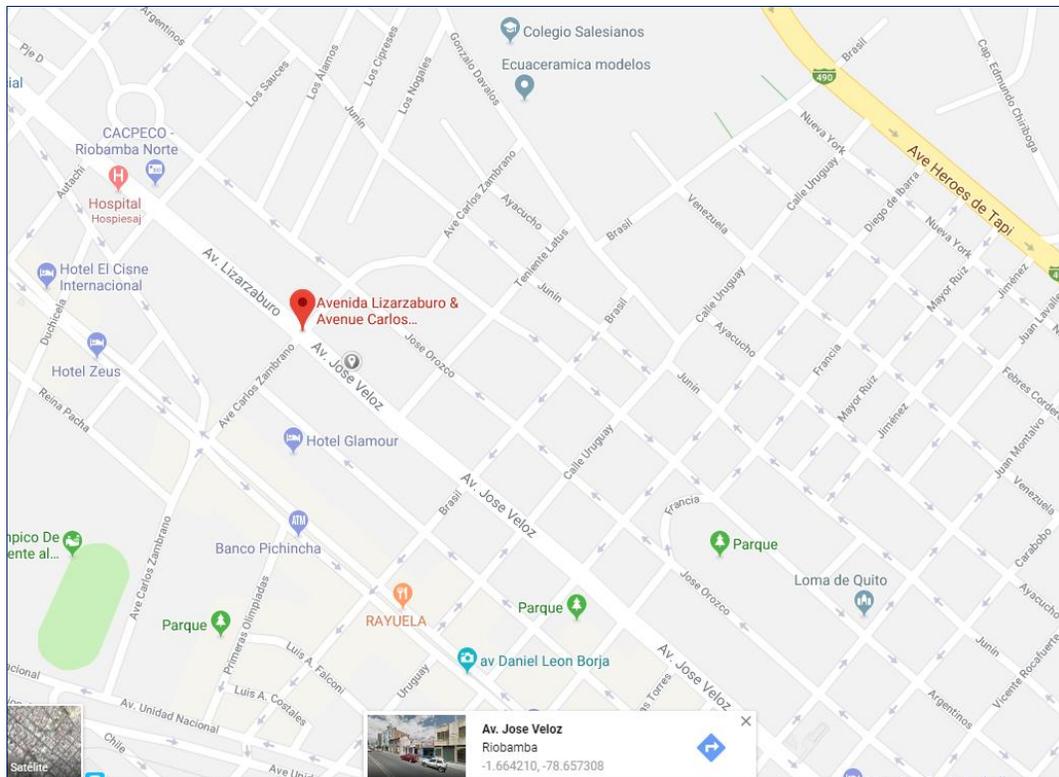
- 1.- Bombón Bomboú / Precio: 0.15 ctvos
- 2.- Bombón Chocmor / Precio 0.19 ctvos
- 3.- Bombón Chocodeli / Precio 0.16 ctvos
- 4.- Bombón Babacho / Precio 0.16 ctvos
- 5.- Bombón Maybom / Precio 0.16 ctvos
- 6.- Bombón Ensueño / Precio 0.18 ctvos
- 7.- Bombón Bomsun / Precio 0.19 ctvos
- 8.- Bombón Citrusbom / Precio 0.20 ctvos
- 9.- Bombón Fruitred / Precio 0.16 ctvos
- 10.- Bombón Mintbom / Precio 0.14 ctvos
- 11.- Bombón Piquisbom / Precio 0.22 ctvos

- 12.- Bombón Quichoco / Precio 0.13 ctvos
- 13.- Bombón Cochocho / Precio 0.13 ctvos
- 14.- Bombón Cebachoc / Precio 0.13 ctvos
- 15.- Bombón Choquibom / Precio 0.14 ctvos
- 16.- Bombón Macechoc / Precio 0.14 ctvos
- 17.- Bombón Choquinubom / Precio 0.14 ctvos
- 18.- Bombón Pasquibom / Precio 0.14 ctvos

c. Plaza

La ubicación en la cual se encontrará la empresa CHOCOANDES es muy indispensable para el crecimiento de la misma, por lo cual se ha decidido ubicarla en el sector comercial de la calle principal Veloz y Carlos Zambrano frente a la cafetería Dolce Vita, factor que implica mayor concurrencia de potenciales clientes.

Gráfico 14-4: Ubicación de Chocoandes



Fuente: www.google.com/maps
 Elaborado por: Liliana Garcés. 2017

d. Promoción

Para llevar el producto a nuestros clientes se utilizarán los medios de comunicación escritos y hablados del área geográfica mencionada, además se dará a conocer a través de degustaciones, a los potenciales clientes, se elaboraran también trípticos y hojas volantes que serán distribuidas directamente por promotores al momento de ir hacia los potenciales clientes.

Las ideas básicas para la promoción consisten en dar a conocer al cliente las ventajas del producto. Entre los mecanismos de ayuda para las ventas está la promoción en canales de televisión locales canal teve sultana tvs y canal ecuavision 29, por medio de los programas familiares, dando a conocer nuestro producto demostrando que se lo prepara como se indica, es decir de forma artesanal y con productos andinos, también regalando nuestro producto a televidentes de dichos programas.

Otra forma de promocionar los producto será realizando un convenio con tiendas de expendio de productos andinos como ERPE, CAMARI y PASAJE ARTESANAL DEL TREN dando degustaciones de los chocolates.

4.1.6 Análisis Mercadotécnico

Este negocio estará ubicado en un lugar estratégico en la ciudad Riobamba en la Av. Veloz y Carlos Zambrano, cerca de la zona rosa de la ciudad. Se eligió este sitio de acuerdo a la calificación detallada en el siguiente cuadro, a más de considerar que es una zona de afluencia por estar ubicado en una avenida principal muy transitada por los pobladores y turistas.

Cuadro 26-4: Determinación de la Localización

DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN				
	PARÁMETROS	A(Avenida Principal)	B(Zona Centro)	C(Zona Sur)
A	DISPONIBILIDAD DE MERCADO	50%	25%	25%
B	MATERIA PRIMA CERTIFICADA	25%	10%	8%
C	VÍAS DE COMUNICACIÓN	15%	8%	12%
D	SERVICIOS BÁSICOS	10%	10%	6%
	TOTAL %	100%	53%	51%

Fuente: Trabajo de campo, 2017

4.1.7 Cargos y funciones del área comercial

Las principales funciones del cajero/despachador será tomar los pedidos de los clientes que visiten la chocolatería, deberá tomar las ordenes ya sea para consumo inmediato o para distribución de las tiendas del convenio establecido, una vez terminado el día será responsabilidad del mismo realizar el cierre de caja diario cuadrando las ventas y haciendo la entrega del dinero al gerente-administrador siempre firmando una constancia de la misma, todas sus funciones estarán detallados en la siguiente ficha profesiográfica. (Ver anexo 2)

4.1.8 Determinación de inversiones y gastos del área comercial

Para las inversiones del área comercial se presupuestó un valor para promoción y mercadeo, se realizaran constantes publicaciones en el sitio web de la chocolatería para dar a conocer sus productos y sus promociones.

4.1.8.1 Inversiones del área comercial

Cuadro 27-4: Activos fijos del área comercial

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Caja registradora	1	290,00	290,00
Vitrina expositora	1	575,00	475,00
Mesa de madera	2	100,00	200,00
Sillas de madera	4	40,00	160,00
Muebles de star	1	250,00	250,00
Parlante	1	299,00	299,00
Computadora laptop	1	600,00	600,00
Espejo	1	60,00	60,00
Florero	2	29,00	58,00
Cuadros	2	15,00	30,00
Lámpara	2	20,00	40,00
TOTAL			2462,00

Fuente: Estudio Financiero

4.1.8.2 Gastos del área comercial

Cuadro 28-4: Gastos de publicidad del área comercial

GASTO PUBLICIDAD		
TIPO	CANTIDAD	COSTO ANUAL
Carta menú	3	60,00

Tarjeta de presentación	1000	40,00
Tríptico	300	30,00
Rotulo	1	120,00
Publicidad internet	1	50,00
	TOTAL	300,00

Fuente: Estudio Financiero

b. Cartelera publicitaria para la pared

Gráfico 16-4: Cartelera publicitaria para la pared

CHOCO ANDES

“Sabor con fino aroma”

CHOCOLATERÍA ARTESANAL

¡Disfruta de nuestros sabores!

Flavor	Description	Price
BOMBON	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche.	0.15
MARICOM	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.16
FRUTED	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.16
COCHOCHO	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.13
CHOCOLINUM	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.14
CHOCOMOR	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.19
ENSUEÑO	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.15
MINTICOM	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.14
CERACHOC	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.13
PASQUIBOM	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.14
CHOCOSU	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.16
BOVINUM	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.19
PIQUISSOM	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.22
CHOCUBOM	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.14
BABACHO	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.16
CITRUSBOM	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.20
QUICHOCO	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.13
MACECHOC	Chocolate con bombones de chocolate blanco y leche, con leche condensada y leche.	0.14

Fuente: Recetas estándar
 Diseñado por: Beymar Pinta, 2017

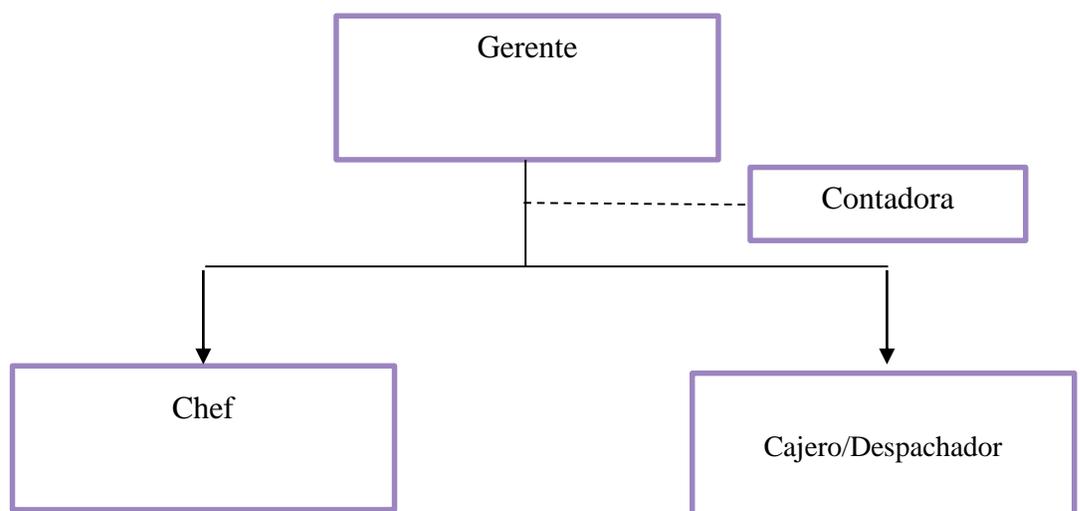
4.3 Estudio Administrativo

4.3.1 Organigramas

a. Organigrama Estructural



b. Organigrama Funcional



4.3.2 Organización

La organización de la empresa constara de tres áreas las cuales son: área administrativa y financiera, área productiva y área comercial en las cuales se detallaran sus funciones y responsabilidades a realizar.

Cuadro 29-4: Área Administrativa y financiera

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES 12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
CHEF ADMINISTRADOR	375,00	4.500,00	546,75
TOTALES:	375,00	4.500,00	546,75

Fuente: Trabajo de campo

Cuadro 30-4: Área Productiva

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES 12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
CHEF ADMINISTRADOR	375,00	4.500,00	546,75
TOTALES:	375,00	4.500,00	546,75

Fuente: Trabajo de campo

Cuadro 31-4: Área Comercial

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	BENEFICIOS SOCIALES 12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
CAJERA	375,00	4.500,00	546,75
TOTALES:	375,00	4.500,00	546,75

Fuente: Trabajo de campo

4.3.3 Proceso de Selección y contratación del talento humano

Para la contratación de talento humano se utilizaran diferentes medios de comunicación detallados a continuación:

Cuadro 32-4: Contratación del talento humano

MEDIOS	COSTO MENSUAL
Convocatoria en el periódico de mayor circulación de la localidad. (4 publicaciones al mes)	40,00
Internet en páginas web de empleos	0,00
Radio de mayor frecuencia en la localidad. (3 publicaciones al mes)	30,00
TOTAL	70,00

Fuente: Trabajo de campo

Los valores y las competencias técnicas que debe poseer el personal a contratar, se encuentran detalladas en las siguientes fichas profesiográficas (Ver Anexo 4)

El proceso de reclutamiento, selección y contratación de personal es un conjunto de etapas que tiene como objetivo contratar el personal más idóneo para el respectivo puesto de trabajo dentro de la empresa.

1) Proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción al puesto de trabajo

a. Definición del perfil del postulante

En este punto debemos determinar que conocimientos, experiencia, habilidades, destrezas, valores y aptitudes desea la empresa que posea el personal, debemos tener claro ya el puesto al cual va a postular la persona.

b. Reclutamiento

El siguiente paso consiste en la búsqueda y reclutamiento de los postulantes que cumplan con las competencias y características ya preestablecidas en el punto anterior, se realizara a través de anuncios por diferentes medios de comunicación.

c. Evaluación

Este paso consta de la pre-selección y evaluación del personal reclutado con el único fin de elegir de entre todos ellos el más idóneo para el puesto que la empresa está ofreciendo. Se realizara la entrevista formal en la cual el postulante antes elegido debe acercarse a la empresa para ser evaluado con preguntas abiertas con el fin de conocerlo a profundidad.

d. Selección y contratación

Una vez realizada la evaluación se procede a la selección del personal que mejor se haya desempeñado en la entrevista y cumpla con los requerimientos preestablecidos, siguiendo con la contratación formal es decir firmando el contrato de trabajo en el cual se detalle el cargo a desempeñar, las funciones que realizara, la remuneración que recibirá, el tiempo de trabajo y otros aspectos que sean necesarios acordar entre la empresa y el trabajador.

e. Inducción y capacitación

Finalmente, una vez que hemos seleccionado y contratado al personal, es responsabilidad de la empresa que dicho trabajador se adapte lo más pronto posible, y capacitarlo para que pueda desempeñar con éxito su trabajo, para ello se podría empezar con mostrarle las instalaciones y donde va a realizar su trabajo, señalarle el horario y capacitarlo sobre las responsabilidades, obligaciones y funciones y demás particularidades de su nuevo puesto.

4.3.4 Manual de funciones

Cuadro 33-4: Manual de Funciones del Gerente

MANUAL DE FUNCIONES		
CARGO	FUNCIONES	PERFIL
GERENTE	<ul style="list-style-type: none">-Responsable de la marcha administrativa.- Dirigir al personal- Comunicar los objetivos e implementación de estrategias.- Resolver los problemas cuando se presentan.- Conocer todos los productos de chocolatería- Atender de forma eficiente las quejas y solicitudes de los clientes.	Edad: Mínimo 25 años Género: Indistinto Experiencia: 2 años en cargos similares. Escolaridad requerida: Gestora Gastronómica o afines Conocimientos: Manejo de personal.

	<ul style="list-style-type: none"> - Organizar y dirigir las reuniones periódicas de trabajo del personal. - Otorgara permiso y faltas del personal 	Habilidades: Estabilidad emocional Habilidades comunicativas Trabajo en equipo
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 34-4: Manual de Funciones de la Contadora

MANUAL DE FUNCIONES		
CARGO	FUNCIONES	PERFIL
CONTADORA	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar un inventario actualizado de todos los bienes, valores y obligaciones de la empresa - Llevar en forma ordenada recibos, facturas y todo comprobante que justifique un pago. - Presentar informes mensuales. - Preparar el balance general, el estado de resultados, el estado de cambios en la situación financiera, el estado de capital de trabajo y el estado de cambios en el patrimonio. - Chequear roles de pago de agua, luz y suministros. - Realizar los pagos de personal, insumos y otras obligaciones que se presenten en la empresa. 	Edad: Mínimo 30 años Género: Indistinto Experiencia: 2 años en cargos similares. Escolaridad requerida: Lic. en CPA Conocimientos: En contabilidad Habilidades: Estabilidad emocional Habilidades comunicativas Trabajo en equipo

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 35-4: Manual de Funciones del Cajero/Despachador

MANUAL DE FUNCIONES		
CARGO	FUNCIONES	PERFIL
Cajero/Despachador	<ul style="list-style-type: none"> - Despachar diariamente los diferentes tipos de productos que se ofrece. - Arregla los productos del exhibidor. - Solicita al chef que surta los productos faltantes. - Mantiene diariamente limpia su área de trabajo. - Debe realizar otras tareas relacionadas con las funciones de su unidad. - Controla la apertura y cierre de caja. 	Edad: Mínimo 20 años Género: Indistinto Experiencia: 1 año en cargos similares. Escolaridad requerida: Bachiller en contabilidad o afines Conocimientos: En contabilidad Habilidades: Estabilidad emocional Habilidades comunicativas Trabajo en equipo

4.3.5 Materiales técnicos

Cuadro 36-4: Activos fijos del área comercial

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Caja registradora	1	290,00	290,00
Vitrina expositora	1	575,00	475,00
Mesa de madera	2	100,00	200,00
Sillas de madera	4	40,00	160,00
Muebles de star	1	250,00	250,00
Parlante	1	299,00	299,00
Computadora laptop	1	600,00	600,00
Espejo	1	60,00	60,00
Florero	2	29,00	58,00
Cuadros	2	15,00	30,00
Lámpara	2	20,00	40,00
TOTAL			2462,00

Fuente: Estudio Financiero

Cuadro 37-4: Materiales y Suministros del área comercial

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Papel	1	4,00	5,00
Esferos	2	0,60	2,60
Carpetas	1	0,25	1,25
Grapadora	1	0,50	1,50
Perforadora	1	0,75	1,75
TOTAL		6,10	12,10

Fuente: Estudio Financiero

4.3.6 Misión

CHOCOANDES tiene como misión producir chocolates finos artesanales, elaborados con base de cacao fino de aroma con rellenos de productos andinos como la quinua, el chocho y el arroz de cebada, con el fin de satisfacer los paladares de los clientes que degustan de este tipo de confitería exclusiva completamente tradicional y saludable.

4.3.7 Visión

En cuatro años CHOCOANDES será reconocida como una de las mejores chocolaterías a nivel local y nacional por ofrecer productos de excelencia e innovación en el sector de la chocolatería fina artesanal, logrando posicionarse como una empresa líder de chocolates artesanales con productos andinos como la quinua, chocho y arroz de cebada.

4.3.8 Políticas

- Realizar todos los trabajos con excelencia.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los colaboradores y clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.
- Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos en su totalidad.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos mediante acciones sistemáticas de formación.
- Nuestra labor y nuestras metas serán siempre compatibles con la protección al medio ambiente y el respeto a las tradiciones culturales.
- Mantener la calidad de nuestros procesos, productos y su entrega oportuna para satisfacción de nuestros clientes
- Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la organización.

4.3.9 Estrategias

- Efectuar promociones publicitarias de manera trimestral.
- Otorgar ofertas a los clientes que han realizado más de cinco compras.
- Optimizar recursos en la fabricación del producto con el fin de reducir costos.
- Se lanzara promociones de descuentos en fechas especiales

- Se elaborara un catálogo de productos que será exhibido en la página web de la empresa

- Para dar a conocer el chocolate artesanal, se realizarán visitas comerciales en las que se obsequiaran muestras gratis del producto, al igual que se hará entrega de un video institucional en el que se mostrará al cliente los beneficios del chocolate y el proceso que se le hace para que llegue a sus manos.

4.3.10 Valores y principios

Los principios y valores éticos que nuestra institución considera fundamentales para la realización plena de nuestros objetivos organizacionales, se presentan ordenados en dos ámbitos de personalidad: plenitud humana y plenitud laboral.

a. De trabajo

Servicio de calidad, eficiencia, compañerismo, cooperación, transparencia, integridad, creatividad, solidaridad, disciplina y laboriosidad.

b. De la persona

Deben reunir valores como: Lealtad, honestidad, responsabilidad, respeto, confianza y sinceridad.

4.3.11 Distingos y ventajas competitivas

a. Distingos competitivos

- Evaluaciones periódicas para determinar el gusto del cliente.

- Alta calidad en el producto.

b. Ventajas competitivas

- Es una nueva modalidad de chocolate con rellenos que utiliza productos representativos de los Andes.

- Es muy nutritivo y saludable (alto contenido proteínico).

4.3.12 Aplicación del FODA

Cuadro 38-4: Matriz FODA

ANÁLISIS INTERNO		ANÁLISIS EXTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Calidad del producto por ser un trabajado de manera artesanal. - Atención al cliente con calidad y calidez humana - Innovación (productos andinos y diseño) - Acceso al producto - Personal capacitado en recursos humanos, manejo de alimentos, cierre de ventas y manejo de conflictos - Bajo costo de materia prima y gran rendimiento por ser un producto nacional. - La producción está a cargo de la gerente lo que reduce los costes. - La organización empresarial es más fácil por ser pocas personas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de capital para financiar iniciativas estratégicas de mercadeo. - Inexperiencia en el mercado local para establecer un nuevo negocio. - No se cuenta con un local propio para comercializar los productos. - Línea de productos limitada en relación a la competencia - Por ser una empresa artesanal, el tiempo de producción no puede competir con las grandes compañías automatizadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado en crecimiento por ser un producto de gran aceptación. - Conocimiento de la manipulación del Cacao ecuatoriano - Diversidad de productos andinos en el sector - El Ecuador es un país productor de cacao lo que disminuye el costo. - Se cuenta con diversidad de proveedores de materia prima para la elaboración de chocolates. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cambios climáticos. - Posicionamiento de la competencia en el mercado local. - Productos importados (sustitutos) - Incremento de precios en la materia prima para la elaboración de chocolates - Crisis en la economía mundial - Presencia de empresas que ofrecen los mismos productos.

Fuente: Trabajo de campo

4.4 Estudio Técnico

4.4.1 Localización

4.4.1.1 Determinación de la Localización de la Planta

Cuadro 39-4: Matriz FODA

Determinación de la Localización				
	PARÁMETROS	A(AVENIDAD PRINCIPAL)	B(ZONA CENTRO)	C(Zona Sur)
A	Disponibilidad de Mercado	50%	25%	25%
B	Materia Prima Certificada	25%	10%	8%

C	Vías de Comunicación	15%	8%	12%
D	Servicios Básicos	10%	10%	6%
	TOTAL %	100%	53%	51%

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Liliana Garcés, 2018

4.4.1.2 Indicadores

A	50%
B	25%
C	15%
D	10%
TOTAL	100%

ANÁLISIS:

De acuerdo a los parámetros que se tomaron en cuenta el lugar para ubicar este emprendimiento es Ecuador provincia de Chimborazo, cantón Riobamba en las calles Veloz y Carlos Zambrano, frente al diario Los Andes y a la cafetería Dolce Vita. Se encuentra en una de las avenidas principales, cercanas a la zona centro y sur.

a. Macro-localización

- Datos Generales

Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

Superficie: 990 Km²

Parroquias urbanas: Lizarzaburu, Maldonado, Velasco, Veloz y Yaruquíes

Parroquias rurales: Cacha, Calpi, Cubijés, Flores, Licán, Licto, Pungalá, Punín, Químiag, San Juan y San Luis.

Gráfico 17-4: Mapa del Cantón dividido en parroquias

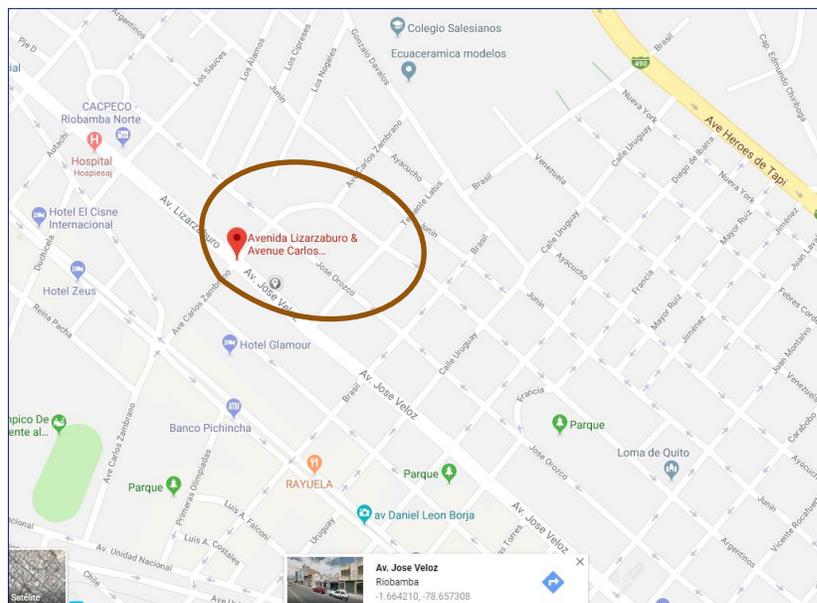


Fuente: www.google.com
Elaborado por: Liliana Garcés. 2017

b. Micro-localización

“CHOCOANDES” estará ubicado en la Parroquia Velasco, barrio la Giralda en las calles Veloz y Carlos Zambrano, frente al diario Los Andes y a la cafetería Dolce Vita. Se escogió este lugar puesto que es un sector eminentemente comercial, por lo que se considera un lugar adecuado para su localización.

Gráfico 18-4: Mapa de la Microlocalización de Chocoandes



Fuente: www.google.com
Elaborado por: Liliana Garcés. 2017

c. Proceso de producción

Para la operación de la bombonería es necesario la identificación de los equipos que se van a utilizar en el departamento de producción como son suministros, accesorios, materiales, la materia prima, recursos humanos, etc. Partiendo de la premisa “CHOCOANDES” va a entregar sus productos cuando sean en gran volumen bajo pedido previo, mediante el cual el producto será elaborado en los días hábiles para que los proveedores y clientes puedan degustar de un chocolate fresco y delicioso. Tomando en cuenta lo siguiente: - El cliente solicitará el producto mediante vía internet, mediante llamada personal, o visita personal.

- La persona responsable de la recepción de pedidos enviará al departamento de producción el número total de pedidos que se deberán producir para su posterior entrega. También se verificará la disponibilidad de la materia prima para cubrir la totalidad de pedidos.

- Una vez preparado el producto se dará paso a ponerlo en las cajas de madera en las cantidades establecidas, al igual que en los pirutines para el mostrador.

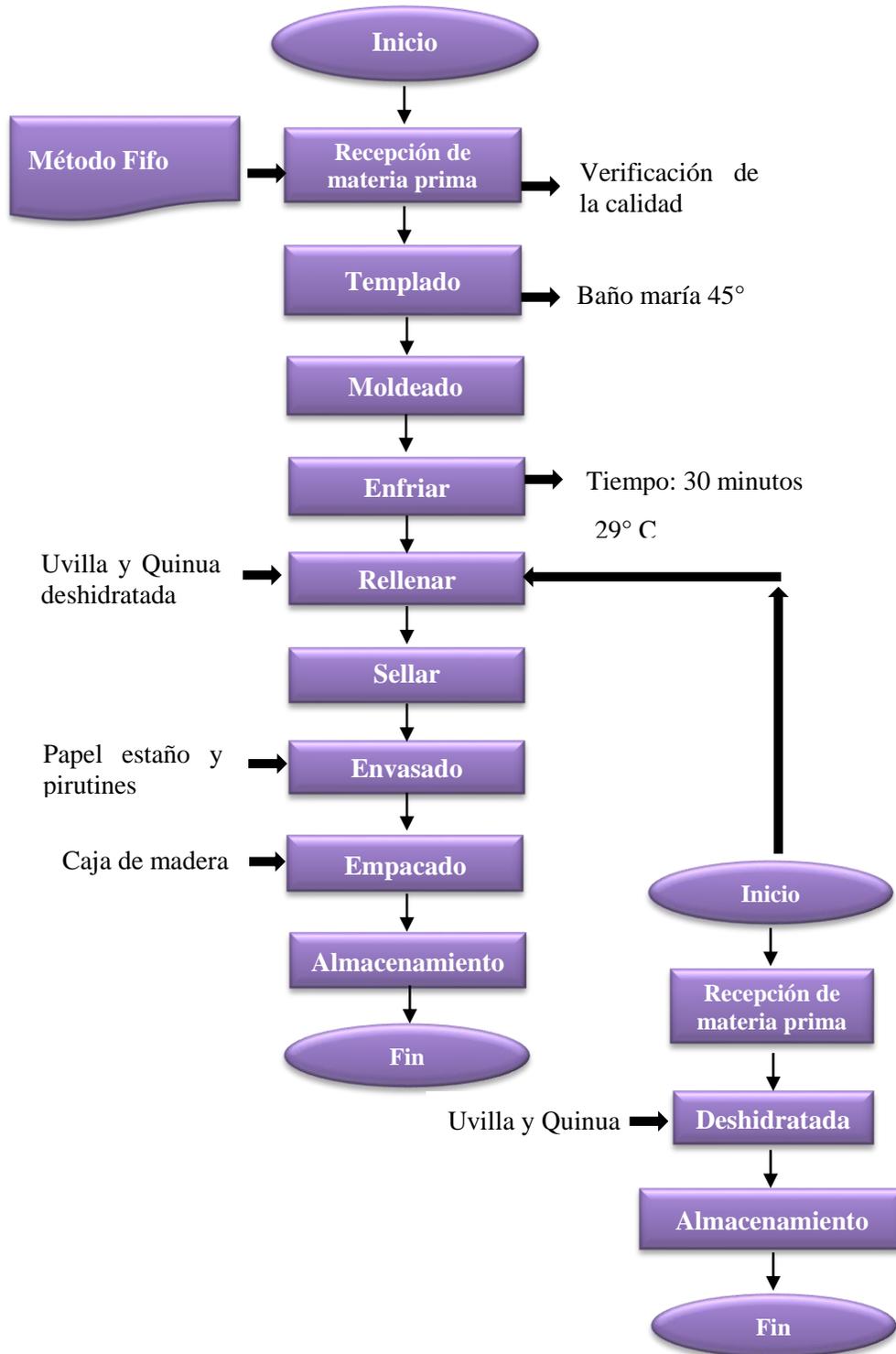
- El producto será distribuido directamente al consumidor en el local, y al mayorista en el lugar acordado previo convenio más los costos respectivos.

- Los pagos del producto pueden realizarse en forma anticipada, tarjetas de crédito, efectivo o en cheque, en el local de la empresa o al momento de la entrega.

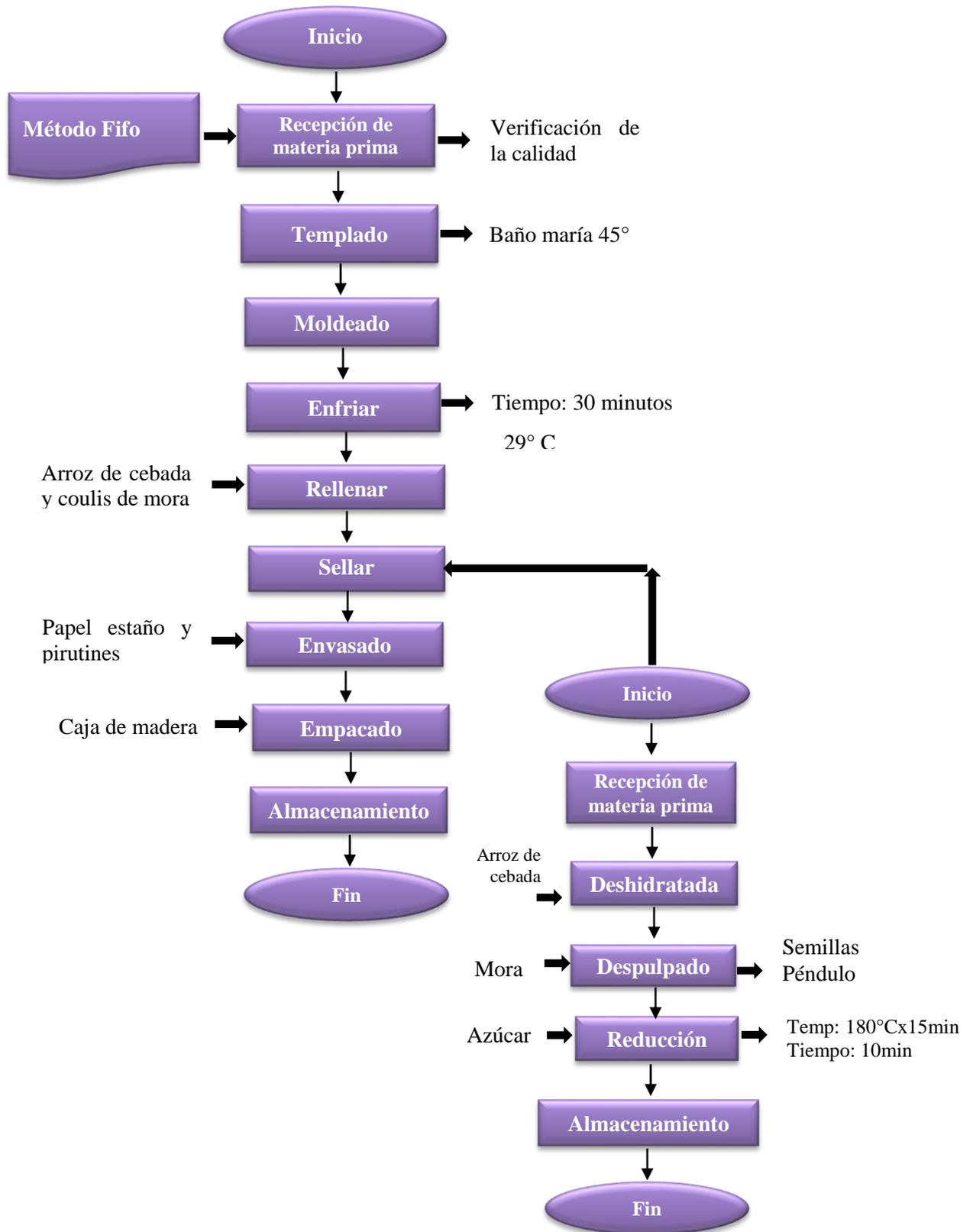
Durante el proceso productivo se cuidará rigurosamente la calidad de los insumos, los mismos que serán adquiridos en forma semanal, directamente por la empresa a los proveedores. Mientras se cumpla el proceso de producción se vigilará el estricto control de las normas de aseo de los recipientes equipos y utensilios que se utilizarán en la preparación del chocolate.

d. Diagrama de flujo del proceso de producción

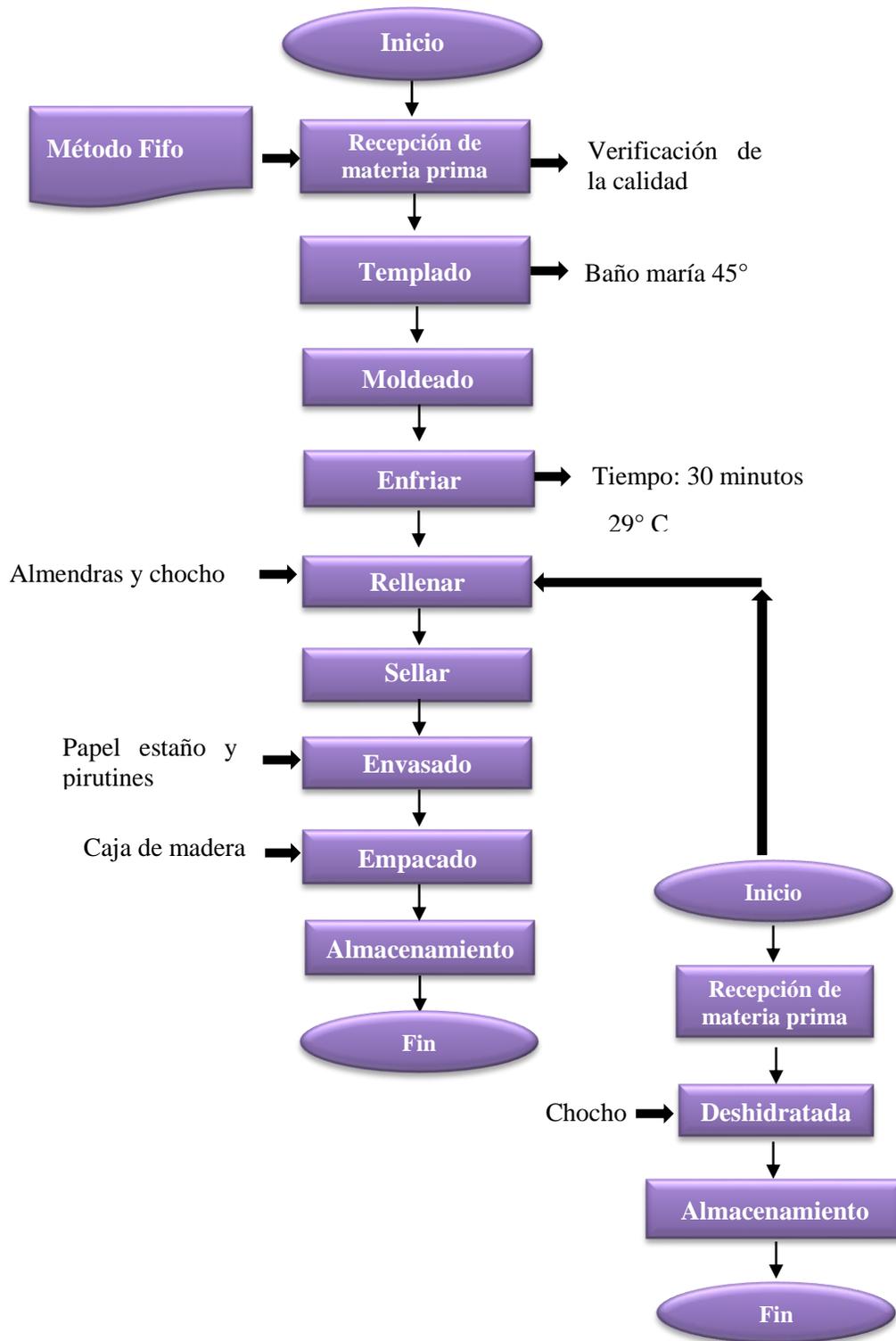
1. Flujograma del Bombón Bomboú



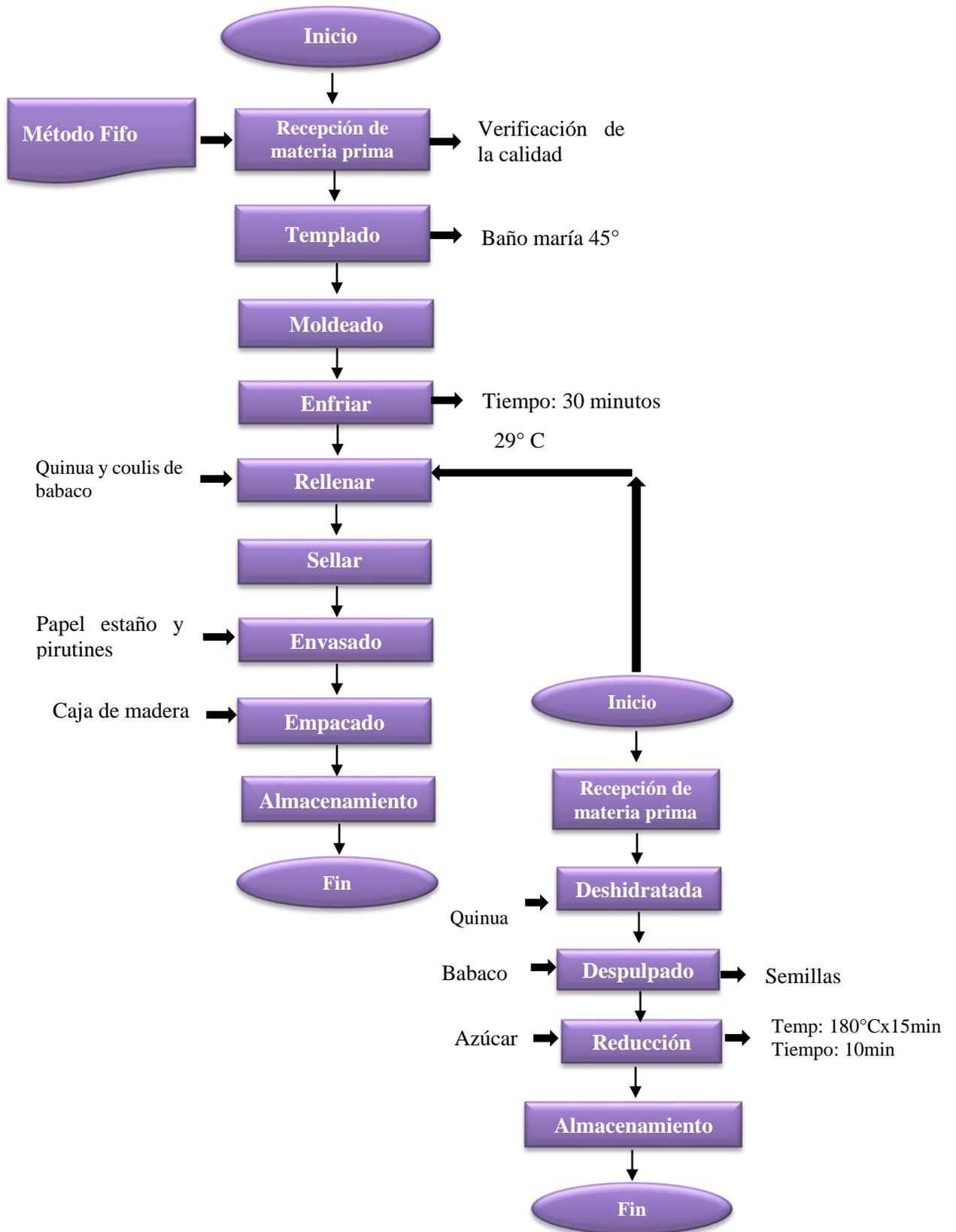
2. Flujograma del Bombón Chocmor



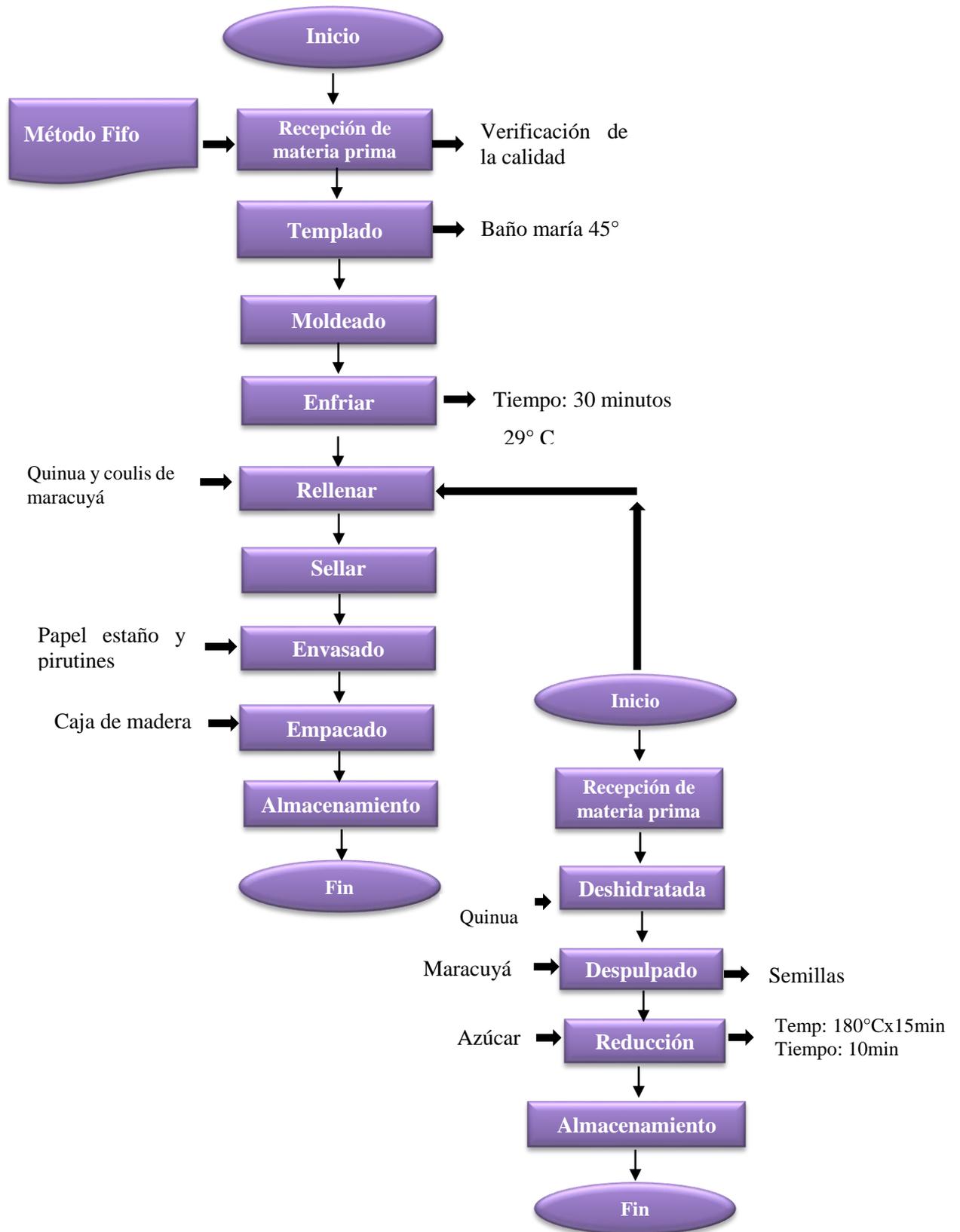
3. Flujograma del Bombón Chocodeli



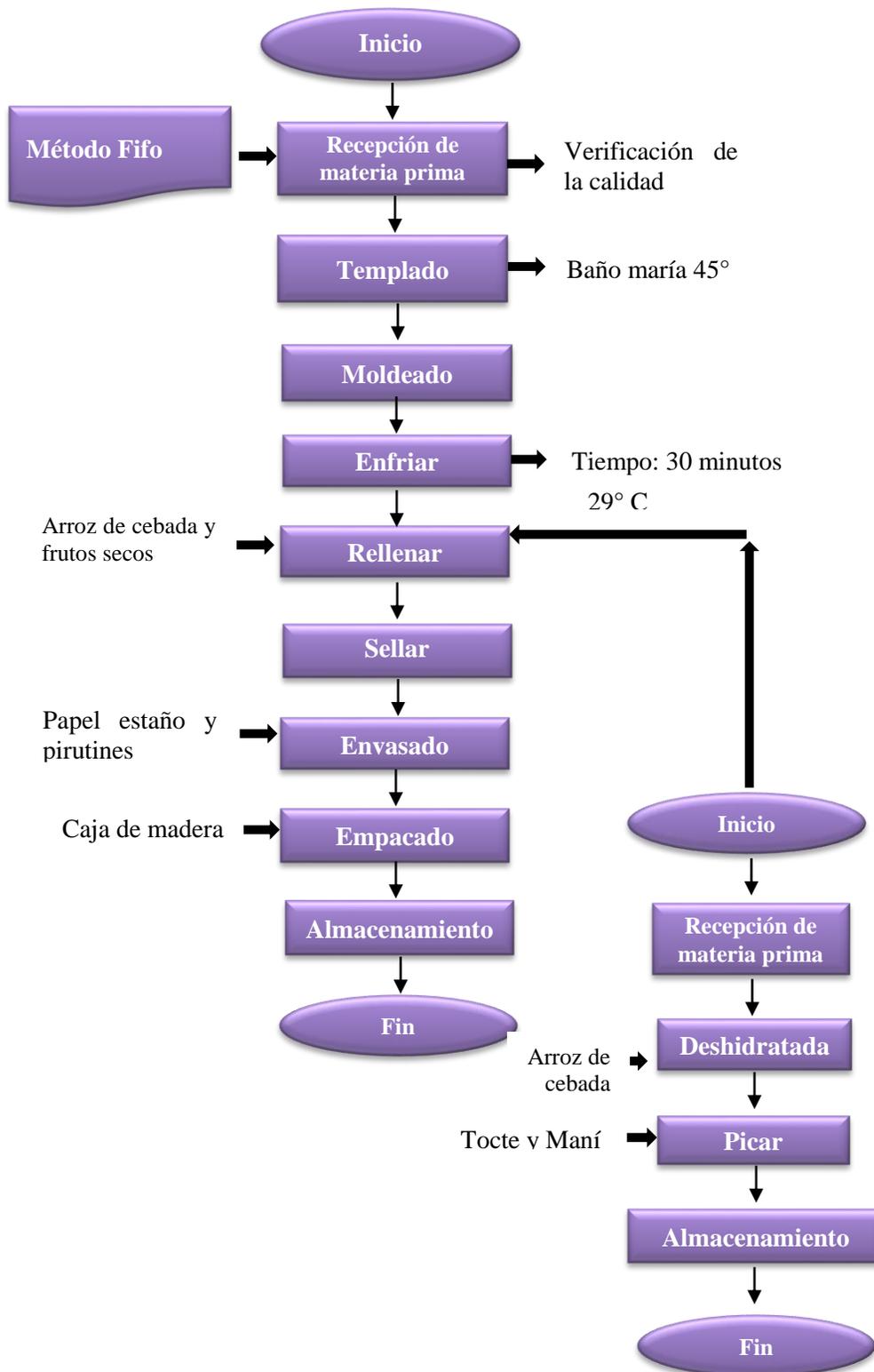
4. Flujograma del Bombón Babacho



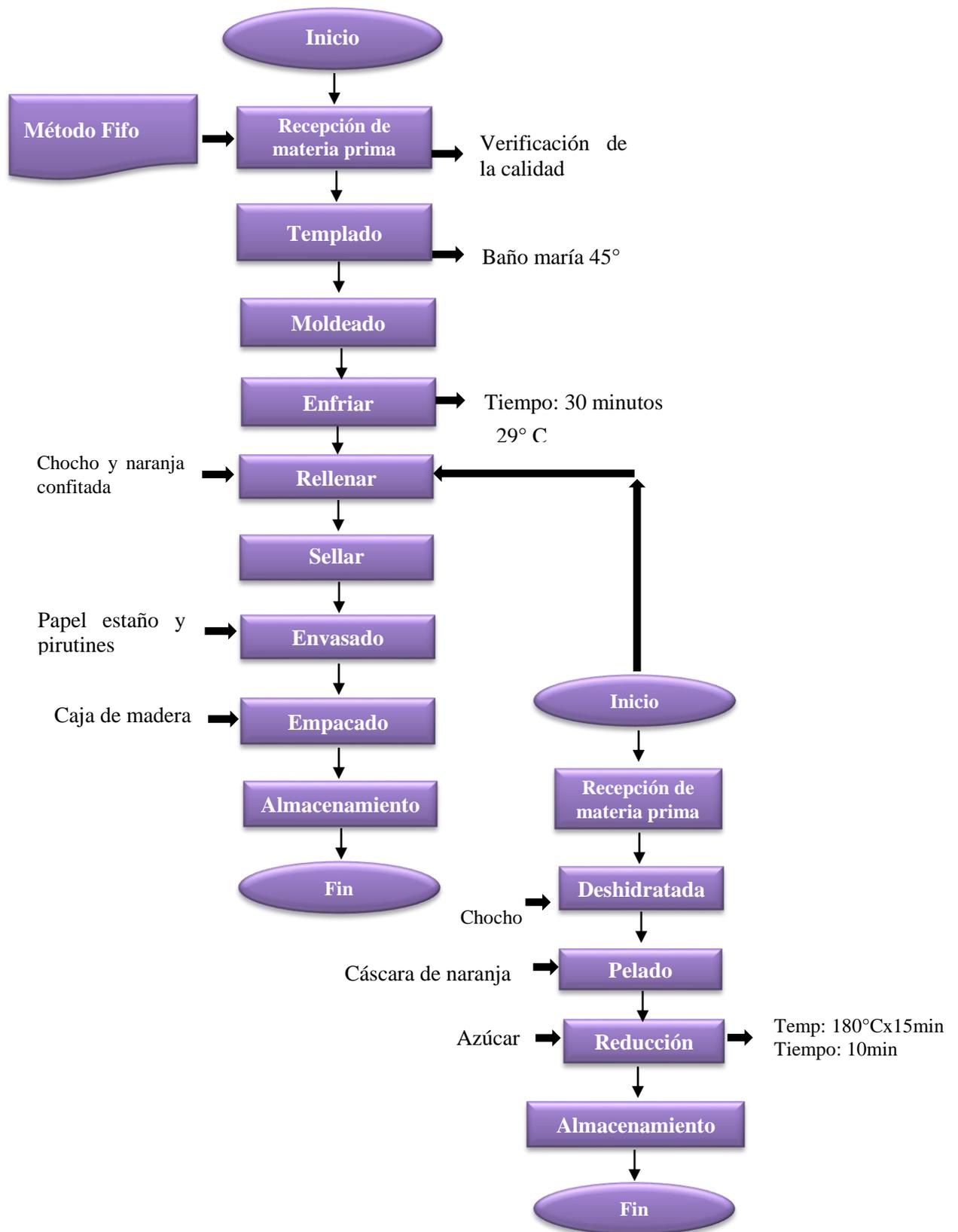
5. Flujograma del Bombón Maybom



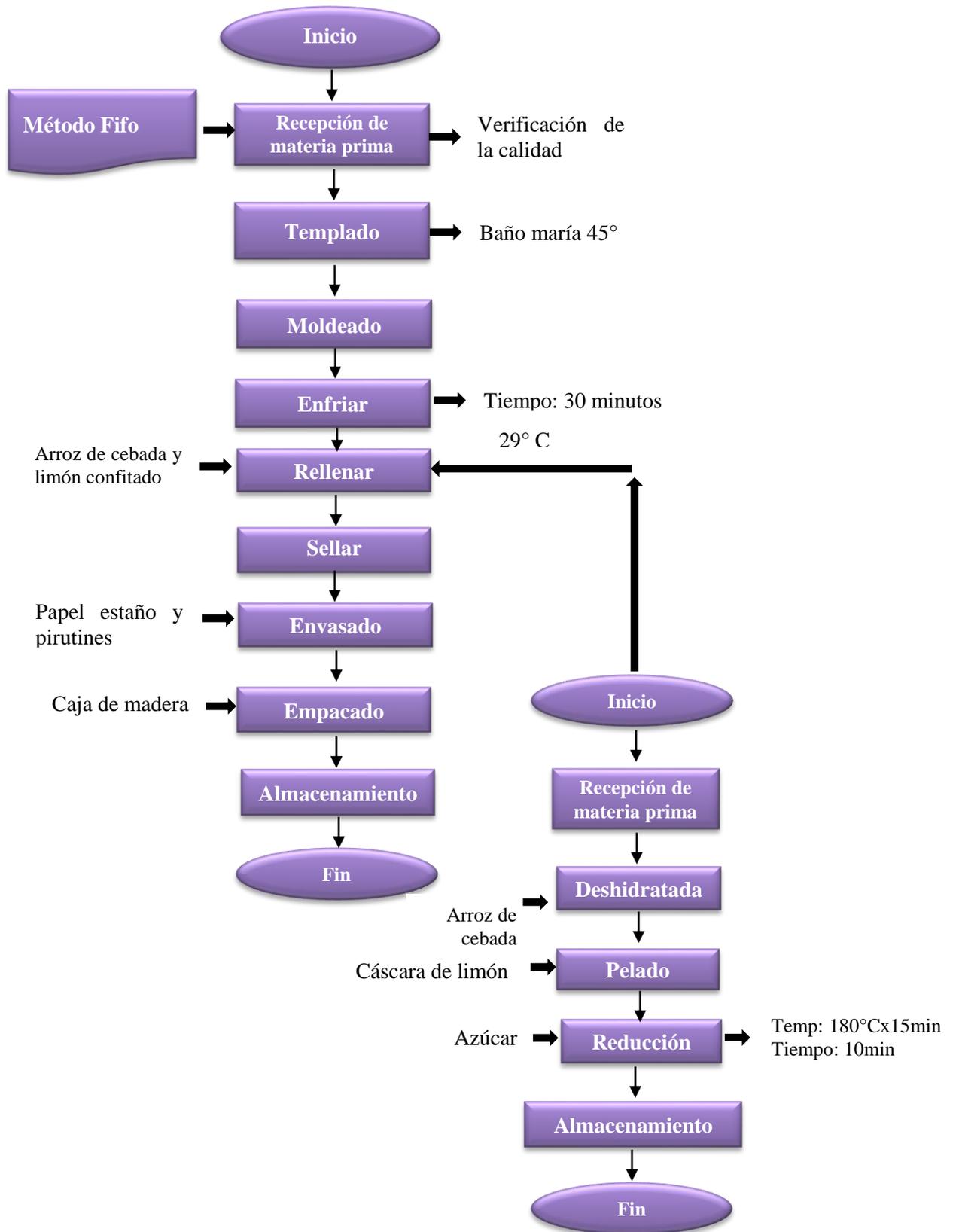
6. Flujograma del Bombón Ensueño



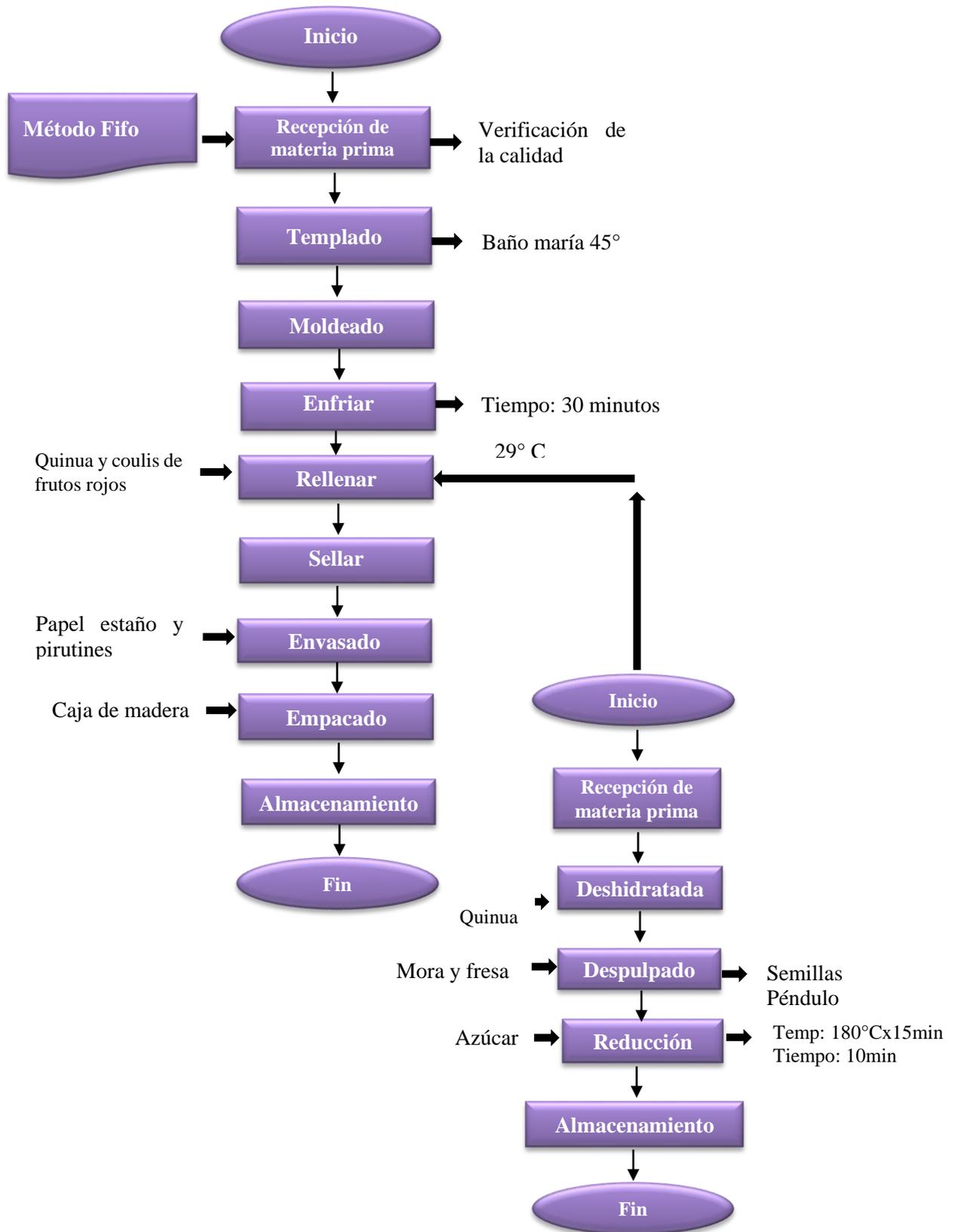
7. Flujograma del Bombón Bomsun



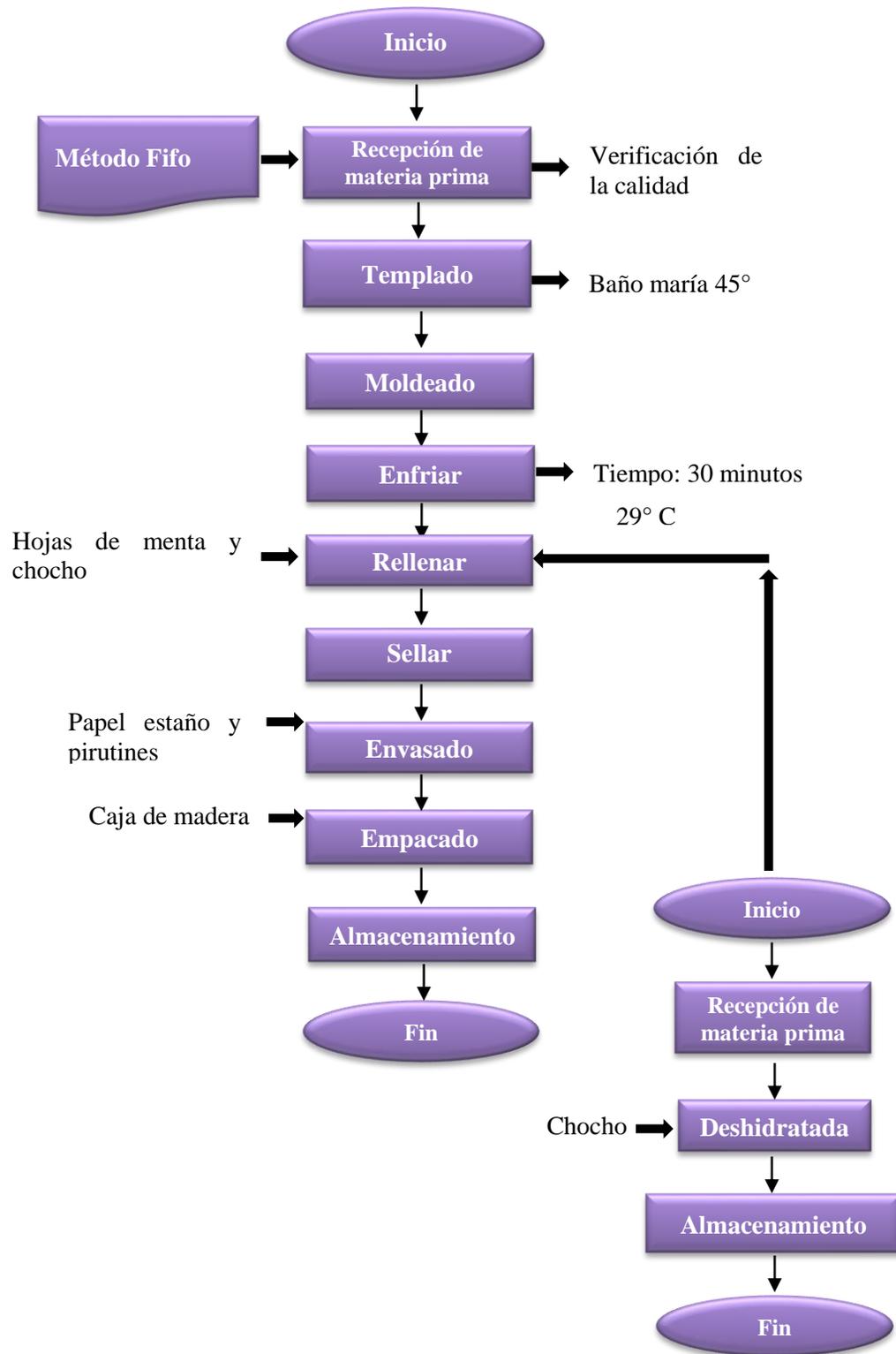
8. Flujograma del Bombón Citrusbom



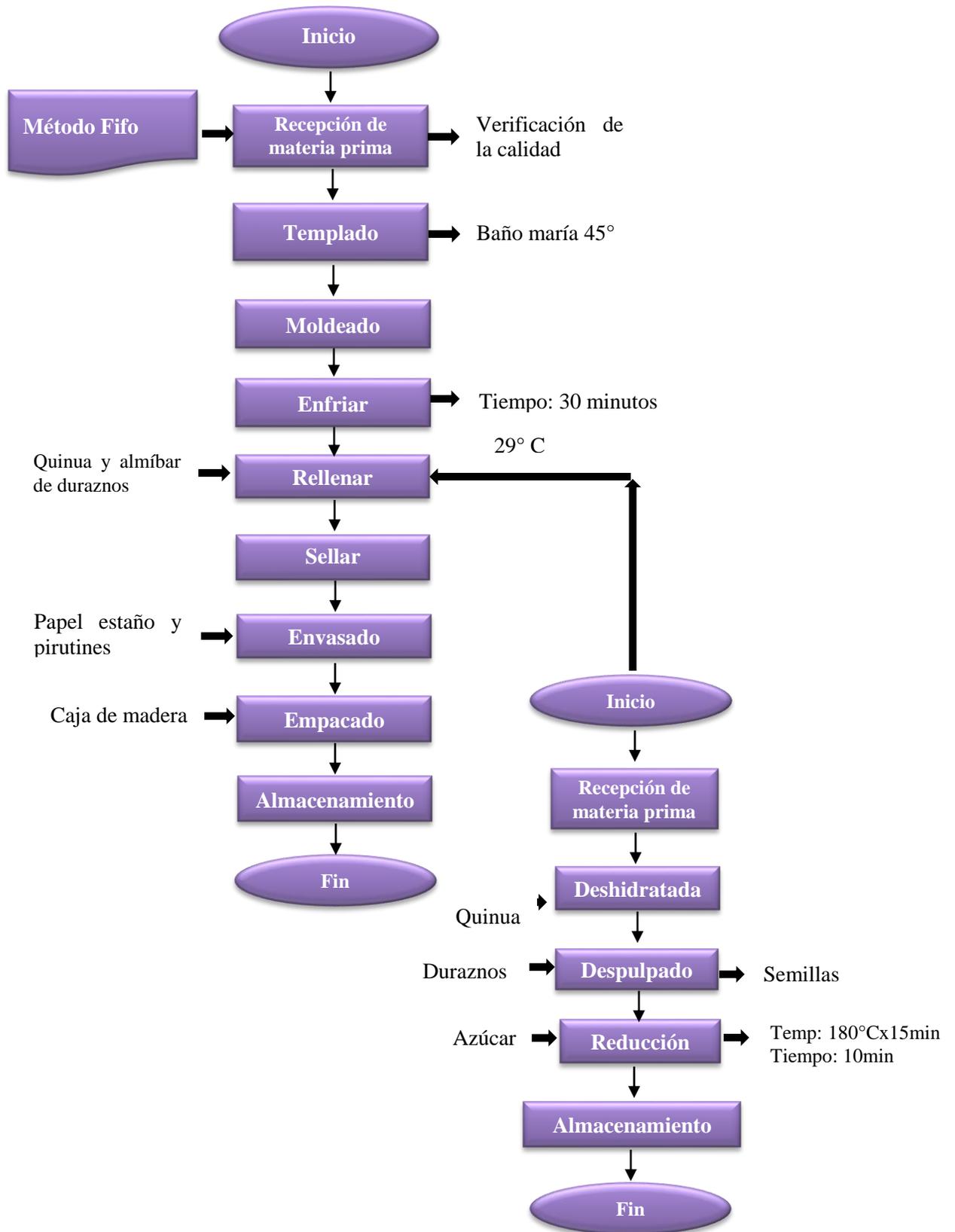
9. Flujograma del Bombón Fruitred



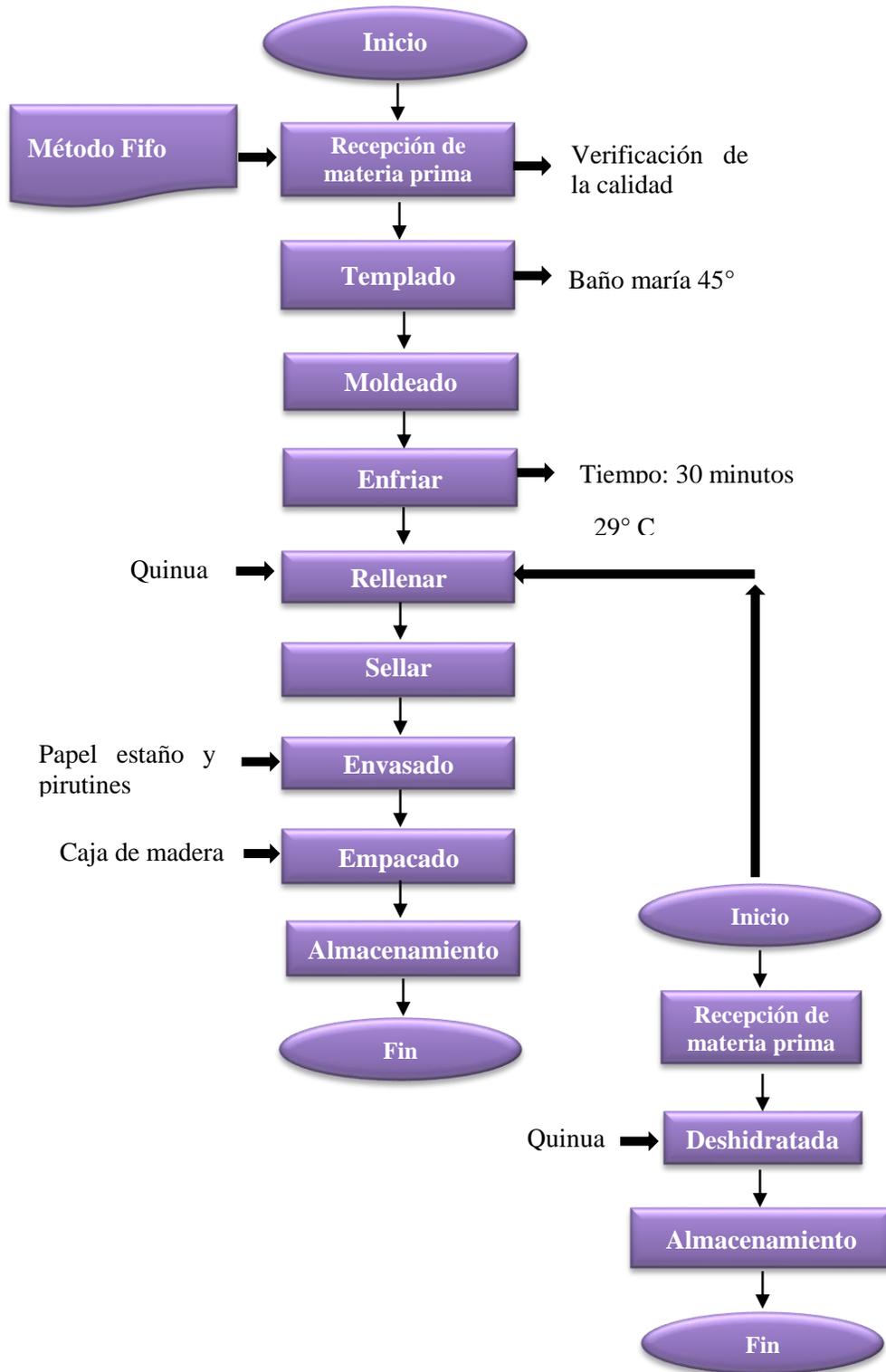
10. Flujograma del Bombón Mintbom



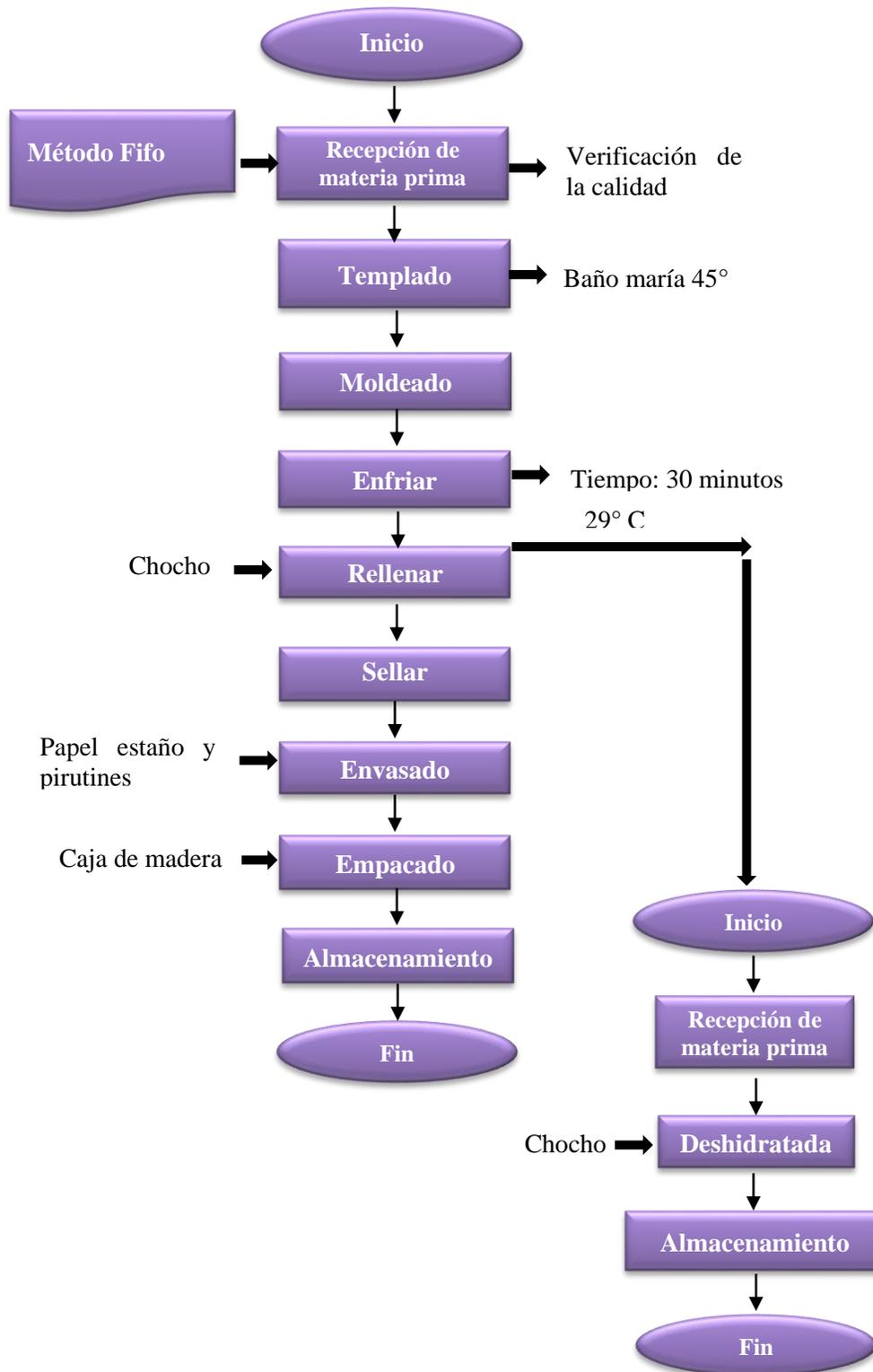
11. Flujograma del Bombón Piquisbom



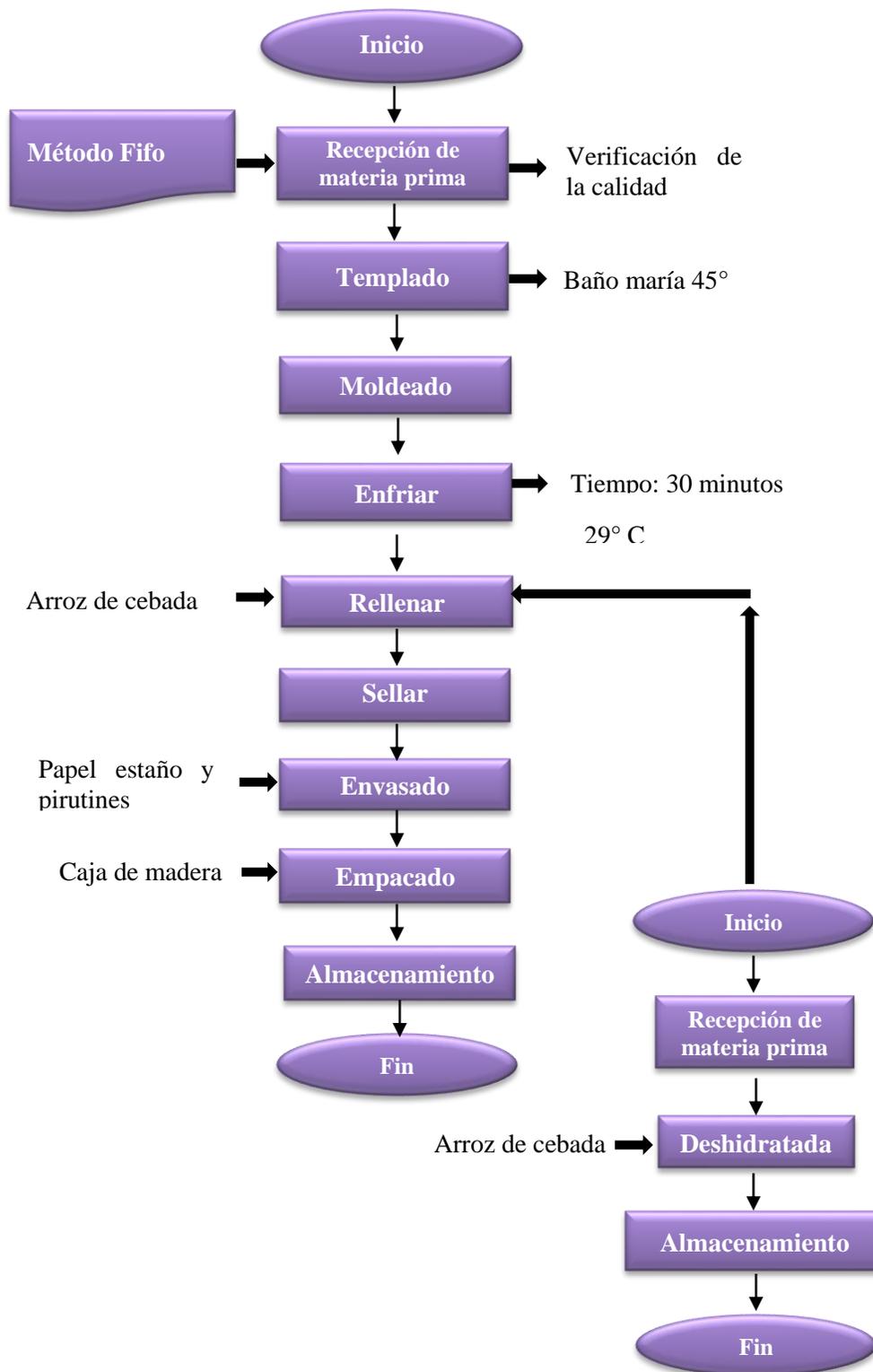
12. Flujograma del Bombón Quichoco



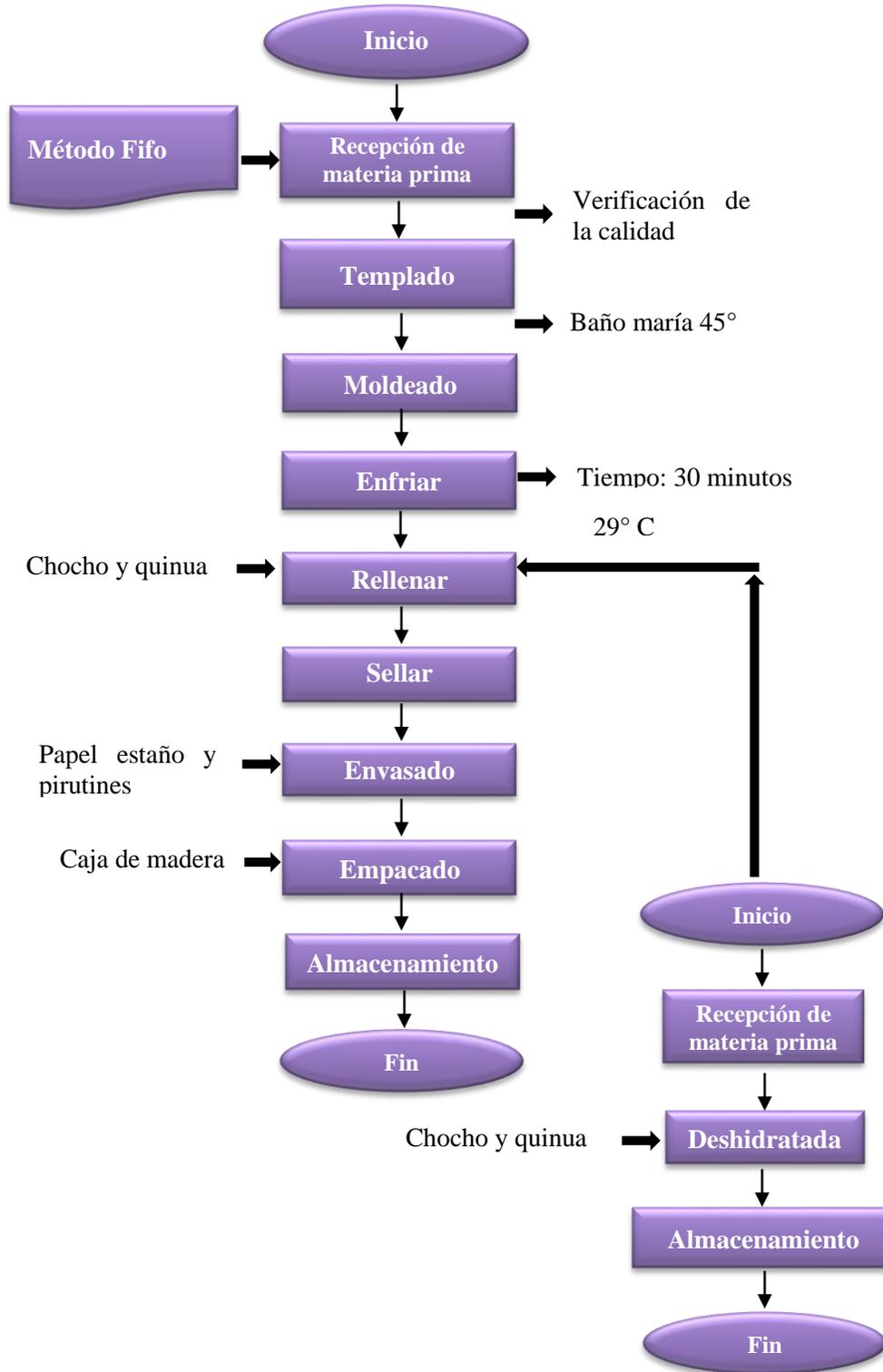
13. Flujograma del Bombón Cochocho



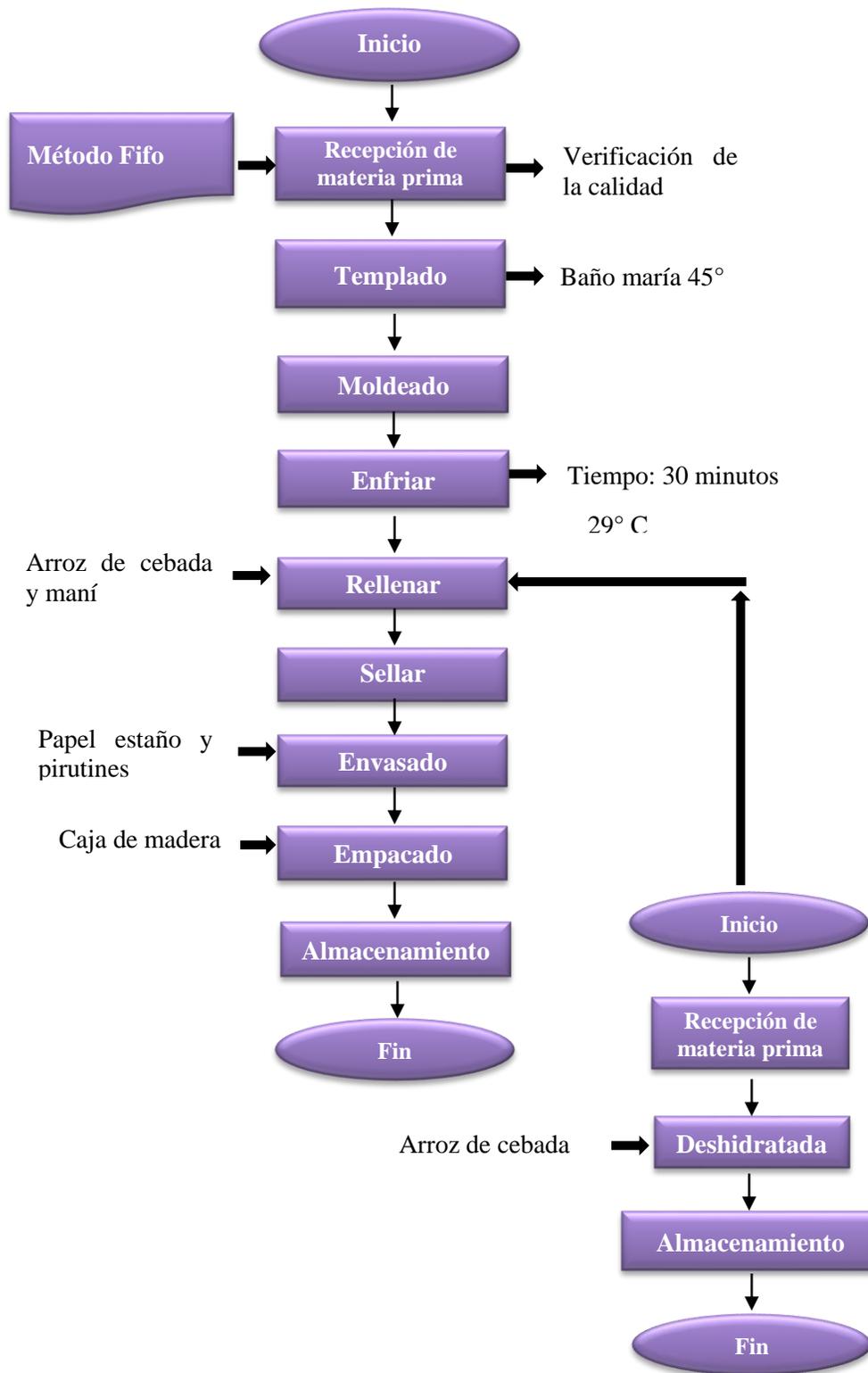
14. Flujograma del Bombón Cebachoc



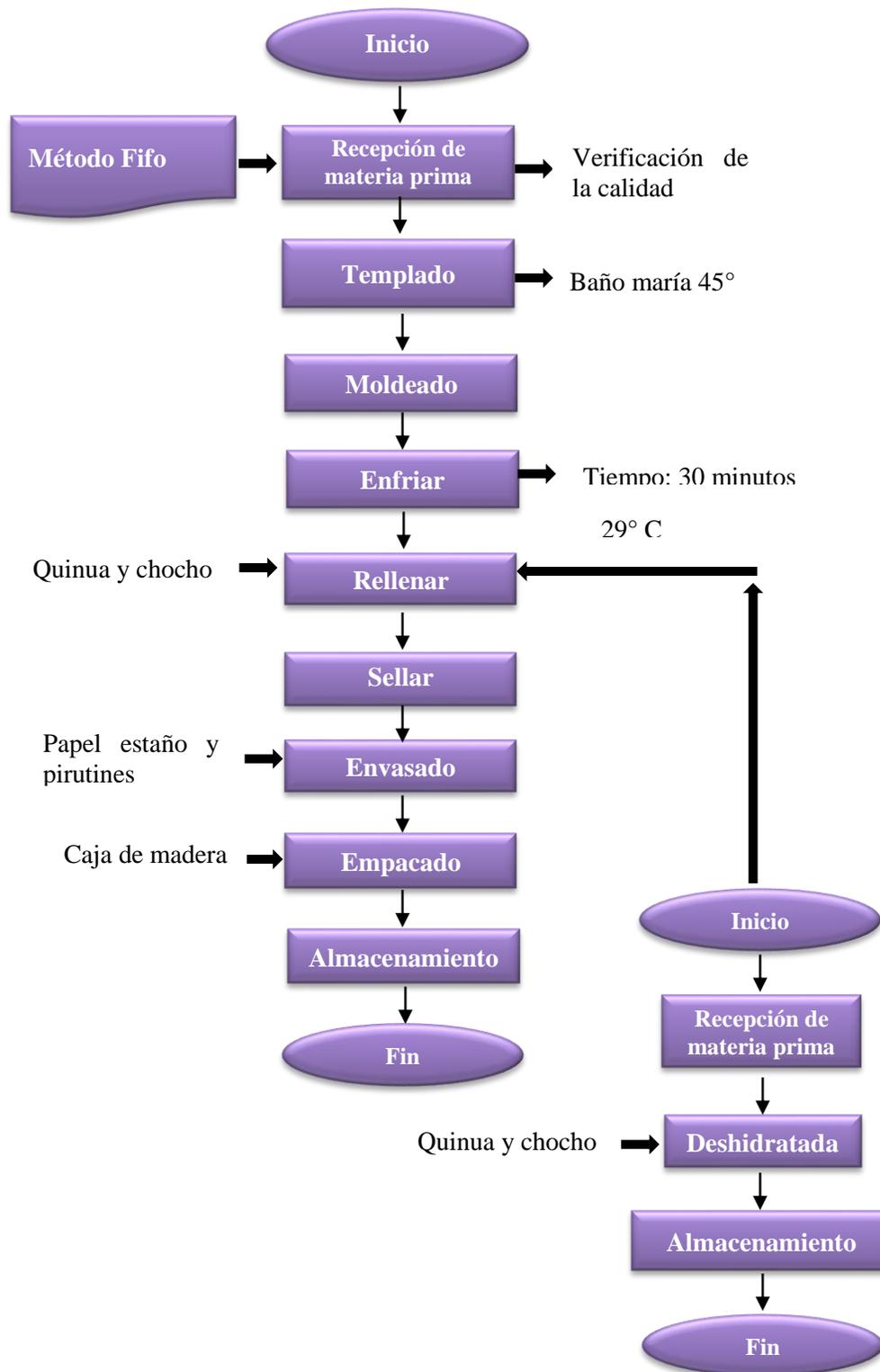
15. Flujograma del Bombón Choquibom



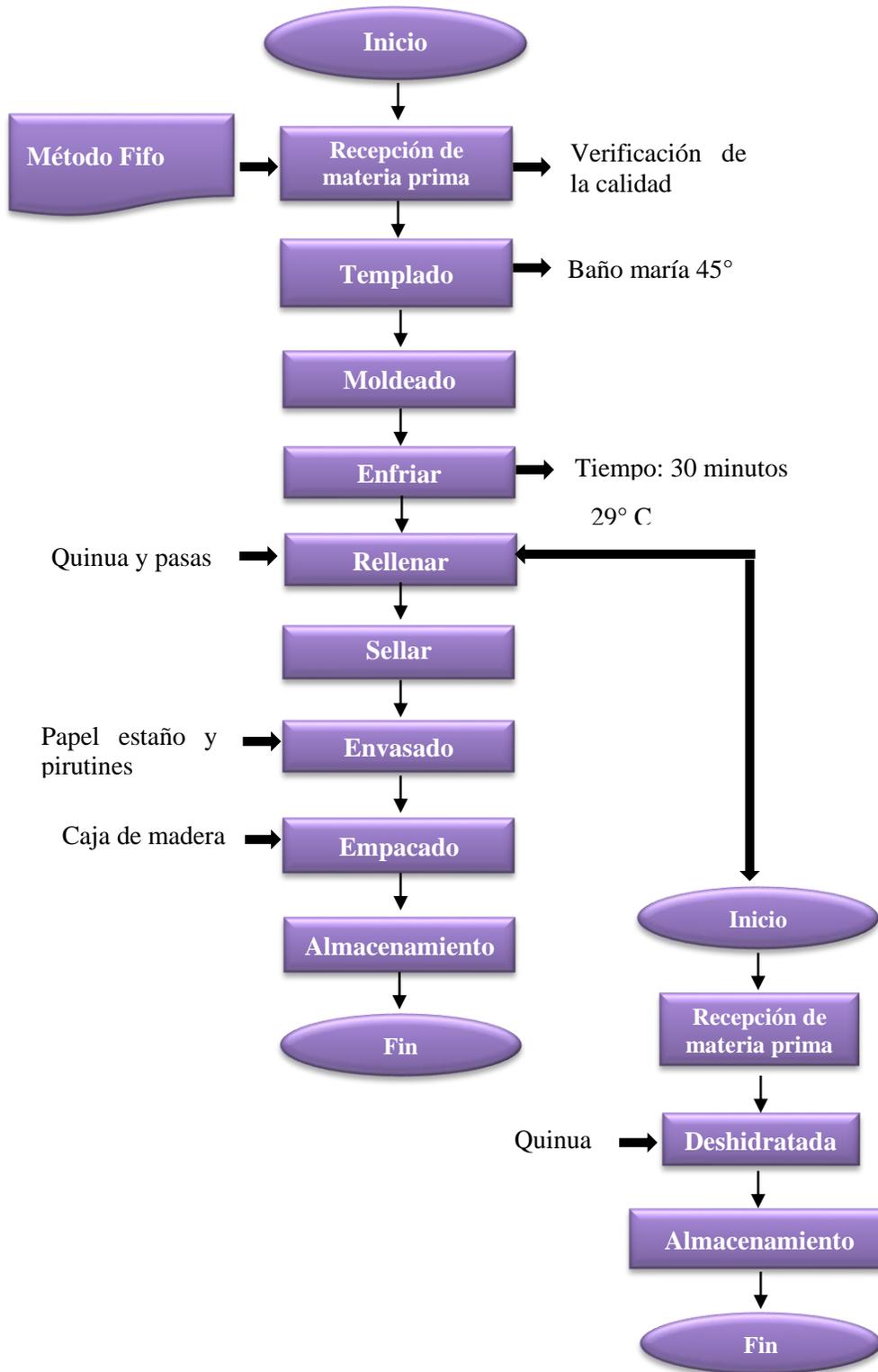
16. Flujograma del Bombón Macechoc



17. Flujograma del Bombón Choquinubom



18. Flujograma del Bombón Pasquibom



1) Explicación del Diagrama de Flujo

- Inicio: se realizara la recepción de la Materia Prima (cobertura de chocolate, quinua, arroz de cebada, chocho, pasas, nueces, frutas, etc.) la cual será adquirida directamente al proveedor e inventariándose por medio del método FIFO. Posteriormente se verificara la calidad de los productos es decir que tenga una buena higiene, excelentes condiciones físicas y que cumpla con las normas ISO.

- Templado: En esta fase se procederá a fundir el chocolate a baño maría hasta alcanzar los 45° C. luego se seguirá con el Moldeado donde se dejara Enfriar el chocolate hasta alcanzar los 29°C, por 30 minutos.

- Rellenar: una vez que se ha terminado el templado se procederá a mezclar los ingredientes y poner el chocolate en los moldes que tendrán diversas formas y pesos. Dependiendo del relleno se seguirá el proceso correspondiente es decir la deshidratada, el despulpado, la reducción y el almacenamiento.

- Sellar: Una vez que el chocolate está en el molde se debe dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, luego se sacara del molde y se procederá con el Envasado de los bombones que se lo hará en papel estaño y pirutines, para mantener el chocolate en perfecto estado, debido a que este es perecible y por lo tanto debe ser manejado con cuidado.

- Empacado: El empaque se lo hará mediante cajas de madera de color natural y tallados con el logo de la empresa en la tapa, para que sea más artesanal y serán de varias formas y tamaños dependiendo de la ocasión. Cada caja contendrá un mínimo de 6 bombones.

- Producto Terminado: Una vez que el producto ha sido empacado se ira al Almacenamiento, para posteriormente ser distribuido a los clientes.

e. Diseño de la planta

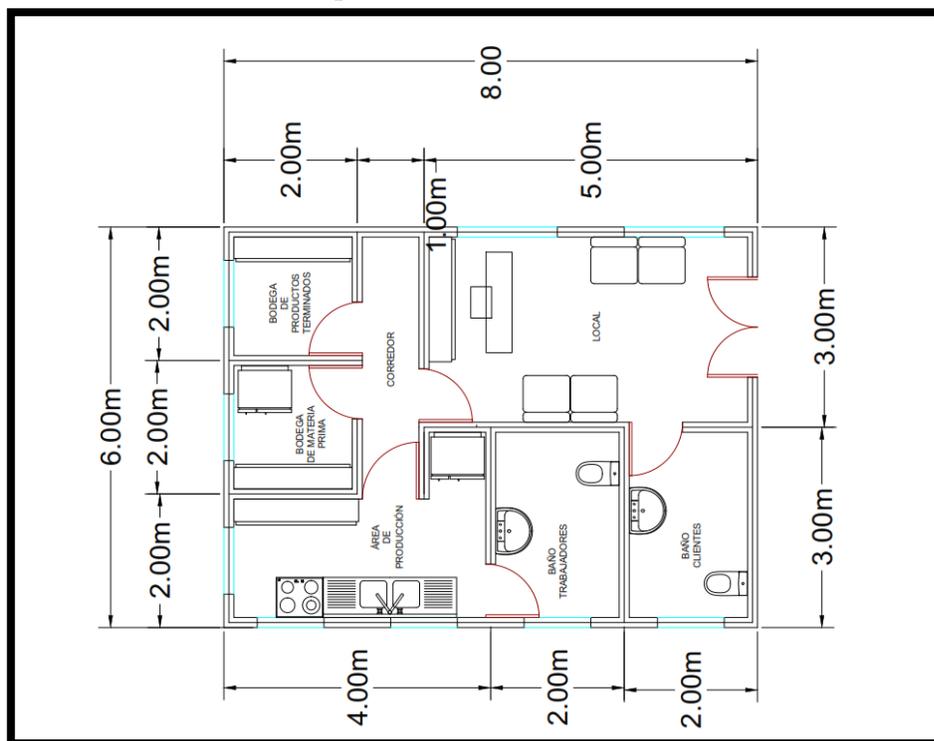
1) Descripción de la planta

El objetivo primordial que persigue la distribución de la planta es hallar una ordenación de las áreas de trabajo y del equipo, que sea la más económica para el trabajo, al mismo tiempo la más segura y satisfactoria para los colaboradores.

La empresa tiene un espacio físico de acuerdo al área de producción y comercialización. El espacio físico tiene que estar en relación para el proceso de producción, teniendo en cuenta el espacio físico del área, productiva, administrativa y de comercialización.

La empresa cuenta con una superficie de 48 m² de terreno, en el cual se hará una distribución de planta, que cuenta con una bodega de materia prima de 4m², una área de producción de 9m² y un baño de 6m², un corredor de 4 m², una bodega de productos terminados de 4 m², el local de 15 m² y un baño de 6 m².

Gráfico 19-4: Diseño de la planta



Elaborado por: Liliana Garcés. 2017

4.4.2 Estructura de costos de producción

a. Servicios Básicos

Cuadro 40-4: Consumo de servicios básicos

Tipo	Cantidad	Valor	Unidad	Trimestral	Anual	100% del Costo	Producción 50%	Administración 25%	Ventas 25%
Luz	200	0,11	kw/h	68,34	273,37	918,25	114,78	57,39	57,39
Teléfono	150	0,09	mm	40,50	162,00		459,12	229,56	229,56
Internet	Ilimitado	30,00	Megas	90,00	360,00				
Agua	16	0,64	m3	30,72	122,88				
TOTAL				229,56	918,25				

Fuente: Estudio Financiero

b. Combustible

Cuadro 41-4: Combustibles

COMBUSTIBLES	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Cilindros industriales de gas	1	2	18,00	36,00	432,00
TOTAL					432,00

Fuente: Estudio Financiero

c. Mantenimiento

Cuadro 42-4: Mantenimiento de equipos

MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	CANTIDAD	TIEMPO	PROVEEDOR	COSTO TOTAL
Cocina	1	1 año	RIOLAC	60,00
Enfriador industrial	1	1 año	Buen hogar	80,00
Horno deshidratador	1	1 año	RIOLAC	30,00
TOTAL ANUAL				170,00

Fuente: Estudio Financiero

d. Materia prima directa

Cuadro 43-4: Materia prima

COSTO DE MATERIA PRIMA								
Tipo de receta estándar	Cantidad diaria	Cantidad semanal	Cantidad mensual	Cantidad anual	Costo por pax	Costo total mensual	Costo trimestral	Costo total anual
Bombones BOMBOÚ Cobertura de Chocolate, uvilla y quinua	20	140	560	6.720	0,11	61,60	184,80	739,20
Bombones CHOCMOR Cobertura de chocolate blanco, arroz de cebada y coulis de mora (mora de castilla, azúcar y zumo de limón)	20	140	560	6.720	0,14	78,40	235,20	940,80
Bombones CHOCODELI Cobertura de chocolate, almendras y chocho	20	140	560	6.720	0,12	67,20	201,60	806,40
Bombones BABACHO Cobertura de chocolate, quinua y coulis de babaco (babaco, azúcar y zumo de limón)	20	140	560	6.720	0,12	67,20	201,60	806,40
Bombones MAYBOM Cobertura de chocolate, quinua y coulis de maracuyá (maracuyá, azúcar y zumo de limón)	20	140	560	6.720	0,12	67,20	201,60	806,40
Bombones ENSUEÑO Cobertura de chocolate, arroz de cebada y frutos secos (tocto, maní)	20	140	560	6.720	0,13	72,80	218,40	873,60
Bombones BOMSUN Cobertura de chocolate, chocho y naranja confitada (cascara de naranja, agua y azúcar)	20	140	560	6.720	0,14	78,40	235,20	940,80
Bombones CITRUSBOM Cobertura de chocolate, arroz de cebada y limón confitado (cascara de limón, agua y azúcar)	20	140	560	6.720	0,15	84,00	252,00	1.008,00
Bombones FRUITRED Cobertura de chocolate, quinua y coulis de frutos rojos (mora, fresa, azúcar y zumo de limón)	20	140	560	6.720	0,12	67,20	201,60	806,40
Bombones MINTBOM Chocolate semiamargo, hojas de menta y chocho	20	140	560	6.720	0,11	61,60	184,80	739,20
Bombones PIQUISBOM Cobertura de chocolate, quinua y almíbar de duraznos(duraznos, canela, agua y azúcar)	20	140	560	6.720	0,16	89,60	268,80	1.075,20

Bombones QUICHOCO Cobertura de chocolate y quinua	20	140	560	6.720	0,10	56,00	168,00	672,00
Bombones COCHOCHO Cobertura de chocolate y chocho	20	140	560	6.720	0,10	56,00	168,00	672,00
Bombones CEBACHOC Cobertura de chocolate y arroz de cebada	20	140	560	6.720	0,10	56,00	168,00	672,00
Bombones CHOQUIBOM Cobertura de chocolate, chocho y quinua	20	140	560	6.720	0,10	56,00	168,00	672,00
Bombones MACECHOC Cobertura de chocolate, arroz de cebada y maní	20	140	560	6.720	0,10	56,00	168,00	672,00
Bombones CHOQUINUBOM Cobertura de chocolate, chocho y quinua	20	140	560	6.720	0,10	56,00	168,00	672,00
Bombones PASQUIBOM Cobertura de chocolate y quinua	20	140	560	6.720	0,11	61,60	184,80	739,20
TOTAL	360	2.520	10.080	120.960	2,13	1.192,80	3.578,40	14.313,60

Fuente: Estudio Financiero

e. Determinación de activos fijos de producción

Cuadro 44-4: Activos fijos de producción

ACTIVOS FIJOS DE PRODUCCIÓN			
Bien	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Ollas	4	70,00	280,00
Moldes de silicona	12	9,00	108,00
Cucharas	12	1,75	21,00
Cucharitas	12	0,33	3,96
Cucharones	4	1,00	4,00
Espátula de goma	2	6,00	12,00
Cuchillo	2	12,00	24,00
Balanza	1	55,00	55,00
Medidores de gramos (juego)	1	22,00	22,00
Termómetro industrial	2	5,00	10,00
Guantes (caja)	1	10,00	10,00
Fundas papel pequeñas 100	1	1,70	1,70
Plástico Film	1	2,30	2,30
Papel de Despacho familia 1000m	1	18,50	18,50
Bandejas de alimentos	6	10,00	60,00
Servilletas 300	1	1,80	1,80
Limpiones	4	1,50	6,00
Emvolturas para bombones (pirutines)	2500	0,04	100,00
Emvolturas para bombones (papel estaño)	2500	0,03	75,00
Cajas de madera	100	4,00	400,00
	TOTAL	231,95	1.215,26

Fuente: Estudio Financiero

f. Insumos de aseo

Cuadro 45-4: Insumos de aseo

Bien	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escoba	2	3,00	6,00
Desinfectante clorado (1 galón)	1	15,00	15,00
Cloro 1 litro	1	2,00	2,00

Gel antibacterial 1000 ml	1	5,00	5,00
Jabón líquido (1 galón)	1	5,00	5,00
Trapeador doble cubeta giratorio 360	1	30,00	30,00
Desengrasante para los platos (1 galón)	1	16,00	16,00
Jabón de cocina	1	3,50	3,50
Esponja lavaplatos	1	1,50	1,50
Crema lava vajillas 1000g	4	5,00	20,00
Contenedor plástico de basura pequeño (capacidad 24 litros)	2	14,00	28,00
Contenedor plástico de basura grande (capacidad 120 litros)	1	39,00	39,00
Funda para basura (ciento)	1	4,00	4,00
Papel higiénico	2	9,00	18,00
Aromatizantes	5	3,50	17,50
Recogedor de basura	2	10,00	20,00
TOTAL		165,50	230,50

Fuente: Estudio Financiero

4.4.3 Programa pre-operativo

Cuadro 46-4: Costos de experimentación

PROCESO/ ACTIVIDAD	RESPONSABLE	COSTO
Pruebas producción	Liliana Garcés	\$ 15,00
Muestras	Liliana Garcés	\$ 12,00
Degustación	Liliana Garcés	\$12,00
Control de calidad	Liliana Garcés	\$5,00
TOTAL ANUAL		\$44,00

Fuente: Estudio Financiero

4.5 Marco Legal

La chocolatería "CHOCOANDES" se constituirá en una empresa estrictamente limitada a las leyes vigentes de la República del Ecuador según la constitución aprobada el 28 de Agosto del 2008, de la cual tomamos como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto.

- Artículo 66. Se reconoce y garantizará a las personas.

Numeral 15.- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

- Artículo 83. Son deberes y responsabilidades de los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la constitución y la ley:

- Numeral 6.- Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos de modo racional, sustentable y sostenible.

- Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

- Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

En base a los artículos mencionados y al propósito de la empresa, al dedicarse a los servicios de alimentación solo dentro de la ciudad y en contacto directo con el cliente, por solo contar con un personal laboral de 1 persona, se ha determinado que la misma es una pequeña empresa,

a. Requisitos legales para su constitución y funcionamiento

Los requisitos necesarios para el funcionamiento y constitución de la empresa se detallan a continuación:

En la ley de turismo suscrita en el decreto ejecutivo 1424, registro oficial 309 del 19 de Abril del 2011, se tomaron los siguientes artículos, que permitirán la constitución legal del proyecto a emprender.

- En el artículo 5 se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento
- Servicio de alimentos y bebidas
- Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito

- Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agencia miento
- La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

- En el artículo 8. Nos detalla que para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

- En el artículo 9. Nos dice que el registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta ley. En el registro se establecerá la clasificación y la categoría que le corresponda.

- Los encargados de entregar la licencia única anual de funcionamiento están detallados en el artículo.10 que dice: El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos la Licencia Única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá:

- Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley
- Dar publicidad a su categoría
- Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento
- Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra.
- No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

b. Requisito previo para la operación:

- En el Art. 55 Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán

operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

- Art. 56.- Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento: A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

- Art. 60.- Pago de la licencia: El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

c. Ley del Artesano

Será considerado artesano, al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, será calificado por la JNDA, desarrolle su actividad artesanal, con o sin operarios(15) y aprendices(5), y que hubiera invertido en su taller implementos, maquinaria y materia prima, una cantidad que no supere el (25%) del capital fijado para la pequeña industria, es decir el \$87.500. La JNDA a través de la Unidad de Calificaciones otorga el certificado de calificación artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo, divididas en ramas de producción y servicio. (Artesano, 2014)

- Artículo 285.- A quiénes se considera artesanos.- Las disposiciones de este capítulo comprenden a maestros de taller, operarios, aprendices y artesanos autónomos, sin perjuicio de lo que con respecto de los aprendices se prescribe en el Capítulo VIII, del Título I.

Se considera artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente registrado en el Ministerio de Trabajo y Empleo, hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias o materias primas, una cantidad no mayor a la que señala la ley, y que tuviere bajo su dependencia no más de quince operarios y cinco aprendices; pudiendo realizar la comercialización de los artículos que produce su taller. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aun cuando no hubiere invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o no tuviere operarios.

4.5.1 Permisos requeridos para su funcionamiento

a. Requisitos legales

- Para poder constituir a la chocolatería se necesita realizar los siguientes trámites:
- Registro único de contribuyentes
- Para la obtención del RUC (registro único de contribuyentes) de personas jurídicas se requiere:
- Formulario 01A y 01B suscritos por el representante legal
- Original y copia de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil
- Original y copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.
- Original y copia, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez. f)
- Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Súper Intendencia de Compañías.

4.5.2 Patente municipal

- Formulario de solicitud de patente. El formulario de solicitud será adquirido en la Tesorería Municipal y llenado por el interesado o por el personal de Rentas, con los siguientes datos:
- Fecha de presentación.
- Nombres completos de propietarios de la actividad económica o representante legal de la misma.
- iii
- Numero de cedula.
- Papeleta de votación
- Numero de RUC o RISE
- Nacionalidad
- Dirección domiciliaria del propietario o representante legal
- Actividad económica a la que se dedica
- Razón social con que opere

- Capital en operación (total activos menos pasivos corrientes)
- Ubicación del establecimiento
- Firma autorizada del declarante
- Copia de Acta de Constitución cuando la actividad tiene personería jurídica
- Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal
- Copia de RUC o RISE
- Permiso del Cuerpo de Bomberos

4.5.3 Permisos sanitarios

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento.
- Certificado(s) de salud.
- Informe de control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

4.5.4 Registro Actividad Turística

Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la corporación, acompañado de los siguientes documentos:

- Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito de la persona jurídica solicitante en la oficina de Registro Mercantil.
- Copia del RUC o RISE
- Copia de la cedula de identidad
- Copia de la papeleta de votación
- Certificado de instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud

- Registro único de contribuyentes o cedula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia)
- Declaración juramentada de activos fijos para cancelación de 1 por mil

Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si esta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación

4.5.5 Licencia Anual de Funcionamiento

Para obtener la licencia anual de funcionamiento los requerimientos son:

- Solicitud de Registro de Catastro Turístico dirigida al Señor Alcalde
- Certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo
- Patente municipal actualizada
- Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial (tramite opcional)
- Copia certificada del RUC o RISE
- Lista de precios del establecimiento turístico
- Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento.
- Afiliación a la Cámara de Turismo Provincial

4.5.6 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:

1. Requisitos personales

- Que la actividad sea eminentemente artesanal;
- Que la dirección y responsabilidad del taller esté a cargo del Maestro de Taller.

2. Requisitos generales y legales

- Copia Cédula Identidad
- Copia Certificado de votación (hasta 65 años)

- Foto carné actualizada a color
- Tipo de sangre
- Solicitud adquirida en la JNDA, Juntas Provinciales y Cantonales.

3. Calificaciones primera vez

- Copia de título artesanal

4. Recalificaciones

- Copia de la última calificación y / o título artesanal

5. Calificaciones autónomas

- Declaración de datos (7 años de experiencia en la rama).

6. Certificación de artesano calificado.

Requisitos y procedimientos

- Solicitud de certificación de Artesano Calificado,
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación
- Copia de la última calificación (según el caso).

El interesado deberá adquirir la solicitud de Artesano Calificado a nivel nacional y adjuntar los requisitos para proceder a emitir el correspondiente certificado en el que se hará constar todo el historial del artesano.

7. Duplicado de calificación por: cambio de dirección, cambio de razón social, aumento de capital, otros

Requisitos

- Solicitud (Juntas Provinciales, Cantonales.
- Declaración de datos-JNDA (En el caso de pérdida)
- Copia de la Cédula Identidad.
- Declaración de datos y Calificación original según el caso.

Procedimiento: El interesado deberá adquirir el formulario de duplicado de Calificación en las diferentes Juntas a nivel Nacional y con el formulario y los requisitos mencionados se realizarán la inspección del taller correspondiente para su proceso''. (CFN, s.f.)

4.5.7 Mitigar el impacto ambiental

Para realizar el estudio ambiental se va a efectuar la siguiente matriz para poder mitigar la afectación causada por la chocolatería al medio ambiente.

a. Acciones remediales

Cuadro 47-4: Acciones remediales para el impacto ambiental

Daños ocasionados por los procesos de producción y actividades operativas	Impactos	Medidas de mitigación	Requerimientos	Costo
Agua	Contaminación por desechos líquidos de producción.	- Instalar un letrero informativo del manejo de desechos y su disposición final en el área de producción.	- 1 Letrero informativo plegable plástico	15,00
Suelo	Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos.	- Implementar basureros para clasificación de desechos.	- 4 basureros con distintivos de colores para clasificar los desechos.	60,00
Aire	-	-	-	-
TOTAL				75,00

Fuente: Trabajo de campo

4.6 Estudio Financiero

4.6.1 Inventarios

Cuadro 48-4: Inventarios del Proyecto

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPO DE OFICINA			
Computadora laptop	1	600,00	600,00
Impresora	1	200,00	200,00
Caja registradora	1	290,00	290,00
Parlante	1	299,00	299,00
TOTAL		1.389,00	1.389,00

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Cocina industrial	1	140,00	140,00
Enfriador industrial	1	800,00	800,00
Horno para deshidratar	1	389,00	389,00
TOTAL		1.329,00	1.329,00

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENCERES			
Vitrina expositora	1	400,00	400,00
Mesa de madera	2	100,00	200,00
Sillas de madera	4	40,00	160,00
Muebles de star	1	250,00	250,00
Mesa de acero de inoxidable	1	200,00	200,00
Sillas	2	60,00	120,00
TOTAL		1.050,00	1.330,00

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS DEL AREA COMERCIAL			
Espejo	1	60,00	60,00
Florero	2	29,00	58,00
Cuadros	2	15,00	30,00
Lámpara	2	20,00	40,00

TOTAL	124,00	188,00
--------------	---------------	---------------

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MATERIALES			
Papel (resma)	1	4,00	4,00
Esferos	4	0,60	2,40
Carpeta	2	0,25	0,50
Grapadora	1	0,50	0,50
Perforadora	1	0,75	0,75
TOTAL		6,10	8,15

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS DE PRODUCCIÓN			
Ollas	4	70,00	280,00
Moldes de silicona	12	9,00	108,00
Cucharas	12	1,75	21,00
Cucharitas	12	0,33	3,96
Cucharones	4	1,00	4,00
Espátula de goma	2	6,00	12,00
Cuchillo	2	12,00	24,00
Balanza	1	55,00	55,00
Medidores de gramos (juego)	1	22,00	22,00
Termómetro industrial	2	5,00	10,00
Guantes (caja)	1	10,00	10,00
Fundas papel pequeñas 100	1	1,70	1,70
Plástico Film	1	2,30	2,30
Papel de Despacho familia 1000m	1	18,50	18,50
Bandejas de alimentos	6	10,00	60,00
Servilletas 300	1	1,80	1,80
Limpiones	4	1,50	6,00
Envolturas para bombones (pirutines)	2500	0,04	100,00
Envolturas para bombones (papel estaño)	2500	0,03	75,00
Cajas de madera	100	4,00	400,00
TOTAL		231,95	1.215,26

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
INSUMOS DE LIMPIEZA			

Escoba	2	3,00	6,00
Desinfectante clorado (1 galón)	1	15,00	15,00
Cloro 1 litro	1	2,00	2,00
Gel antibacterial 1000 ml	1	5,00	5,00
Jabón líquido (1 galón)	1	5,00	5,00
Trapeador doble cubeta giratorio 360	1	30,00	30,00
Desengrasante para los platos (1 galón)	1	16,00	16,00
Jabón de cocina	1	3,50	3,50
Esponja lavaplatos	1	1,50	1,50
Crema lava vajillas 1000g	4	5,00	20,00
Contenedor plástico de basura pequeño (capacidad 24 litros)	2	14,00	28,00
Contenedor plástico de basura grande (capacidad 120 litros)	1	39,00	39,00
Funda para basura (ciento)	1	4,00	4,00
Papel higiénico	2	9,00	18,00
Aromatizantes	5	3,50	17,50
Recogedor de basura	2	10,00	20,00
TOTAL		165,50	230,50

Fuente: Estudio Financiero

4.6.2 Inversiones del Proyecto

Cuadro 49-4: Inversiones del Proyecto

RUBROS	INVERSION REALIZADA	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL DE INVERSION
1. INVERSIONES FIJAS			
Maquinaria y equipo		1.329,00	1.329,00
Equipo de computo		1.389,00	1.389,00
Muebles y enseres		1.330,00	1.330,00
Menaje y vajilla		188,00	188,00
Imprevistos (1%)		42,36	42,36
2. ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de organización		257,50	257,50
Gastos de instalación		65,00	65,00
Gastos de publicidad		300,00	300,00
Gastos experimentación		14,67	14,67
Imprevistos (1%)		6,37	6,37
3. CAPITAL DE TRABAJO			
Materia prima		3.578,40	3.578,40
Materiales indirectos		1.215,26	1.215,26

Mano de obra directa		546,75	546,75
Combustibles y lubricantes		108,00	108,00
Servicios básicos		198,98	198,98
Gasto arriendo		540,00	540,00
Sueldos administrativos(sueldos)		546,75	546,75
Suministros y materiales		8,15	8,15
Caja - bancos	5.000,00		5.000,00
Contingencia (1%)		10,95	10,95
TOTAL DE INVERSION	5.000,00	11.675,13	16.675,13

Fuente: Estudio Financiero

4.6.3 Clasificación de las Inversiones

Cuadro 50-4: Clasificación de las Inversiones

DETALLE	VALOR
1. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y equipo	1.329,00
Equipo de computo	1.389,00
Muebles y enseres	1.330,00
Menaje y vajilla	188,00
Imprevistos (1%)	42,36
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	4.278,36

DETALLE	VALOR
2. INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de organización	257,50
Gastos de instalación	65,00
Gastos de publicidad	300,00
Gastos experimentación	14,67
Imprevistos (1%)	6,37
TOTAL	643,54

DETALLE	VALOR
3. CAPITAL DE TRABAJO	
Materia prima	3.578,40
Materiales indirectos	1.215,26

Mano de obra directa	546,75
Combustibles y lubricantes	108,00
Servicios básicos	198,98
Gasto arriendo	540,00
Sueldos administrativos(sueldos)	546,75
Suministros y materiales	0,00
Caja - bancos	5.000,00
Contingencia (1%)	10,95
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	11.745,09

TOTAL DE LA INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	4.278,36
ACTIVOS DIFERIDOS	643,54
CAPITAL DE TRABAJO	11.745,09
TOTAL	16.666,98

FINANCIAMIENTO	
PRÉSTAMO PROPIO	8096,73
PROVEEDORES	5000,00
TOTAL FINANCIAMIENTO	16675,13

Fuente: Estudio Financiero

4.6.4 Fuentes y usos

Cuadro 51-4: Fuentes y usos

RUBROS	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
		REC.PROPIO	BANCO	PROVEEDORES
1. INVERSIONES FIJAS				
MAQUINARIA Y EQUIPO	1.329,00		1.329,00	
EQUIPO DE COMPUTO	1.389,00		1.389,00	
MUEBLES Y ENSERES	1.330,00		1.330,00	
MENAJE Y VAJILLA	188,00		188,00	
IMPREVISTOS (1%)	42,36		42,36	
2. ACIVOS DIFERIDOS				
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	257,50		257,50	

GASTOS DE INSTALACIÓN	65,00		65,00	
GASTOS DE PUBLICIDAD	300,00		300,00	
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN	14,67		14,67	
IMPREVISTOS (1%)	6,37		6,37	
3. CAPITAL DE TRABAJO				
MATERIA PRIMA	3.578,40			3.578,40
MATERIALES INDIRECTOS	1.215,26		1.215,26	
MANO DE OBRA DIRECTA	546,75		546,75	
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	108,00		108,00	
SERVICIOS BASICOS	198,98		198,98	
GASTO ARRIENDO	540,00		540,00	
SUELDOS ADMINISTRATIVOS(SUELDOS)	546,75		546,75	
SUMINISTROS Y MATERIALES	8,15		8,15	
CAJA - BANCOS	5.000,00	5.000,00		
CONTINGENCIA (1%)	10,95		10,95	
TOTAL	16.675,13	5.000,00	8.096,73	3.578,40

Fuente: Estudio Financiero

4.6.5 Amortizaciones

Cuadro 52-4: Amortización de diferidos

AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS						
INVERSION EN ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de organización	257,50					
Gastos de instalación	65,00					
Gastos de publicidad	300,00					
Gastos experimentación	188,00					
Imprevistos (1%)	42,36					
TOTAL GASTO DIFERIDO	852,86	170,57	170,57	170,57	170,57	170,57
ACTIVO DIFERIDO	852,86	682,29	511,72	341,14	170,57	-

Cuadro 53-4: Amortización del préstamo

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO					
PERIODO	CAPITAL PRESTABLE	INTERES	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	8096,73	971,61	2.698,91	3.670,52	5.397,82
2	5397,82	647,74	2.698,91	3.346,65	2.698,91
3	2698,91	323,87	2.698,91	3.022,78	-
TOTAL		1.943,22	8.096,73	10.039,95	8.096,73

Fuente: Estudio Financiero

4.6.6 Depreciación Activos Fijos

Cuadro 54-4: Depreciación Activos Fijos

BIEN	VALOR (SIN IVA)	AÑOS VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	1.329,00	10	132,90	119,61
EQUIPO DE COMPUTO	1.389,00	3	458,37	310,21
MUEBLES Y ENSERES	1.330,00	10	133,00	119,70
TOTAL	4.048,00		724,27	549,52

Fuente: Estudio Financiero

4.6.7 Estructura de Costos y Gastos del Proyecto

Cuadro 55-4: Estructura de Costos y Gastos del Proyecto

ESTRUCTURA DE COSTO Y GASTOS DEL PROYECTO					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1.COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA	14.313,60	14.901,89	15.514,36	16.152,00	16.815,84
MANO DE OBRA DIRECTA	546,75	569,22	592,62	616,97	642,33
<i>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</i>					
MATERIALES INDIRECTOS	1.215,26	1.265,21	1.317,21	1.371,34	1.427,71
<i>GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</i>					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	108,00	112,44	117,06	121,87	126,88
MANTENIMIENTO	90,00	93,70	97,55	101,56	105,73
SERVICIOS BÁSICOS	198,98	207,15	215,67	224,53	233,76

SUMINISTROS Y MATERIALES	8,15	8,48	8,83	9,20	9,57
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	14,67	15,27	15,90	16,55	17,23
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	119,61	119,61	119,61	119,61	119,61
CONTINGENCIA 1%		6,37	6,37	6,37	6,37
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	16.375,79	17.060,13	17.765,95	18.500,79	19.265,82
2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
GASTO ARRIENDO	1.620,00	1.686,58	1.755,90	1.828,07	1.903,20
SUELDOS	6.561,00	6.830,66	7.111,40	7.403,68	7.707,97
GASTO ORGANIZACIÓN	257,50	268,08	268,08	279,10	290,57
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES		59,85	59,85	59,85	59,85
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO		310,21	310,21	310,21	310,21
AMORTIZACION DE GASTOS DIFERIDOS		170,57	170,57	170,57	170,57
IMPREVISTOS 1%	6,37	6,63	6,91	7,19	7,49
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN	8.444,87	8.652,32	9.002,65	9.378,40	9.769,59
3. GASTO DE VENTAS					
PUBLICIDAD	300,00	312,33	325,17	338,53	352,44
SUELDOS	6.561,00	6.830,66	7.111,40	7.403,68	7.707,97
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES		59,85	59,85	59,85	59,85
IMPREVISTOS 1%	42,36	44,10	45,91	47,80	49,77
TOTAL GASTO DE VENTAS	6.903,36	7.127,24	7.422,63	7.730,16	8.050,33
4. GASTOS FINANCIEROS					
INTERES BANCARIO	971,61	647,74	323,87		
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	971,61	647,74	323,87		
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	32.695,63	33.487,42	34.515,10	35.609,34	37.085,74

Fuente: Estudio Financiero

4.6.8 Estado Proforma de Resultados

Cuadro 56-4: Estado Proforma de Resultados

ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	37.874,39	39.431,02	41.051,64	42.738,86	44.495,43
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	16.375,79	17.060,13	17.765,95	18.500,79	19.265,82
(=) UTILIDAD BRUTA	21.498,59	22.370,90	23.285,69	24.238,07	25.229,61
(-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN	8.444,87	8.652,32	9.002,65	9.378,40	9.769,59
(-) GASTO DE VENTAS	6.903,36	7.050,42	7.342,04	7.645,65	7.961,74
(=)UTILIDAD OPERATIVA	6.150,36	6.668,16	6.941,00	7.214,03	7.498,28
(-) GASTO FINANCIERO		647,74	323,87	-	
(=) RESULTADO UTILIDAD Y/O PERDIDA	6.150,36	6.020,42	6.617,13	7.214,03	7.498,28
(-) REPARTO DE UTILIDADES					
(-) IMPUESTO RENTA					
(=) UTILIDAD NETA	6.150,36	6.020,42	6.617,13	7.214,03	7.498,28

Fuente: Estudio Financiero

4.6.9 Balance General

Cuadro 57-4: Balance General

TABLA N° BALANCE GENERAL						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE (Capital de trabajo)	11745,09	10909,17	12530,36	9725,54	9630,84	1753,61
ACTIVO FIJO	4278,36	4278,36	4278,36	4278,36	4278,36	4278,36
DEPRECIACION ACUMULADA		549,52	1099,04	1648,56	2198,08	2747,60
DIFERIDOS (Valor amortizacion anual)	852,86	682,29	511,72	341,14	170,57	0,00
TOTAL ACTIVOS	16876,31	16419,34	18419,48	15993,60	16277,85	8779,57
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE (Interes Bancario)		647,74	323,87	0,00		
PASIVO LARGO/PLAZO (Credito Bancario)	8096,73	971,61	2698,91			
TOTAL PASIVO	8096,73	1619,35	3022,78	0,00	0,00	0,00
PATRIMONIO						
Capital	8779,57	8779,57	8779,57	8779,57	8779,57	8779,57
Resultado del Ejercicio (Utilidad Neta)		6020,42	6617,13	7214,03	7498,28	0,00
TOTAL PATRIMONIO	8779,57	14799,99	15396,70	15993,60	16277,85	8779,57
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	16876,31	16419,34	18419,48	15993,60	16277,85	8779,57
*AÑO 1 ACTIVO CORRIENTE = TOTAL PASIVO + TOTAL PATRIMONIO - AC.FIJO-DEPRECIACIONES - ACTIVOS DIFERIDOS						

4.6.10 Calculo del Flujo de Caja del Proyecto

Cuadro 58-4: Calculo del Flujo de Caja del Proyecto

	RUBROS	AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
(+)	Ventas		37.874,39	39.431,02	41.051,64	42.738,86	44.495,43
(-)	Costos Producción		16.375,79	17.060,13	17.765,95	18.500,79	19.265,82
(-)	Gasto Administrativo		8.444,87	8.652,32	9.002,65	9.378,40	9.769,59
(-)	Gasto Ventas		6.903,36	7.127,24	7.422,63	7.730,16	8.050,33
(-)	Gasto Financieros		971,61	647,74	323,87		
(.)	Amortización act. Diferido		-	-	-	-	-
(=)	Utilid. Antes de Rep.Ut. E Imp.		5.178,75	5.943,60	6.536,54	7.129,52	7.409,69
(=)	Utilidad Neta		5.178,75	5.943,60	6.536,54	7.129,52	7.409,69
(+)	Depreciaciones		549,52	549,52	549,52	549,52	549,52
(+)	Amort.Act.Nominal		-	-	-	-	-
(-)	Inversion Maq. Y Equip.	1.329,00					
(-)	Inv. Terreno y Obra Fisica						
(-)	Inversion Otros	2.907,00					
(-)	Inv. Act. Nominal	643,54					
(-)	Inv. Capital de Trabajo	11.745,09					
(-)	Vehiculo						
(-)	Imprevisto	42,36					
(+)	Recup. Capital Trabajo						
(+)	Préstamo						
(-)	Amort. Prestamo		- 2.698,91	- 2.698,91	- 2.698,91		
	FLUJO DE CAJA	16.666,98	3.029,36	3.794,21	4.387,15	7.679,04	7.959,21

4.6.11 Calculo del VAN y TIR

Cuadro 59-4: Calculo del VAN y TIR

DETALLE	PERIODOS ANUALES					
	0	1	2	3	4	5
FNE (FLUJO NETO DE EFECTIVO)	- 16.675,13	3.029,36	3.794,21	4.387,15	7.679,04	7.959,21

TABLA VALOR ACTUAL NETO (VAN)			
N°	FNE	$(1 + i)^n$	FNE / $(1 + i)^n$
INVERSION	- 16.675,13		- 16.675,13
1	3.029,36	1,12	2.704,79
2	3.794,21	1,25	3.024,72
3	4.387,15	1,40	3.122,69
4	7.679,04	1,57	4.880,17
5	7.959,21	1,76	4.516,27
TOTAL			1.573,50

VAN	\$ 1.573,50
------------	--------------------

TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)	
TASA DE DESCUENTO	VAN
0%	\$ 10.173,84
8%	\$ 3.926,64
9%	\$ 3.298,26
10%	\$ 2.697,60
11%	\$ 2.123,16
12%	\$ 1.573,50
13%	\$ 1.047,30
14%	\$ 543,30
15%	\$ 60,33

AÑO	FNE
0	- 16.675,13
1	3.029,36
2	3.794,21
3	4.387,15
4	7.679,04
5	7.959,21
TIR	15%

TIR	15,13%
------------	---------------

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION (PRI)					
Años	Flujos operativos	Flujo neto	Diferencia entre flujos e inversión	Parcial del año	PRI
0	- 16.675,13				
1	3.029,36	3.029,36	3.029,36		

2	3.794,21	6.823,57	6.823,57	1,80	2,80
3	4.387,15	11.210,72	11.210,72	2,56	3,56
4	7.679,04	18.889,76	18.889,76	2,46	3,46
5	7.959,21	26.848,97	26.848,97	3,37	4,37
TOTAL	10.173,84			10,19	14,19

RELACION BENEFICIO COSTO			
TASA DE DESCUENTO	12%		
N°	INVERSION	INGRESOS	COSTOS
	- 16.675,13		
1		51.973,85	25.551,96
2		54.109,98	26.615,79
3		56.333,90	27.723,34
4		58.649,22	28.876,41
5		61.059,71	30.076,87
		TOTAL INGRESO	166.911,37
		TOTAL COSTO	82.116,60
		(=) COSTO+INVERSION	65.441,47

RB/C	2,03
-------------	-------------

(TMR) TASA MINIMA DE RETORNO		
AÑOS	FLUJO OPERACIONAL	VAN 12%
INVERSION INICIAL	- 16.675,13	- 16.675,13
1	3.029,36	2.704,79
2	3.794,21	3.387,69
3	4.387,15	3.917,10
4	7.679,04	6.856,29
5	7.959,21	7.106,44
TOTAL	10.173,84	7.297,16

Fuente: Estudio Financiero

4.6.12 Relación Beneficio-Costo

Cuadro 60-4: Relación Beneficio-Costo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESO/VENTA S	36.379,20	37.874,39	39.431,02	41.051,64	42.738,86	44.495,43
Costos	16.375,79	25.551,96	26.615,79	27.723,34	28.876,41	30.076,87
Flujo neto	20.003,41	12.322,42	12.815,23	13.328,30	13.862,45	14.418,55

Fuente: Estudio Financiero

Iop	12%
	Propuesta A
VPB	183.258,75
VPC	115.558,82
R B/C	1,59
VPN	67.699,9

4.6.13 Punto de Equilibrio

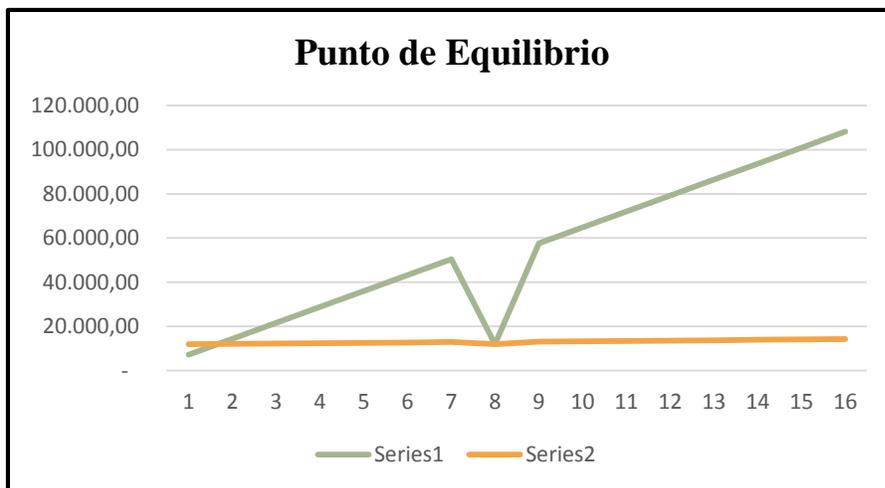
Cuadro 61-4: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
DETALLE	VALOR
COSTO FIJO	11.745,09
PRECIO	2,86
COSTO VARIABLE	0,07
PUNTO DE EQUILIBRIO	4.204,53
UTILIDAD	0

UNIDADES	VENTAS	COSTO	UTILIDADES
2.520	7.207,20	11.912,82	- 4.705,62
5.040	14.414,40	12.080,56	2.333,84

7.560	21.621,60	12.248,30	9.373,30
10.080	28.828,80	12.416,04	16.412,76
12.600	36.036,00	12.583,77	23.452,23
15.120	43.243,20	12.751,51	30.491,69
17.640	50.450,40	12.919,25	37.531,15
4.205	12.024,95	12.024,95	0
20.160	57.657,60	13.086,99	44.570,61
22.680	64.864,80	13.254,72	51.610,08
25.200	72.072,00	13.422,46	58.649,54
27.720	79.279,20	13.590,20	65.689,00
30.240	86.486,40	13.757,94	72.728,46
32.760	93.693,60	13.925,67	79.767,93
35.280	100.900,80	14.093,41	86.807,39
37.800	108.108,00	14.261,15	93.846,85
	58.459,26	13.888,65	

Fuente: Estudio Financiero



Fuente: Estudio Financiero

CONCLUSIONES

- La elaboración del estudio de mercado permitió determinar que existe un 87% de aceptación por parte de los encuestados referente al consumo de bombones de chocolate elaborados de forma artesanal con rellenos de quinua, arroz de cebada y chochos.
- Se desarrolló una carta de bombones con la utilización de productos andinos como la quinua, arroz de cebada y chocho, la misma que consta de 18 variedades de bombones rellenos de coulis de frutas, frutas confitadas y frutos secos. Para cada bombón se determinó una receta estándar en la que consta los ingredientes y su preparación.
- Se concluye que en el estudio técnico la producción promedio es de 20 pax, mientras que en el estudio administrativo se identificó que para el desarrollo del área administrativa, productiva y comercial se contará con la asistencia de un chef el mismo que cumplirá las funciones de gerente y un cajero/despachador. El presente emprendimiento será de tipo artesanal, además es factible ambientalmente ya que existirá un impacto negativo denominado como no significativo.
- Este producto se diferencia de sus competidores, porque cuenta con materia prima de excelente calidad además de realizárselo de manera artesanal, garantizando la salud de los clientes, se ofrecerá una gran variedad en sabores y presentaciones con el fin de complacer al más exigente paladar. Pero sobre todo los rellenos se caracterizan por ser con productos andinos como la quinua, el chocho, el arroz de cebada y frutas.
- El proyecto es económico y financieramente viable en relación a los siguientes valores: Valor Actual Neto (VAN) positivo y es igual a \$1573,50; la tasa interna de retorno (TIR) es de 15 %; mientras que la relación beneficio/costo corresponde a \$ 1.59 y el periodo de recuperación es a partir del segundo año lo que nos indica que el emprendimiento es factible.

RECOMENDACIONES

- Será de vital importancia mantener la creatividad e innovación en cada producto ofertado en la bombonería, con el fin de satisfacer las necesidades de la demanda insatisfecha.
- Se recomienda implementar el presente emprendimiento, ya que según el estudio financiero existe una buena rentabilidad, siempre y cuando se realice un control minucioso según las especificaciones técnicas, para medir tiempos y el uso adecuado de los materiales, evitando así cambios en el presupuesto inicial.
- Es recomendable utilizar materia prima local para dinamizar la economía de la misma, al igual que apoyar a la revitalización cultural mediante el uso de alimentos ancestrales como la quinua, el arroz de cebada y el chocho

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, B. M. (2017). *Funbotanica*. Obtenido de Diversidad de Tubérculos Andinos en el Ecuador: <http://www.joethejuggler.com/Funbotanica/10tubers.html>
- Anecacao. (2015). *Anecacao*. Obtenido de <http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/historia-del-cacao.html>
- Artesano, J. N. (21 de 04 de 2014). *Ecuador ama la vida*. Recuperado el 21 de 07 de 2016, de Ecuador ama la vida: <http://www.artesanos.gob.ec/?p=1676>
- Bembibre, C. (22 de 04 de 2010). *Chocolate*. *Sitio*. Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/chocolate.php>
- CFN. (s.f.). *ARTESANOS ECUADOR*. Obtenido de ARTESANOS ECUADOR : <http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&submenu2=15>
- Española, R. A. (2017). *Real Academia Española*. Obtenido de Chocolate: <http://dle.rae.es/?id=8wy33KW>
- FAO. (2013). *FAO*. Obtenido de Quinoa Distribución y Producción: <http://www.fao.org/quinoa-2013/what-is-quinoa/distribution-and-production/es/>
- Gastronomía&Cía. (13 de 08 de 2013). *Gastronomía&Cía*. Obtenido de Definiciones y características de productos del cacao, chocolate y derivados: <https://gastronomiaycia.republica.com/2013/08/19/definiciones-y-caracteristicas-de-productos-del-cacao-chocolate-y-derivados/>
- Ingeniería, F. d. (12 de 09 de 2017). *Universidad Autónoma de México*. Obtenido de La producción Artesanal: http://www.ingenieria.unam.mx/industriales/historia/carrera_historia_prod_artesanal.html
- Proyectos, E. d. (24 de Octubre de 2010). *Estudio de Factibilidad y Proyectos*. Obtenido de Componentes del Proyecto: <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/>
- Serrano, A. (8 de Marzo de 2013). *Nutribonum*. Obtenido de La cebada: su composición nutricional y los beneficios para la salud.: <http://nutribonum.es/cebada/>
- Terraecuador. (Julio de 2006). *Terraecuador*. Obtenido de Importancia de los cultivos andinos: http://www.terraecuador.net/revista_42/42_importancia_cultivos_andinos.html
- Ucha, F. (20 de Mayo de 2011). *Definición ABC*. Obtenido de Definición ABC.: <https://www.definicionabc.com/?s=Frutos%20Secos>
- Vásquez, J. (07 de 2016). Riobamba , Chimborazo, Ecuador .
- Villarroel, J. (13 de Octubre de 2008). *Voltairenet*. Obtenido de El Chocho y la Quinoa, nuestros alimentos ancestrales: <http://www.voltairenet.org/article158295.html>

Wikipedia. (01 de Febrero de 2018). *Wikipedia*. Obtenido de Factibilidad:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad>

Wordpress. (15 de Septiembre de 2007). *Wordpress*. Obtenido de Tarwi o Chocho: Campeón en Poder Nutricional: <https://plantitas.wordpress.com/2007/09/15/tarwi-o-chocho-campen-en-poder-nutricional/>

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta dirigida a consumidores locales de chocolate



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



Un saludo cordial. El siguiente estudio tiene el interés en la creación de una microempresa de chocolatería artesanal con la utilización de productos andinos, en el cantón Riobamba. Le solicitamos por favor conteste con seriedad las siguientes preguntas eligiendo una opción y marcando con una x a sus respuestas.

1. Género

Hombre ()

Mujer ()

2. ¿En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra?

15 - 25años ()

26 - 35años ()

36 - 45años ()

46 años o más ()

3. ¿Le gusta el chocolate?

Si ()

No ()

4. ¿Con que frecuencia compra chocolates?

Una vez a la semana () Más de una vez a la semana () Una vez al mes () Esporádicamente ()

5. ¿Cuáles son sus motivos de comprar chocolates?

Día de la Madre o Día del Padre () Día de Amor y Amistad () Aniversario o Navidad ()

Regalo de Cumpleaños () Regalo de Invitación () Por Gusto General ()

Para compartir en Familia () Para tener en Casa/Oficina ()

6. Cuando va a comprar chocolates. ¿Qué cantidad compra?

Menos de 5 unidades () Entre 5 y 15 unidades () Más de 15 unidades ()

7. Cuando va a comprar chocolates. ¿Cuánto dinero gasta?

Menos de \$4,99 () Entre \$5,00 a 9,99 () Más de \$10,00 ()

8. ¿Ha consumido alguna vez chocolates elaborados de forma artesanal con productos andinos en la ciudad de Riobamba?

Si ()

No ()

9. ¿Conoce de empresas que ofrezcan chocolates elaborados de manera artesanal con productos andinos?

Si () No ()

a.

Cuales?.....
.....

10. De las siguientes opciones de presentaciones de los chocolates ¿cuáles son de su preferencia?

Bombones / unidades () Chupetinas () Otros / Especifique ()

11. De las siguientes alternativas ¿Qué productos le gustaría degustar como rellenos en bombones de chocolate?

Quinoa () Arroz de cebada () Chocho ()

12. Si conociera y probaría los productos de chocolatería elaborados de manera artesanal con productos andinos. ¿Estaría dispuesto a comprarlos?

Si () No () Tal vez ()

13. ¿Qué aspectos considera al momento de comprar productos de chocolatería?

Calidad () Variedad () Sabor () Presentación () Precio ()

Marca () Ubicación () Infraestructura () Atención al Cliente ()

Gracias por su colaboración

FICHA PROFESIOGRAFICA

Nombre:	Área de trabajo:	Cargo:
Edad:	RRHH	Cajero/Despachador
Género:		
Sección: Comercial	Código: CA0001	Fecha: 1/06/2017
1.- Descripción		
Brindar al cliente la lista de precios y promociones de los diferentes productos ofertados por la empresa.		
2.- Equipo de trabajo		
Cuaderno de registro de caja, computadora, esferográficos, calculadora, pinzas, facturero.		
3.- Actividades		
<ul style="list-style-type: none"> - Recibir la cantidad asignada para fondo de cambio (caja chica) - Realizar diariamente apertura y cierre de caja, con documentos físicos firmados como respaldo - Entrega de productos al cliente. - Limpieza de su área de trabajo 		
4.- Características Psicológicas		
Inteligencia emocional		Memoria visual
Aptitud espacial, verbal y social		Memoria auditiva
Racionamiento abstracto		Memoria para números
Rapidez de percepción		Cálculo mental rápido
5.- Características Psicofisiológicas		
Destreza manual		Destreza con las manos/piernas
Coordinación de las manos/vista		Habilidad con los dedos
Destreza con las manos/brazos		Automatización de movimientos
6.- Formación Académica		
Bachiller en contabilidad (o afines)		
7.- Experiencia		
Experiencia mínima de un año en cargos similares		
8.- Sueldo		
Sueldo anterior:		Sueldo aspirar:

Fuente: Psicología Industrial, 2017

Anexo 3. Recetas estándar de los bombones con productos andinos

Cuadro 62-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Bomboú

 <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> 													
Nº Receta	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: BOMBOÚ						FECHA DE ELABORACIÓN: 08/01/2018	# pax:		20			
001	TIPO DE MENÚ:	BOCADIT O X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTR E	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN						
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros					
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN	
1	COBERTURA DE CHOCOLATE	250	g			baño maría	templar	cobertura	1365	454	3,50	1,93	
2	UVILLA	40	g	cortar	troceado		deshidratarse	relleno	28,8	250	1,20	0,19	
3	QUINUA	20	g	lavar		cocinar	deshidratarse	relleno	70,6	250	0,75	0,06	
1.- Utilizar chocolate en gotas. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate. 6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente. 7.- Rellenar cada molde con la uvilla y la quinua crocante, debe quedar un poco de espacio para poder									Total	1464,4	C.T.N		2,18
									Total.x.Pax	73,22	C.x.Pax		0,11
										ERROR	3%	0,00	
										IVA	12%	0,01	
										C.GERENCIA	20%	0,02	

completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante. 8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.						P.V.P	0,15
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	-------	------

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 63-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Chocmor

 <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> 														
Nº Receta	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CHOCMOR						FECHA DE ELABORACIÓN:	# pax:			20			
002	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN							
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros						
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA			
1	COBERTURA DE CHOCOLATE BLANCO	250	g			baño maría	templar	cobertura	1347,5	454	3,50	1,93		
2	ARROZ DE CEBADA	225	g		lavar	cocinar	deshidratar	relleno	774	454	0,90	0,45		
	COULIS DE MORA:													
3	MORA DE CASTILLA	125	g		lavar	licuar		tamizar	relleno	72,5	454	1,00	0,28	
4	AZUCAR	25	g						38,8	250	0,40	0,04		
5	ZUMO DE LIMON	1	cucharada		exprimir				0	1	0,10	0,10		
1.- Utilizar chocolate blanco en gotas. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate.									Total	2232,8	C.T		2,79	
									Total.x.Pax	111,64	C.X.Pax		0,14	
											ERROR	3%	0,00	
											IVA	12%	0,02	

6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente. 7.- Rellenar cada molde con el arroz de cebada el coulis de mora , debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante. 8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.			C.GERENCIA	20%	0,03
				P.V.P	0,19
COULIS DE MORA: 1- Lavar las moras, secarlas sobre un paño limpio. 2.- Licuar y tamizar. 3.-Colocarlas en una cacerola junto con el azúcar y el jugo de limón. 4.- Hervir y dejar enfriar.					

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 64-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Chocodeli

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 													
Nº Receta	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CHOCODELI						FECHA DE ELABORACIÓN: 08/01/2018	# pax:		20			
003	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN						
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros					
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACION	
1	COBERTURA DE CHCOLATE	250	g			baño maria	templar	cobertura	1365	454	3,50	1,93	
2	ALMENDRAS	40	g		cortar			relleno	248	454	4,50	0,40	
3	CHOCHO	20	g		lavar		deshidratar	relleno	2,72	250	1,00	0,08	
1.- Utilizar chocolate en gotas. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate. 6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente. 7.- Rellenar cada molde con las almendras y el chocho crocante, debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante. 8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.									Total	1615,72	C.T		2,40
									Total.x.Pax	80,786	C.X.Pax		0,12
											ERROR	3%	0,00
											IVA	12%	0,01
											C.GERENCIA	20%	0,02
											P.V.P	0,16	

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 65-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Babacho

 <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> 													
Nº Receta	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: BABACHO						FECHA DE ELABORACIÓN: 08/01/2018	# pax:		20			
004	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN						
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros					
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA			
1	COBERTURA DE CHOCOLATE	250	g			baño maría	templar	cobertura	1365	454	3,50	1,93	
2	QUINUA	20	g	lavar		cocinar	deshidratar	relleno	70,6	454	0,60	0,03	
COULIS DE BABACO:													
3	BABACO	125	g	lavar	brunoise		hervir	relleno	28,75	454	1,00	0,28	
4	AZUCAR	25	g						38,8	250	0,40	0,04	
5	ZUMO DE LIMON	1	cucharada	exprimir					0	1	0,10	0,10	
1.- Utilizar chocolate en gotas 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde.									Total	1503,15	C.T		2,37
									Total.x.Pax	75,1575	C.X.Pax		0,12
											ERROR	3%	0,00
											IVA	12%	0,01

<p>5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate.</p> <p>6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente.</p> <p>7.- Rellenar cada molde con quinua crocante y coulis de babaco , debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante.</p> <p>8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.</p>			C.GERENCIA	20%	0,02
				P.V.P	0,16
<p>COULIS DE BABACO:</p> <p>1- Lavar y pelar el babaco, secarlas sobre un paño limpio.</p> <p>2.- Cortar en brunouse.</p> <p>3.-Colocarlas en una cacerola junto con el azúcar y el jugo de limón.</p> <p>4.- Hervir y dejar enfriar.</p>					

Elaborado por: Lilibiana Garcés

Cuadro 66-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Maybom

 <p style="text-align: center;">ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> 														
Nº Receta	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: MAYBOM						FECHA DE ELABORACIÓN: 08/01/2018	# pax:			20			
005	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN							
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros						
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACION		
1	COBERTURA DE CHOCOLATE	250	g			baño maría	templar	cobertura	1365	454	3,50	1,93		
2	QUINUA	20	g	lavar		cocinar	deshidratar	relleno	70,6	454	0,60	0,03		
	COULIS DE MARACUYÁ:													
3	MAYACUYÁ	125	g	lavar			tamizar	relleno	118	454	1,00	0,28		
4	AZUCAR	25	g						38,8	250	0,40	0,04		
5	ZUMO DE LIMON	1	cucharada	exprimir					0	1	0,10	0,10		
Total									1592,4	C.T		2,37		

1.- Utilizar chocolate en gotas. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate. 6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente. 7.- Rellenar cada molde con la quinua crocante y el coulis de maracuyá, debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante. 8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.	Total.x.Pax	79,62	C.X.Pax		0,12
			ERROR	3%	0,00
			IVA	12%	0,01
			C.GERENCIA	20%	0,02
				P.V.P	0,16
COULIS DE MARACUYÁ: 1.- Lavar la maracuyá, secarlas sobre un paño limpio. 2.- Tamizar. 3.-Colocar en una cacerola junto con el azúcar y el jugo de limón. 4.- Hervir y dejar enfriar.					

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 67-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Ensueño

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> </div>  </div>													
Nº Receta	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: ENSUEÑO						FECHA DE ELABORACIÓN:08/01/2018	# pax:		20			
006	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN						
Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros						
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA			
1	COBERTURA DE CHOCOLATE	250	g			baño maria	templar	cobertura	1365	454	3,50	1,93	
2	ARROZ DE CEBADA	225	g	lavar		cocinar	deshidratar	relleno	74	454	0,90	0,45	
	FRUTOS SECOS:												
3	TOCOTE	20	g				picar	relleno	100	454	3,00	0,13	
4	MANI	20	g			tostar	picar	relleno	110,4	454	2,00	0,09	
1.- Utilizar chocolate en gotas 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate.									Total	1649,4	C.T		2,59
									Total.x.Pax	82,47	C.X.Pax		0,13
											ERROR	3%	0,00
											IVA	12%	0,02

<p>6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente.</p> <p>7.- Rellenar cada molde con el arroz de cebada y los frutos secos, debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante.</p> <p>8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.</p>					
			C.GERENCIA	20%	0,03
			P.V.P		0,18

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 68-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Bomsun

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> </div>  </div>													
Nº Receta	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: BOMSUN						FECHA DE ELABORACIÓN: 08/01/2018	# pax:	20				
007	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBON						
Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación	Otros							
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA			COSTO DE COMPRA
1	COBERTURA DE CHOCOLATE	250	g			baño maría	templar	cobertura	1365	454	3,50	1,93	
2	CHOCHO	20	g	lavar			deshidratar	relleno	2,72	250	1,00	0,08	
NARANJA CONFITADA:													
3	NARANJA (CASCARA)	1	und	lavar	pelar	hervir	hervir	relleno	0	1	0,20	0,20	
4	AGUA	600	ml						0	600	0,50	0,50	
5	AZUCAR	100	g						38,8	250	0,40	0,16	
1.- Utilizar chocolate en gotas. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate. 6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente.								Total	1406,52	C.T		2,87	
								Total.x.Pax	70,326	C.X.Pax		0,14	
										ERROR	3%	0,00	
										IVA	12%	0,02	
										C.GERENCIA	20%	0,03	

<p>7.- Rellenar cada molde el chocho crocante y la naranja confitada, debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante.</p> <p>8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.</p>				P.V.P	0,19
<p>NARANJA CONFITADA:</p> <p>1- Pelar la cáscara de la naranja con pela papas, de modo superficial , para retirar únicamente la parte naranja y nada de la blanca.</p> <p>2.- Hervir tres veces en agua, cambiando de agua cada vez.</p> <p>3.-Colocar en una cacerola con la misma cantidad de agua y azúcar.</p> <p>4.- Llevar a hervor. Retirar del fuego y reservar en el mismo almíbar.</p> <p>5.- Escurrir y pasar por azúcar. Dejar secar en la heladera.</p>					

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 69-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Citrusbom

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> </div>  </div>													
Nº Receta	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CITRUSBOM						FECHA DE ELABORACIÓN: 08/01/2018	# pax:			20		
008	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN						
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros					
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACION	
1	COBERTURA DE CHOCOLATE	250	g			baño maria	templar	cobertura	1365	454	3,50	1,93	
2	ARROZ DE CEBADA	20	g	lavar			deshidratar	relleno	74	454	0,90	0,04	
	LIMON CONFITADO:												
3	LIMON (CASCARA)	2	und	lavar	pelar	hervir	hervir	relleno	0	2	0,30	0,30	
4	AGUA	600	ml						0	600	0,50	0,50	
5	AZUCAR	100	g						38,8	250	0,40	0,16	
1.- Utilizar chocolate en gotas. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate.									Total	1477,8	C.T		2,93
									Total.x.Pax	73,89	C.X.Pax		0,15
											ERROR	3%	0,00
											IVA	12%	0,02

<p>6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente. 7.- Rellenar cada molde con el arroz de cebada y el limón confitado, debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante. 8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.</p>			C.GERENCIA	20%	0,03
<p>LIMÓN CONFITADA: 1- Pelar la cáscara de limón con pela papas, de modo superficial , para retirar únicamente la parte verde y nada de la blanca. 2.- Hervir tres veces en agua, cambiando de agua cada vez. 3.-Colocar en una cacerola con la misma cantidad de agua y azúcar. 4.- Llevar a hervor. Retirar del fuego y reservar en el mismo almíbar. 5.- Escurrir y pasar por azúcar. Dejar secar en la heladera.</p>	P.V.P 0,20				

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 70-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Fruitred

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR</p> </div>  </div>													
Nº Receta	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: FRUITRED						FECHA DE ELABORACIÓN: 08/01/2018	# pax:	20				
009	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN						
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros					
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACION	
1	COBERTRA DE CHOCOLATE	250	g			baño maria	templar	cobertura	1365	454	3,50	1,93	
2	QUINUA	20	g	lavar			deshidratar	relleno	70,6	454	0,60	0,03	
	COULIS DE FRUTOS ROJOS												
3	MORA	60	g	lavar			tamizar	relleno	72,5	454	1,00	0,13	
4	FRESA	60	g	lavar	brunoise		tamizar	relleno	23,4	454	1,00	0,13	
5	AZUCAR	25	g						38,8	250	0,40	0,04	
6	ZUMO DE LIMON	1	cucharada	exprimir					0	1	0,10	0,10	
1.- Utilizar chocolate en gotas. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde.									Total	1570,3	C.T		2,36
									Total.x.Pax	78,515	C.X.Pax		0,12
											ERROR	3%	0,00

<p>5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate.</p> <p>6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente.</p> <p>7.- Rellenar cada molde con la quinua crocante y el coulis de frutos rojos, debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante.</p> <p>8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.</p>			IVA	12%	0,01	
			C.GERENCIA	20%	0,02	
				P.V.P	0,16	
<p>COULIS DE FRUTOS ROJOS:</p> <p>1- Lavar la mora y fresa, secarlas sobre un paño limpio.</p> <p>2.- Tamizar.</p> <p>3.-Colocar en una cacerola junto con el azúcar y el jugo de limón.</p> <p>4.- Hervir y dejar enfriar.</p>						

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 71-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Mintbom

 <div style="text-align: center;"> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR </div> 														
Nº Receta	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: MINTBOM						FECHA DE ELABORACIÓN: 08/01/2018	# pax:		20				
010	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN							
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros						
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACION		
1	CHOCOLATE SEMI AMARGO	250	g			baño maría	templar	cobertura	1250	454	3,50	1,93		
2	HOJAS DE MENTA	10	g		lavar			relleno	0	20	0,30	0,15		
3	CHOCHO	20	g		lavar		deshidratar	relleno	2,72	454	1,00	0,04		
1.- Utilizar chocolate semiamargo. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate. 6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente. 7.- Rellenar cada molde con el chocho crocante y hojas de menta, debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante. 8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.									Total	1252,72	C.T		2,12	
									Total.x.Pax	62,636	C.X.Pax		0,11	
											ERROR	3%	0,00	
											IVA	12%	0,01	
											C.GERENCIA	20%	0,02	
												P.V.P	0,14	

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 72-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Piquisbom

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR </div>  </div>														
Nº Receta	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: PIQUISBOM						FECHA DE ELABORACIÓN:	# pax:						
011	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN							
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros						
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACION		
1	COBERTURA DE CHOCOLATE	250	g			baño maría	templar	cobertura	1365	454	3,50	1,93		
2	QUINUA	20	g	lavar			deshidratar	relleno	70,6	454	0,60	0,03		
	ALMIBAR DURAZNOS													
3	DURAZNOS	2	und	lavar	pelar	hervir		relleno	0	2	0,50	0,50		
4	CANELA	5	g						0	5	0,15	0,15		
5	AGUA	400	ml						0	400	0,50	0,50		
6	AZUCAR	50	g						38,8	125	0,40	0,16		
1.- Utilizar chocolate en gotas. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate. 6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente.									Total	1474,4	C.T		3,26	
									Total.x.Pax	73,72	C.X.Pax		0,16	
											ERROR	3%	0,00	
											IVA	12%	0,02	
											C.GERENCIA	20%	0,03	

<p>7.- Rellenar cada molde con la quinua crocante y almíbar de durazno, debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante.</p> <p>8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.</p>				P.V.P	0,22
<p>ALMIBAR DE DURAZNO:</p> <p>1- Lavar los duraznos, secar sobre un paño limpio.</p> <p>2.- Pelar y cortar en brunoise.</p> <p>3.-Colocar en una cacerola junto con el azúcar y agua.</p> <p>4.- Aromatizar con la canela.</p> <p>5.- Hervir y dejar enfriar.</p>					

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 73-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Quichoco

 <div style="text-align: center;"> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR </div> 													
Nº Receta	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: QUICHOCO						FECHA DE ELABORACIÓN:	# pax:			20		
012	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN						
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros					
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACION	
1	COBERTURA DE CHOCOLATE	250	g			baño maría	templar	cobertura	1365	454	3,5	1,93	
2	QUINUA	20	g	lavar			deshidratar	relleno	70,6	454	0,6	0,03	
1.- Utilizar chocolate en gotas. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate. 6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente. 7.- Rellenar cada molde con la quinua crocante, debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante. 8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.									Total	1435,6	C.T		1,95
									Total.x.Pax	71,78	C.X.Pax		0,10
											ERROR	3%	0,00
											IVA	12%	0,01
											C.GERENCIA	20%	0,02
												P.V.P	0,13

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 74-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Cochocho

 <p style="text-align: center;"> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR </p> 													
Nº Receta	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: COCHOCHO						FECHA DE ELABORACIÓN: 08/01/2018		# pax:		20		
013	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN						
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros					
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACION	
1	COBERTURA DE CHOCOLATE	250	g			baño maría	templar	cobertura	1365	454	3,50	1,93	
2	CHOCHO	20	g	lavar			deshidratar	relleno	2,72	454	1,00	0,04	
1.- Utilizar chocolate en gotas. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate. 6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente. 7.- Rellenar cada molde con el chocho crocante, debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante. 8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.									Total	1367,72	C.T		1,97
									Total.x.Pax	68,386	C.X.Pax		0,10
											ERROR	3%	0,00
											IVA	12%	0,01
											C.GERENCIA	20%	0,02
												P.V.P	0,13

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 75-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Cebachoc

 <p style="text-align: center;"> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR </p> 														
Nº Receta	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CEBACHOC						FECHA DE ELABORACIÓN: 08/01/2018	# pax:			20			
014	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN							
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros						
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA			
1	COBERTURA DE CHOCOLATE	250	g			baño maría	templar	cobertura	1365	454	3,50	1,93		
2	ARROZ DE CEBADA	20	g	lavar			deshidratas	relleno	74	545	1,00	0,04		
1.- Utilizar chocolate en gotas. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate. 6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente. 7.- Rellenar cada molde con el arroz de cebada, debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante. 8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.									Total	1439	C.T		1,96	
									Total.x.Pax	71,95	C.X.Pax		0,10	
											ERROR	3%	0,00	
											IVA	12%	0,01	
											C.GERENCIA	20%	0,02	
													P.V.P	0,13

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 76-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Choquibom

 <p style="text-align: center;"> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR </p> 													
Nº Receta	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CHOQUIBOM						FECHA DE ELABORACIÓN: 08/01/2018	# pax:		20			
015	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN						
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros					
Nº-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA			
1	COBERTURA DE CHOCOLATE BLANCO	250	g			baño maría	templar	cobertura	1347,5	454	3,50	1,93	
2	CHOCHO	20	g	lavar			deshidratar	relleno	2,72	454	1,00	0,04	
3	QUINUA	20	g	lavar			deshidratar	relleno	70,6	454	1,00	0,04	
1.- Utilizar chocolate blanco en gotas. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate. 6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente. 7.- Rellenar cada molde el chocho y quinua crocante, debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante. 8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.									Total	1420,82	C.T		2,02
									Total.x.Pax	71,041	C.X.Pax		0,10
											ERROR	3%	0,00
											IVA	12%	0,01
											C.GERENCIA	20%	0,02
											P.V.P		0,14

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 78-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Macechoc

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR </div>  </div>														
NOTA:	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: MACECHOC						FECHA DE ELABORACIÓN: 08/01/2018		# pax:		20			
016	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)							
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros						
N°-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACIÓN		
1	COBERTURA DE CHOCOLATE	250	g			baño maría	templar	cobertura	1365	454	3,50	1,93		
2	ARROZ DE CEBADA	20	g	lavar			deshidratar	relleno	74	454	1,00	0,04		
3	MANI	20	g	lavar		tostar	deshidratar	relleno	110,4	454	1,00	0,04		
1.- Utilizar chocolate en gotas. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate. 6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente. 7.- Rellenar cada molde con el arroz de cebada y el maní, debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante. 8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.									Total	1549,4	C.T	2,02		
									Total.x.Pax	77,47	C.X.Pax	0,10		
											ERROR	3%	0,00	
											IVA	12%	0,01	
											C.GERENCIA	20%	0,02	
												P.V.P	0,14	

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 79-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Choquinubom

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR </div>  </div>														
NOTA:	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CHOQUINUBOM						FECHA DE ELABORACIÓN: 08/01/2018	# pax:			20			
017	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO X	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN							
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros						
N°	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACION		
1	COBERTURA DE CHOCOLATE	250	g			baño maría	templar	cobertura	1365	454	3,50	1,93		
2	QUINUA	20	g	lavar			deshidratar	relleno	70,6	454	1,00	0,04		
3	CHOCHO	20	g	lavar			deshidratar	relleno	2,72	454	1,00	0,04		
1.- Utilizar chocolate en gotas. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate. 6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente. 7.- Rellenar cada molde con las almendras y el chocho crocante, debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante. 8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.									Total	1438,32	C.T		2,02	
									Total.x.pax	71,916	C.X.P		0,10	
											ERROR	3%	0,00	
											IVA	12%	0,01	
											C.GERENCIA	20%	0,02	
											P.V.P	0,14		

Elaborado por: Lilibiana Garcés

Cuadro 80-4: Ficha de Receta Estándar del chocolate Pasquibom

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR </div>  </div>														
NOTA:	NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: PASQUIBOM						FECHA DE ELABORACIÓN: 08/01/2018	# pax:			20			
018	TIPO DE MENÚ:	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	BOMBÓN							
	Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros						
N°-	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	Técnicas culinarias aplicadas	APLICACIÓN	Kcal	CANTIDAD DE COMPRA	COSTO DE COMPRA	COSTO DE UTILIZACION		
1	CHOCOLATE SEMIAMARGO	250	g			baño maría	templar	cobertura	1250	454	3,50	1,93		
2	QUINUA	20	g		lavar		deshidratar	relleno	70,6	454	1,00	0,04		
3	PASAS	20	g			trocear			0	454	3,00	0,13		
1.- Utilizar chocolate semiamargo. 2.- Fundir a baño maría hasta alcanzar 45 grados centígrados. 3.- Enfriar hasta alcanzar entre 29 grados centígrados. 4.- Incorporar el chocolate en el molde. 5.- Limpiar el molde con la espátula, volcando todo el excedente en el bol con el chocolate. 6.- Dar vuelta el molde y golpear para retirar el excedente. 7.- Rellenar cada molde con la quinua crocante y pasas, debe quedar un poco de espacio para poder completar y cubrir los bombones con el chocolate templado restante. 8.- Dejar endurecer en el congelador por 10 minutos, sacar del molde y servir.									Total	1320,6	C.T	2,10		
									Total.x.Pax	66,03	C.X.P	0,11		
											ERROR	3%		
											IVA	12%		
											C.GERENCIA	20%		
											P.V.P	0,14		

Elaborado por: Liliana Garcés

Anexo 4. Ficha de valoración del Método FIFO

Cuadro 81-4: Ficha de valoración de Inventarios con el Método FIFO

		 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA 								
Ficha de valoración de Inventarios con el Método FIFO										
		Ingresos			Salidas			Saldos		
Fecha	Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total	Cantidad	V. Unitario	V. Total	Cantidad	V. Unitario	V. Total

Anexo 5. Fichas Profesiográfica de Talento Humano

Cuadro 82-4: Ficha Profesiográfica de Cargo de Gerente Propietario

FICHA PROFESIOGRAFICA DE CARGO 		
Nombre:	Área de trabajo: RRHH	Cargo: Gerente Propietario
Edad:		
Género:		
Sección: Administrativa	Código: CA0001	Fecha: 1/06/2017
1.- Descripción		
Es la máxima autoridad y su principal función es la toma de decisiones que guiarán el presente futuro de la empresa.		
2.- Equipo de trabajo		
Balances contables, planificación de trabajo y recetarios		
3.- Actividades		
<ul style="list-style-type: none"> - Planea y desarrolla metas a mediano y largo plazo junto con los objetivos anuales. - Evalúa periódicamente el desempeño y cumplimiento de objetivos de cada una de las áreas de la empresa. - Administra y organiza la empresa de forma óptima, para que se cumplan todas las metas que se han establecido. - Representa a la organización frente a los clientes, proveedores y colaboradores de la empresa. - Identificar áreas de oportunidad dentro y fuera de la empresa, que le permita ser más competitiva en el mercado. 		
4.- Características Psicológicas		
Inteligencia emocional		Memoria visual
Aptitud espacial, verbal y social		Memoria auditiva
Racionamiento abstracto		Memoria para números
Rapidez de percepción		Cálculo mental rápido
5.- Características Psicofisiológicas		
Destreza manual		Destreza con las manos/piernas
Coordinación de las manos/vista		Habilidad con los dedos
Destreza con las manos/brazos		Automatización de movimientos
6.- Formación Académica		
Título de tercer nivel en administración (o afines)		
7.- Experiencia		
Experiencia mínima de dos años en cargos similares		
8.- Sueldo		
Sueldo anterior:		Sueldo aspirar:

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 83-4: Ficha Profesiográfica de Cargo de Contadora

FICHA PROFESIOGRAFICA DE CARGO 		
Nombre:	Área de trabajo: RRHH	Cargo: Contadora (trabajo externo)
Edad:		
Género:		
Sección: Administrativa	Código: CA0002	Fecha: 1/06/2017
1.- Descripción		
La persona que aspire a desempeñar el cargo deberá ostentar altas cualidades morales y profesionales.		
2.- Equipo de trabajo		
Informes de registro de caja, facturas de compras y ventas, contratos.		
3.- Actividades		
<ul style="list-style-type: none"> - Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de la empresa. - Controlar pagos de SRI, IESS, Patentes municipales. - Controlar pago a proveedores. - Asesora a la Gerencia en temas financieros. 		
4.- Características Psicológicas		
Inteligencia emocional		Memoria visual
Aptitud espacial, verbal y social		Memoria auditiva
Racionamiento abstracto		Memoria para números
Rapidez de percepción		Cálculo mental rápido
5.- Características Psicofisiológicas		
Destreza manual		Destreza con las manos/piernas
Coordinación de las manos/vista		Habilidad con los dedos
Destreza con las manos/brazos		Automatización de movimientos
6.- Formación Académica		
Título de tercer nivel en contabilidad (CPA)		
7.- Experiencia		
Experiencia mínima de dos años en cargos similares		
8.- Sueldo		
Pago por servicios profesionales (horas):		

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 84-4: Ficha Profesiográfica de Cargo de Chef

FICHA PROFESIOGRAFICA DE CARGO		
Nombre:	Área de trabajo: RRHH	Cargo: Chef
Edad:		
Género:		
Sección: Productiva	Código: CA0003	Fecha: 1/06/2017
1.- Descripción		
Elabora los productos de chocolatería		
2.- Equipo de trabajo		
Equipo de cocina, Utencillos de cocina, recetarios		
3.- Actividades		
<ul style="list-style-type: none"> - Encargado de las demostraciones del chocolate - Entrenamiento a vendedores, tips para venta del chocolate - Generar contactos para hacer demostraciones. - Realizar demostraciones en distintos lugares - Preparar los productos de chocolatería 		
4.- Características Psicológicas		
Inteligencia emocional		Memoria visual
Aptitud espacial, verbal y social		Memoria auditiva
Racionamiento abstracto		Memoria para números
Rapidez de percepción		Cálculo mental rápido
5.- Características Psicofisiológicas		
Destreza manual		Destreza con las manos/piernas
Coordinación de las manos/vista		Habilidad con los dedos
Destreza con las manos/brazos		Automatización de movimientos
6.- Formación Académica		
Título de Gastronomía		
7.- Experiencia		
Experiencia mínima de dos años en cargos similares		
8.- Sueldo		
Sueldo anterior:		Sueldo aspirar:

Elaborado por: Liliana Garcés

Cuadro 85-4: Ficha Profesiográfica de Cargo de Cajero/Despachador

		
FICHA PROFESIOGRAFICA DE CARGO		
Nombre: Edad: Género:	Área de trabajo: RRHH	Cargo: Cajero/Despachador
Sección: Comercial	Código: CA0004	Fecha: 1/06/2017
1.- Descripción		
Brindar al cliente la lista de precios y promociones de los diferentes productos ofertados por la empresa.		
2.- Equipo de trabajo		
Cuaderno de registro de caja, computadora, esferográficos, calculadora, pinzas, facturero.		
3.- Actividades		
<ul style="list-style-type: none"> - Recibir la cantidad asignada para fondo de cambio (caja chica) - Realizar diariamente apertura y cierre de caja, con documentos físicos firmados como respaldo - Entrega de productos al cliente. - Limpieza de su área de trabajo 		
4.- Características Psicológicas		
Inteligencia emocional	Memoria visual	
Aptitud espacial, verbal y social	Memoria auditiva	
Racionamiento abstracto	Memoria para números	
Rapidez de percepción	Cálculo mental rápido	
5.- Características Psicofisiológicas		
Destreza manual	Destreza con las manos/piernas	
Coordinación de las manos/vista	Habilidad con los dedos	
Destreza con las manos/brazos	Automatización de movimientos	
6.- Formación Académica		
Bachiller en contabilidad (o afines)		
7.- Experiencia		
Experiencia mínima de un año en cargos similares		
8.- Sueldo		
Sueldo anterior:	Sueldo aspirar:	

Elaborado por: Liliana Garcés