



ESCUELA DE GASTRONOMÍA

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DULCE ARTESANAL DE
FRÉJOL Y GUAYABA DE LA CULTURA AFRO-ECUATORIANA EN LA
“ESTACION CARCHI”, UBICADA EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

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

Profesor Guía
Gabriela Jácome

Autor
Marinella Giovanna De Veintimilla Guerini

Año
2015

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

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

Gabriela Jácome

Master en Socio Antropología de la Alimentación

CI: 080164670-4

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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

Marinella Giovanna De Veintimilla Guerini

CI: 1713234225

AGRADECIMIENTO

Gracias a mi mamá por darme todo el apoyo y estar ahí cuando más la he necesitado. A la Lcda. Paulina Moscoso; y, a la Fundación Frank Seelig por su colaboración; y, a la Dra. Graciela Guerra por su gentil donación.

DEDICATORÍA

Esté gran esfuerzo le dedico a mi mamá y a todas las personas que me han dado apoyo para seguir siempre adelante y alcanzar mis Sueños.

RESUMEN

Esta tesis de grado está basada en una actividad antiquísima que las mujeres afro-descendientes de Estación Carchi de la Provincia del Carchi, desarrollan durante las fiestas de Semana Santa que es el Dulce de Fréjol y Guayaba.

Este Dulce constituye una tradición oral que va de madres a hijas y que es elaborada con materias primas sembradas y cosechadas por sus propias manos.

El interés al hacer éste proyecto es dejar a las mujeres afro-descendientes una receta estándar, un manual de procedimientos y sobre todo, una actividad de producción y comercialización que ellas pueden desarrollar para mejorar su calidad de vida y sus ingresos económicos.

Este trabajo contempla materias importantes como buenas prácticas de manufactura, sanidad, mercadeo, análisis financiero y costos, los mismos que nos proporcionan una visión clara de las actividades a seguir a fin de obtener un producto de calidad y que el proyecto sea rentable.

El compartir con las mujeres afro-descendientes de Estación Carchi me ha hecho valorar sus tradiciones, aprender la elaboración de sus alimentos, entender cómo viven las personas que habitan lejos de las ciudades y cuáles son sus verdaderas necesidades.

Siento que ésta experiencia ha hecho que valore todo aquello que tengo y el dar gracias por las oportunidades que Dios me ha dado para estudiar y ser una mejor persona.

ABSTRAC

This thesis is based on an ancient activity that black women of “Estación Carchi”, a very small and poor town in the province of Carchi, develop during the Eastern celebrations week, which is the sweet made of beans and guava.

This sweet is a result of an oral tradition that goes from mothers to daughters keeping this recipe the same year after year. This sweet is prepared with raw products that are planted and harvested by their own hands.

The main interest in doing this project is to give afro-descendants women a standard recipe, a manual of procedures, and the most important, a production and trade activities so they can develop a better life and increase their income.

This work provides important subjects as good practices of manufacturing, health- sanitized, marketing, financial analysis and costs processes. This procedure gave us a clear picture of the activities to be followed in order to obtain a product of excellent quality and a profitable economic result.

All this sharing with afro-descendant women of “Estación Carchi” had made me value their traditions, learn about their food processing and understand their way of living and the difficult of transportation to the nearest city and their real needs.

This great experience made me appreciate all the things I have and to give thanks to God for all the opportunities given me to study and become a better person.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. MARCO TEÓRICO	6
1.1 ORIGEN DEL PUEBLO AFRO- ECUATORIANO	6
1.2 DESARROLLO	6
1.3 UBICACIÓN.....	7
1.5 ASENTAMIENTOS EN EL CARCHI	9
1.6 COMUNIDAD LA ESTACIÓN CARCHI	9
1.7 GASTRONOMÍA DE LA ZONA.....	10
1.7.1 BASE DE LA DIETA DIARIA	10
1.7.2 PLATOS TÍPICOS	10
1.7.3 DULCE TÍPICO.....	12
1.7.3.1 DULCE DE FRÉJOL Y GUAYABA	12
1.7.3.2 PROPIEDADES DE LA GUAYABA	13
1.7.3.3 PROPIEDADES DEL FRÉJOL	13
1.7.3.4 PRODUCCIÓN DEL DULCE DE FRÉJOL Y GUAYABA.....	16
1.8 PRODUCCIÓN ARTESANAL	16
1.8.1 BENEFICIOS DE PRODUCIR ARTESANALMENTE	18
1.8.2 NORMAS VIGENTES EN ECUADOR PARA PRODUCIR ARTESANALMENTE.....	20
1.8.3 CRITERIOS DE CALIDAD DEL DULCE DE FRÉJOL Y GUAYABA PARA LA PRODUCCIÓN ARTESANAL	20
1.9 DATOS DE EXPORTACIÓN.....	21
1.10 CADENA DE VALOR IDENTIFICADA	21
1.11 APOYO DE COMERCIALIZACIÓN.....	22
2 PROPUESTA DEL PRODUCTO AGROPECUARIO	23
2.1 PORTAFOLIO DEL PRODUCTO	23
2.2 MARCA Y LOGO	28

2.3	CONCEPTOS	29
2.4	USOS CULINARIOS	29
2.5	REGISTRO SANITARIO	29
2.6	PROPIEDAD INTELECTUAL	30
2.7	ANALISIS FODA	30
2.7.1	ANALISIS DE COMPETITIVIDAD	32
2.7.2	VENTAJA COMPETITIVA	35
3	PLAN OPERATIVO	38
3.1	DIAGRAMA DEL MACRO- PROCESO ACTUAL	38
3.2	PROCESOS OPERATIVOS	44
3.3	CUADRO DE INSUMOS Y MATERIA PRIMA	44
3.4	DEFINIR TECNOLOGÍA Y EQUIPOS	45
3.5	DEFINIR LAS NECESIDADES DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA	45
3.6	TAMAÑO DE CONSTRUCCIÓN	46
3.7	PLAN DE ORGANICACIÓN Y RECURSOS HUMANOS	46
3.7.1	INVENTARIO DE RECURSOS HUMANOS	46
3.7.2	ORGANIGRAMA	47
3.7.3	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	47
4	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	49
4.1	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	49
4.2	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	49
4.2.1	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	49
4.2.2	HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN	50
4.3	MUESTRA DE POBLACIÓN	50
4.3.1	POBLACIÓN	50
4.3.2	MUESTRA	51
4.3.3	FÓRMULA	52
4.4	ENTREVISTAS	53

4.4.1 ¿QUE ES UNA ENTREVISTA?	53
4.5 ENCUESTAS.....	54
4.5.1 ¿QUÉ ES UNA ENCUESTA?	54
4.6 <i>FOCUS GROUP</i>	54
4.6.1 ¿QUÉ ES <i>FOCUS GROUP</i> ?	54
4.6.2 PLANIFICACIÓN DEL <i>FOCUS GROUP</i>	55
4.6.3 TEMAS DE DISCUSIÓN.....	56
4.7ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	57
4.7.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL <i>FOCUS GROUP</i>	57
4.7.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	60
5 PLAN DE MARKETING	72
5.1 OBJETIVOS DE MARKETING.....	72
5.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	72
5.3 ESTRATEGÍA DE PRECIO.....	73
5.4 ESTRATEGÍA DE DISTRIBUCIÓN.....	74
5.5 ESTRATEGIA DE PRODUCTO.....	74
5.6 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	75
6 PLAN FINANCIERO	78
6.1 RECETA ESTANDAR.....	78
6.2 TICKET PROMEDIO Y UTILIDAD	80
6.3 ROTACIÓN Y VENTAS Y ESTADO DE RESULTADOS.....	81
6.4 NOMINA SALARIAL O (MO).....	83
6.5 COSTOS FIJOS Y OTROS COSTOS.....	84
6.6 INVERSIÓN INICIAL.....	87
7 COCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	93
7.1 CONCLUSIONES	93
7.2 RECOMENDACIONES.....	94

REFERENCIAS	95
ANEXOS	98

INTRODUCCIÓN

Por un acercamiento con la Fundación Frank Seelig tuve la oportunidad de conocer un pueblo muy pobre, con menos de 80 habitantes con la mayoría de sus casas vacías, pero con ricas tradiciones. Este pueblo se denomina “Estación Carchi” y se encuentra en la Provincia del Carchi.

En la primera visita y en contacto con las mujeres afro descendientes del pueblo, me comentaron que en Semana Santa elaboran un dulce a base de fréjol y guayaba con productos cultivados por ellas, al ser este producto muy original y típico de la zona y debido a la precaria situación económica que viven estas mujeres, decidí realizar este proyecto con el fin de que la venta de este dulce constituya un ingreso adicional para las mujeres afro descendientes de la zona. En colaboración de la fundación Frank Seelig, quienes les ha facilitado con una casa donde realizan actividades de la comunidad, y es el lugar adecuado donde puedan elaborar el producto de manera artesanal y comercializarlo a través de la Fundación.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La cultura y tradiciones del cantón Estación Carchi en la Parroquia la Concepción, Provincia del Carchi, se han transmitido oralmente de generación a generación; el estudio de esta comuna se realizará en dos etapas: durante el paso del ferrocarril y cuando este desaparece.

En la primera etapa, la comunidad era próspera debido que por él las 17 comunidades de la parroquia se concentraban en la Estación Carchi para comercializar sus productos. La estación contaba con la oficina del tren, restaurantes y bodegas de acopio de los productos; así era la Estación Carchi hace 16 años atrás.

Hoy en día, se lo conoce como el “pueblo fantasma” ya no existe el comercio, la gente migró a las ciudades cercanas o a la capital, se deterioraron las casas y al momento el pueblo cuenta con una población aproximadamente de 100 habitantes; todo esto sucedió debido a la gran crecida del río Mira que se llevó con él las rieles del tren...

Con el fin de tener acceso con todas estas comunidades, el doctor Jaime Vergara, propietario de una de las haciendas más grandes del sector, construyó un puente de concreto y ha realizado una serie de pequeñas obras en beneficio de este sector, por lo que la comercialización del dulce de fréjol y guayaba es factible.

El sustento diario de esta pequeña población se basa en los cultivos de fréjol rojo, camote morado, zambo, guayaba, yuca, pimiento y en algunos sectores tomate riñón; los que sirven como alimento diario para la comunidad.

Dentro de la variedad de los alimentos que producen, con los frutos cosechados, están las tortillas de yuca, colada de camote, ensalada de zambo con papa y locro de yuca. Durante la época de Semana Santa realizan un dulce de fréjol y guayaba con productos del sector, de alto nivel nutritivo y exquisito sabor.

Con este proyecto se quiere impulsar la fabricación del dulce de fréjol y guayaba a nivel artesanal, con conservantes y preservantes para que éste dure más tiempo y se comercialice en mayor cantidad, convirtiéndose en un ingreso económico para las mujeres Afro- ecuatorianas del sector.

La elaboración y comercialización del dulce se realizara mediante un convenio entre la fundación Frank Seelig y la Asociación de mujeres Afro "Amistad".

La fundación donó una casa que cuenta con una cocina de gran tamaño en la que se podrá elaborar el dulce en mayor cantidad, cuenta con implementos industriales y una cocina industrial.

OBJETIVO GENERAL

Plantear la producción y comercialización del dulce artesanal de fréjol y guayaba de la cultura Afro- Ecuatoriana en la “Estación Carchi”, ubicada en la Provincia del Carchi.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Apoyar la cultura afro- descendiente del Carchi dando a conocer sus productos artesanales
- Observar la elaboración del dulce de fréjol y guayaba
- Investigar y capacitar a las mujeres Afro- descendiente para que aprendan a conservar el dulce de fréjol y guayaba para la venta.
- Dar a conocer e impulsar el consumo del dulce de fréjol y guayaba.
- Plantear la venta de este producto ya con los aditivos y diseñar una marca para comercializar este gran producto

JUSTIFICACIONES

Debido a la extrema pobreza de la población de la Estación Carchi y a la buena calidad del producto, se va a implementar un sistema conservación y comercialización del dulce de fréjol y guayaba, el mismo que refleja la tradición de este pueblo y cuya comercialización constituya una fuente de ingreso adicional.

Dar a conocer esta receta que constituye una parte esencial de la tradición de la cultura afro- ecuatoriano para que el producto dure más tiempo, la comunidad sea conocida y crezca el turismo.

El gobierno le ha ofrecido a la comunidad Estación Carchi rehabilitar la línea férrea con ruta Quito – San Lorenzo, con la parada de la Estación Carchi, la reconstrucción de la estación y mejorar las viviendas de los habitantes, si esto se llegare a dar, las mujeres podrían vender el dulce de fréjol y guayaba en la estación y platos típicos de la zona.

Este proyecto será una fuente de información para estudiantes, docentes y personas que les gustaría aprender más de una cultura Afro- Ecuatoriana en el Carchi y su dulce de fréjol y guayaba.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 ORIGEN DEL PUEBLO AFRO- ECUATORIANO

Los primeros Afros llegaron al Ecuador en la época de la conquista de los españoles y tras sufrir la condición de la esclavitud, con su participación en las guerras de independencia consiguieron su libertad.

En los siglos XVII y XVIII, barcos de esclavos negros que salieron de Panamá con destino a Perú, naufragaron en la costa ecuatoriana, los sobrevivientes, hombres, mujeres y niños se asentaron en lo que hoy se conoce como la provincia de Esmeraldas, formaron comunidades que subsisten hasta la actualidad.

Con el pasar del tiempo, varios negros migraron hacia otras zonas del país haciendo uso de su libertad recién alcanzada.

(Vicariato Apostólicos de Esmeraldas y IFA, 2009, pp. 25-57)

1.2 DESARROLLO

En el siglo XIX algunos esclavos Afros de las haciendas de la Costa compraron su libertad mediante el inicio del comercio y la agricultura; y, se hicieron propietarios de sus tierras a raíz de la Reforma Agraria; sin embargo, en varias partes del país no era de esa manera, como en la Sierra donde los negros seguían siendo esclavos y trabajando en los cultivos de caña de azúcar de las haciendas.

La mayoría de afros se asentaron en las orillas del río Mira entre las Provincias de Imbabura y Carchi, algunos se fueron a la parte sur de la Costa ecuatoriana

en la Provincia del Guayas y una mínima parte se trasladaron a la Capital Quito. (Ayala Mora, 2007, pp. 14-20)

En 1895, el General Eloy Alfaro contrató negros de Jamaica y Puerto Rico para que ayuden a terminar los tramos del ferrocarril que inicio Gabriel García Moreno en 1873 y que habían quedado inconclusos.

Archer Harman, norteamericano, se hizo cargo de la construcción de las líneas del tren cuya labor era considerada como una de las más difíciles por la irregularidad de la geografía del Ecuador.

Miles de empleados, mestizos y negros, fallecieron en la construcción del tren debido al clima, las enfermedades y las picaduras de serpientes y mosquitos; por estos inconvenientes se debió contratar más mano de obra negra, algunos aprovechando las irregularidades del terreno y la confusión se escaparon y adentraron en la Sierra ecuatoriana, formando nuevas comunidades en las principales Provincias de la Sierra que son Imbabura y Carchi.

(Avilés Pino, 2012)

1.3 UBICACIÓN

En el Carchi habitaban los indígenas autóctonos denominados los Pastos, ellos trabajaban en las minas, en los textiles y en la caña de azúcar. Los españoles cada vez más exigentes, se dieron cuenta que los indios no resistían el trabajo forzado, por lo tanto compraron negros como esclavos para reemplazar la mano de obra india, siendo éstos mucho más grandes y fuertes.

Llegaron en 1580 al Río Mira, en la Parroquia de la Concepción, los primeros esclavos negros que eran procedentes de Angola y Senegal, provenientes de Cartagena de Indias, Colombia, para venderlos a los diferentes países cercanos. (Folleco, 2009, pp. 31-34)

1.4 AFRO- ECUATORIANOS EN EL CARCHI

La Concepción y los pueblos cercanos como Santa Ana y la Estación Carchi son los más antiguos en la historia de los afro ecuatorianos en el Ecuador después de Esmeraldas.

En 1682 los Jesuitas compraron cañaverales y trapiches en la Concepción y también adquirieron la famosa hacienda Cuajara que iba desde el Río Mira hasta el Páramo, en estas tierras se construyeron acequias para regar las plantaciones de caña, las mismas que perduran hasta la actualidad.

Los Jesuitas para trabajar estas grandes extensiones de caña, debieron hacer nuevas importaciones de esclavos, los mismos que eran traídos por los ingleses desde el Golfo de Biafra quienes tenían la fama de ser buenos guerreros y gente muy valiente, así mismo los Jesuitas trajeron los primeros Congos, de África Central.

Para 1715, los Jesuitas ya contaban con 283 esclavos, 92 en la hacienda Cuajara y 142 en las haciendas Carpuela, Chalguayacu y Caldera.

Los negros que se fugaban de las haciendas eran castigados severamente, debían pagar multas en dinero y se les azotaba cruelmente, se cometían grandes injusticias, agresiones y tormentos hasta la muerte.

Como dice el Lic. Alí Omar Folleco Carcelén en su libro: La Historia del Pueblo Negro en la Concepción:

“El esclavo negro era considerado como una máquina por los opresores y no como un ser humano por lo que en ocasiones se podía comprender que el esclavo prefiriera la muerte como una alternativa para terminar con la explotación.”

(Folleco, 2009, pp. 31-34)

1.5 ASENTAMIENTOS EN EL CARCHI

La Concepción es la cabecera cantonal, establecida como Parroquia el 17 de abril de 1884, antes pertenecía al Cantón Tulcán, en el mandato del Dr. José María Placido Caamaño.

Las comunidades actuales que forman la Parroquia de la Concepción son:

- La Merced
- La Achira
- Milagro
- Empedradillo
- Convalecencia
- Santa Ana
- Estación Carchi
- La Concepción
- La Loma
- Chamanal
- Santa Lucía
- El Hato del Chamanal
- Naranjal
- Naranjito
- Campo Libre

La principal comunidad a estudiarse será la siguiente:

(Folleco, 2009, pp. 126-128)

1.6 COMUNIDAD LA ESTACIÓN CARCHI

La Estación Carchi, es una comunidad pequeña, que se formó a los alrededores de la estación del tren. La actividad principal para todas las comunidades del Carchi, era la comercialización de sus productos; la estación del tren contaba con restaurantes, bodegas y habitaciones para los trabajadores del tren, aparte era una comunidad llena de alegría, el tren

desapareció hace 16 años porque subió las aguas del río Mira y se llevo con él las líneas del tren.

Hoy en día es un lugar desértico, abandonado y en ruinas con aproximadamente 100 habitantes, los cuales se dedican a la agricultura y a conservar de alguna manera sus tradiciones, como los platos típicos que no pueden faltar en esta pequeña comunidad.

(Moscoso, 2014, pp.44-46)

1.7 GASTRONOMÍA DE LA ZONA

La gastronomía del Carchi es muy variada debido por los productos cultivados en la zona del Carchi. Es importante saber que cada cantón y comunidad está representado por un plato típico.

1.7.1 BASE DE LA DIETA DIARIA

Los cultivos principales de la cultura Carchense son yuca, el camote, el fréjol, el pimiento, guayaba, el zambo y la caña de azúcar.

Con la limitación de productos que tiene la zona utilizan los productos para elaborar sus variados platos típicos, realizando mezclas de sal y de dulce.

(Pabón, 2007, pp. 27-28)

1.7.2 PLATOS TÍPICOS

La investigación realizada por el Señor Folleco, las personas de estas comunidades pueden vivir hasta los 100 años ya que su dieta es muy equilibrada, lleno de nutrientes y vitaminas.

La mayoría de estos platos que elaboran solo se hace en épocas importantes como Semana Santa, Fin de año, 8 de diciembre que festejan a la patrona de la Concepción, entre otras festividades.

Existen varios platos entre salados y dulces que son:

- Fréjol con yuca
- Morocho
- Picadillo
- Locro de yuca
- Camote con fréjol
- Bolas
- Mote
- Champús
- Chicha
- Ensalada de zambo
- Dulce de fréjol
- Dulce de guayaba
- Yuca con miel
- Colada de camote

Hace un tiempo las mujeres sazonaban la comida con los huesos de la propia carne que se iba a comer, utilizaban el hueso como adobo siempre cuando iban a cocinar sus platos típicos en festividades o en el almuerzo y cena del día a día; esto porque no contaban con manteca y aliños.

Hace más de 15 años en las comunidades, se mantenía la tradición del intercambio de comida entre las familias, para que todas las personas se lleven y sea más caluroso el ambiente y no existieran problemas, las mujeres cocinaban para su familia y el plato principal de esa comida era enviada a todas las familias cercanas y así se recibía el plato elaborado por los vecinos. Este intercambio de comida era principalmente en la cena porque el almuerzo se lo realizaba generalmente en la casa de los abuelos que cuidaban de los chicos mientras los padres estaban trabajando en el campo. En la noche se cantaban coplas y se contaban cuentos y cachos que era una manera de entretenimiento y al mismo tiempo de transmisión de la cultura y tradiciones.

Existen dulces típicos que se presenta a continuación y uno de los principales es:

(Folleco, 2009, pp. 141-143)

1.7.3 DULCE TÍPICO

1.7.3.1 DULCE DE FRÉJOL Y GUAYABA

El dulce de fréjol y guayaba es una tradición que se realiza siempre en Semana Santa. Se empieza con la cosecha del fréjol y la guayaba una semana antes y el Jueves Santo se pela el fréjol con ceniza del árbol de espinas y se lo cocina por separado. La guayaba se cocina a fuego lento y se cierne para sacar todas las semillas, esto se realiza el Viernes Santo y al final cuando la guayaba obtiene consistencia, se coloca el fréjol cocinado y licuado, se adhieren especies como la canela, el clavo de olor y anís estrellado, se cocina con panela en vez del azúcar ya que la panela se produce en la comunidad, le dejan cocinar hasta que se reduzca a la tercera parte del dulce y está listo para comer. No se añade agua ya que se pierde la consistencia requerida.

Esta actividad como el resto de las que se preparan en Semana Santa se las realizan siempre en familia, para compartir tiempo juntos y con los familiares que vienen de otras ciudades a Estación Carchi para esta celebración.

Se elaboran la ensalada de zambo, el champús y la fanesca y no puede faltar como postre el dulce de fréjol y guayaba; inclusive se hace tanta cantidad que se llevan a sus casas.

Elaboran este tipo de dulce ya que la materia prima se encuentra en la zona y es la guayaba y el fréjol, los dos productos más consumidos. Es un alimento ideal para las personas debido a sus propiedades nutricionales que se detallan a continuación.

(Moscoso, 2014, pp. 31-38)

1.7.3.2 PROPIEDADES DE LA GUAYABA

La guayaba no tiene en su pulpa proteínas, grasas que es menos del 1% e hidratos de carbono que es de 6%. Tiene una gran cantidad de:

- **Vitamina C:** Es una fruta que es rica en esta vitamina; una pequeña cantidad de ácido orgánico como el cítrico y el málico, que ayuda absorber la vitamina C y da su sabor típico.
- **Carotenoides:** Son las sustancias que organismo transforma en vitamina A y ayudan a las células del cuerpo humano porque se convierten en antioxidantes y aporta el 8% de la cantidad diaria lo que necesita el organismo.
- **Fibra vegetal:** El tipo de fibra que contiene la guayaba es soluble y está compuesta por pectina y mucílagos. Tiene una cantidad pequeña de vitamina B y E. Minerales tiene como el calcio, fosforo, magnesio y hierro. El potasio es el mineral que más abunda.

La guayaba ayuda a bajar la presión arterial, el colesterol y las grasas en la sangre, equilibra los efectos de la nicotina en el organismo. La cantidad adecuada de guayaba diaria es una unidad por día, porque tiene el triple de vitamina C lo que el adulto necesita. (Pamplona, 2003, p.118-119)

1.7.3.3 PROPIEDADES DEL FRÉJOL

Es un alimento muy nutritivo por tener una gran cantidad de proteínas, su proporción es del 21 % al 24 % de la cantidad total.

Se puede decir que sobre pasa la cantidad de proteína de la carne animal, aparte es mucho más saludable el fréjol que la carne.

- **Valor biológico:** Es el índice que mide la composición de aminoácidos de las proteínas en el fréjol. La calidad es de 85%, una cantidad baja comparada con otras proteínas.
Tiene una cantidad baja de valor biológico por la falta de metionina, un aminoácido esencial para el cuerpo humano.
Existe una complementación de proteínas para alcanzar el valor ideal de proteínas, esto quiere decir que se debe mezclar dos proteínas como por ejemplo, el fréjol con semillas de girasol y así se completa todos los aminoácidos que se necesita diariamente.
- **Digestibilidad:** Los fréjoles negros son mucho más digeribles, que los otros tipos de fréjoles.
El organismo acepta un poco menos la proteína del fréjol que la proteína de origen animal. Su porcentaje es del 83%.
- **Fibra vegetal:** Los fréjoles son una fuente muy rica de fibra, proporcionan más de la mitad de la cantidad diaria que un adulto debería comer.
Evita el estreñimiento y reduce el colesterol en la sangre.
- **Folatos:** El fréjol tiene una gran cantidad de folatos (vitamina B9), ayuda a formar glóbulos rojos, no se quedan en los tejidos grasos del organismo. Es importante consumir seguido los folatos, porque no se mantienen en el cuerpo.
- **Hierro:** El fréjol es una fuente grande hierro para el organismo, para que se absorba mejor se debe mezclar con vitamina C o con un cítrico, como por ejemplo unas gotitas de limón.
- **Niacina y ácido pantoténico:** Son dos factores muy importantes para la piel. Los fréjol es son pobres en vitaminas como en todos los alimentos de origen vegetal.

Los fréjoles constituyen un alimento nutritivo y energético y completo en proteínas si se combinan con cereales. El fréjol tiene acciones curativas o dietoterápicas. Protegen la piel y las mucosas.

La niacina interviene en las células, cuando no se tiene una cantidad adecuada en el organismo de niacina se produce enfermedades como dermatitis, diarrea y demencia.

- **Triptófano:** Son aminoácidos esenciales que se transforman en niacina. Los fréjol es secos contienen una gran fuente de triptófano (277 mg/ 100g), mucho más alta que el de la carne (199 mg/ 100g).
- **Acido pantoténico:** Interviene en el metabolismo celular, cuando no se tiene una cantidad adecuada en el organismo produce alteraciones en la piel y debilidad del cabello. Se recomienda comer fréjol para evitar la caída del cabello, caspa y fragilidad capilar.

Prevención de enfermedades:

- **Colesterol:** Se debe consumir habitualmente el fréjol para reducir el colesterol un 10% del organismo.
- **Estreñimiento y afecciones del colon:** Por el contenido alto de fibra en el fréjol que es un 20%, es muy bueno para evitar el estreñimiento y problemas en el colon, incluso evitar el cáncer de colon.
- **Hipertensión arterial:** El fréjol es un alimento perfecto para las personas que tienen hipertensión por su bajo contenido de sodio pero contiene un gran nivel de potasio.
- **Anemia y convalecencias:** Contiene un valor mucho más alto de hierro que la carne (10,4mg/100g), siempre recomiendan en dietas de las personas con anemia y desnutridos.

(Pamplona, 2003, p.330-335)

1.7.3.4 PRODUCCIÓN DEL DULCE DE FRÉJOL Y GUAYABA

Las mujeres afro descendientes de la Comunidad Estación Carchi, producen el dulce de fréjol y guayaba para toda su familia, en las festividades de Semana Santa, la elaboración y el resto de actividades se convierten en momentos propicios para compartir en familia y con los familiares que van de visita en esta época.

Venden el dulce a dos dólares cada taza, pero para comercializarlo lo cocinan en ollas grandes y se unen las mujeres de la comunidad en la casa de la Fundación Frank Seelig, allí disponen de una cocina industrial, equipos de trabajo y espacio suficiente para trabajar. Esa producción es de aproximadamente 30 tajadas de dulce de fréjol y guayaba.

Con la venta de éste producto, las mujeres afro descendientes cuentan con una fuente de ingreso adicional para mejorar su estilo de vida.

La Fundación ayuda a las mujeres afro descendientes a que puedan realizar diferentes actividades en la casa, apoya con dinero para que los equipos que sean necesarios se puedan comprar y concretar este proyecto de la venta del dulce, levantan fondos a través de donaciones y esperan la colaboración de las mujeres para la consecución del proyecto.

(Moscoso, 2014, p. 40)

1.8 PRODUCCIÓN ARTESANAL

Al no contar con conocimientos y equipos necesarios para elaborar el producto de manera semi industrial, las mujeres afro descendientes de Estación Carchi, mantienen una especie de asociación entre ellas, en la que se apoyan y comparten el trabajo y los conocimientos ancestrales, su forma de elaborar el producto es artesanal; es importante la forma de unirse para trabajar porque comparten las tradiciones, se cuentan sus problemas y se unen para resolverlos. Esta forma de unión refleja el esfuerzo de cada persona y la dedicación que le ponen para lograr sus objetivos.

Es un producto innovador que cuando éste se venda con conservantes, mejorando su presentación y manteniendo las normas la producción artesanal puede asegurar que el producto sea de la calidad adecuada para aumentar sus ventas.

(CYTED, 2011, p.6)

La producción artesanal consiste en producir manualmente o si algún instrumento electrónico que pueda realizar el producto, la materia prima es local y los procesos de elaboración se transmiten de generación a generación mostrando la cultura y la identidad del artesano, eso se puede ver en las comunidades del Carchi que siguen realizando estas actividades todos los días en la mañana, antes del almuerzo.

Se debe tomar en cuenta varios puntos para la producción artesanal que son:

- La fabricación artesanal se realiza en las casas de los productores, solo consume la familia y la venta es restringida.
- Los productos son hechos a mano, selecciona cuidadosamente la materia prima que va a utilizar.
- El artesano tiene complicaciones en el armado del producto final, por falta de maquinaria necesaria para realizar esta última etapa.
- La cantidad del producto final es mucho menor, por lo que casi siempre son máximo cuatro personas que realizan los productos artesanales.

En la producción artesanal el productor puede realizar todos los procesos de producción, quiere decir que empieza con la cosecha y termina con la venta del producto, todo elaborado por una sola persona.

Con la elaboración artesanal de los productos se pueden utilizar elementos para conservar los alimentos para que dure más tiempo pero la venta es menor, existen dos conservantes principales que se explica a continuación que se utilizara para el dulce de fréjol y guayaba.

(Universidad Nacional Autónoma de México, 2009)

1.8.1 BENEFICIOS DE PRODUCIR ARTESANALMENTE

En los momentos actuales, los consumidores, tienen la tendencia de comprar artículos orgánicos, artesanales y manufacturados con la menor cantidad de químicos y preservantes posibles; los beneficios que se obtienen con la producción artesanal son de suma importancia para el sector que los produce con una mínima cantidad de conservantes el producto puede tener una vida mucho más larga y se puede comercializar adecuadamente para obtener una ganancia mayor.

Los consumidores de los productos artesanales saben que son frescos y se realizan con productos de la zona, siendo el producto artesanal mejor y más sano que un producto industrializado porque se sabe quien lo ha elaborado.

Por ley del país, los artesanos cuentan con beneficios para la comercialización de sus productos y disposiciones que buscan que éstos crezcan como productores a futuro.

Según el Ministerio de Industrias y Productividad los Beneficios Vigentes de la Ley de Fomento Artesanal son:

“El Municipio de Quito, solicita a los Artesanos el Registro Artesanal del MIPRO, para la exoneración del pago de la patente municipal, (pese a que el COOTAD, reconoce para la exoneración a los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano).

El Ministerio de Salud, solicita a los artesanos el Registro Artesanal, para la exoneración del pago por el permiso de funcionamiento de sus locales, en aquella actividad alimenticia o de salud ocupacional.

Extensión de protección del Seguro Social Artesanal, que ampara no solo al artesano, sino también al grupo familiar siempre y cuando trabajen en la misma actividad artesanal.

Los Artesanos amparados por la Ley de Fomento Artesanal, no están sujetos a las obligaciones impuestas a los empleados por el Código del Trabajo. Pero si al pago de los salarios mínimos determinados para el sector artesanal, así al pago de los salarios mínimos determinados para el sector artesanal, así como al pago de las indemnizaciones legales por despido intempestivo.

El IEPI, solicita actualmente a los Artesanos que van a registrar sus derechos de autor, el Registro Artesanal, para un descuento en el pago por el trámite.

El SRI, solicita a los Artesanos, la actualización del Registro Artesanal, para la apertura del RUC.

Exoneración del 1.5 por mil sobre los activos fijos establecidos en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización”.

(Ley de Fomento Artesanal, 2013, p.1)

Para la elaboración artesanalmente se debe seguir las siguientes normas vigentes en el Ecuador que establece los códigos que se debe seguir establecidas continuaciones.

1.8.2 NORMAS VIGENTES EN ECUADOR PARA PRODUCIR ARTESANALMENTE

Según el Decreto Ejecutivo No. 4114, publicado en el Registro Oficial 984 de 22 de Julio de 1988, por el Ing. León Febres Cordero los productos se clasifican en:

Esta ley fue creada para regular la producción, transformación, manipulación y elaboración de alimentos y al mismo tiempo y para regular las identidades publicas que ejecutan el control y excepción sanitaria en los locales donde se manipulan alimentos. Así mismo la ley divide los productos en naturales que no contienen ningún tipo de transformación por ejemplo las frutas y los vegetales y después los alimentos del artículo procesados son los alimentos que tuvieron una transformación, modificación y conservación.

(Reglamento Oficial 984, 1988, p.1-2)

ANEXO 1

1.8.3 CRITERIOS DE CALIDAD DEL DULCE DE FRÉJOL Y GUAYABA PARA LA PRODUCCIÓN ARTESANAL

El contenido de fruta que se debe utilizar es de un 25%, se puede incluir cualquier tipo de alimento, como este caso es el frejol 4.3% de la cantidad a utilizar.

El resultado del producto debe tener una consistencia semisólida adecuada, con el color de los alimentos utilizados que son el color rosado de la guayaba y el color café del fréjol, el sabor dulce es por los azúcares de la fruta y adicionando la panela que es extraída de la caña de azúcar, colocando adecuadamente los conservantes indicados para frutas y vegetales que son los sorbatos y benzoatos.

Colocar en envases adecuados previamente esterilizados y en los envases debe tener la explicación del valor nutricional del producto final.

Con la buena manipulación de los ingredientes y del producto final, se tendrá un alimento adecuado para la venta y para el consumo humano.

(CODEX STAN 296- 2009, p.1-10)

1.9 DATOS DE EXPORTACIÓN

Datos de exportación de la Guayaba:

De acuerdo de los reportes obtenidos del Banco Central del Ecuador, se han realizado exportaciones de guayaba a Europa, Japón y Estados Unidos los cuales son tan pequeños que no llegan al 1% del total de las exportaciones realizadas por el Ecuador, por lo tanto se desprende que la producción total el 90% se utiliza en producción nacional.

Datos de exportación del fréjol:

Los datos proporcionados por el Banco Central no representan ni 1% de las exportaciones realizadas anualmente por el Ecuador. La producción total de 90% se utiliza en la producción interna.

(Banco Central del Ecuador, 2014)

1.10 CADENA DE VALOR IDENTIFICADA

La cadena de valor son las actividades que se llevan a cabo en la producción agrícola, empieza desde la siembra del producto hasta el consumo final, con esto se está agregando valor y se debe siempre estar atentos en cada etapa de la producción para obtener un alimento sano y en buenas condiciones.

En una cadena de valor se debe tomar en cuenta los procesos: envasado, almacenamiento, transporte y distribución del producto final.

Existen dos tipos de cadenas de valor que son la tradicional y la moderna.

La cadena de valor tradicional es aquella que se utiliza para los pequeños productores, del proceso de cosecha pasa directo al consumidor final, en cambio la cadena de valor moderna se utiliza una estructura vertical con el uso de estándares durante todos los procesos se dirige a los mayoristas.

(ILO, 2010, p.2)

La sostenibilidad es un tema importante que se debe tomar en cuenta debido a que no todos los recursos son renovables, como por ejemplo el petróleo; pero, el suelo cultivado debe ser sostenible para evitar el daño de los suelos y se reutilice siempre y cuando se siga las normas adecuadas para el cultivo.

Cada producto necesita un suelo adecuado y siempre tiene que alternar los sembríos para no dañar totalmente el suelo.

La agricultura sostenible de hoy en día, es muy importante, para que el ser humano se alimente adecuada y saludablemente, esto quiere decir que de ahora en adelante los agricultores cosecharan sus productos, sin pesticidas, aguas contaminadas o semillas transgénicos. Esto se llama agroecología, se habla de la ecología y la agricultura sostenible.

(Merchán, 2013, p.1)

1.11 APOYO DE COMERCIALIZACIÓN

Para incentivar la comercialización de los productos cultivados por las organizaciones campesinas o afro- descendientes el MAGAP proporciona capacitación y apoyo para que estos grupos puedan asociarse y comercial sus productos a nivel nacional, obteniendo mayor volumen y por lo tanto un mejor precio.

Se sugerirá a las mujeres afro- descendientes de la provincia del Carchi acudir a la Coordinación General de Redes de Comerciales a fin que puedan consultar y sean beneficiarias de este apoyo a la comunidad.

(MAGAP, 2014)

CAPÍTULO II

2 PROPUESTA DEL PRODUCTO AGROPECUARIO

2.1 PORTAFOLIO DEL PRODUCTO

-Explicación:

El dulce de fréjol y guayaba lo realizan las mujeres afro descendientes de la comunidad Estación Carchi en Semana Santa. Esta fecha es muy importante para ellas, porque se reúne toda la familia, ya que la mayoría de familiares han migrado a Ibarra o a Quito para trabajar; esta es una tradición que se conserva desde hace muchos años.

El dulce es una base importante para la dieta de las mujeres afro por contener una gran cantidad de proteínas, vitaminas y minerales.

El dulce de fréjol y guayaba al momento es elaborado de manera artesanal, pero para su comercialización en volumen, contará con conservantes utilizados para evitar que se dañe mediante la contaminación de micro organismos, lo que puede ocasionar una gran pérdida económica para los fabricantes en materia prima y de insumos.

Es muy importante evitar el crecimiento de los microorganismos mediante una buena manipulación de las conservas y la esterilización adecuada de los frascos, para esto, existen químicos que se pueden utilizar para eliminar los microorganismos.

La mayoría de alimentos contienen sustancias naturales que disminuyen la actividad microbiana, son ácidos orgánicos como el ácido benzoico o el ácido cítrico.

Los conservantes, usados en cantidades adecuadas no modifican los sabores de los productos, evita que los microorganismos se multipliquen, por eso se debe utilizar siempre materia prima de buena calidad.

El azúcar es un conservante natural que contienen las frutas; pero para que la vida del dulce sea más larga, se coloca dos conservantes principalmente que son:

- **Los sorbatos:** son utilizados en bebidas, repostería, en derivados cárnicos, conservas, mermeladas. Estos conservantes no son tóxicos como los otros, incluso como la sal común o el ácido acético. Se absorbe como un ácido graso y es una fuente de energía para el cuerpo humano.
- **Los benzoatos (ácido benzoico):** Se encuentra en forma natural en algunos vegetales, especias y frutas. Se utiliza comúnmente este tipo de conservantes porque es económico y es muy eficaz contra levaduras, bacterias y mohos.

Se emplea solo en productos ácidos o con un alto nivel de acidez. Su sabor es poco agradable por eso se debe colocar en los productos en pocas cantidades. En algunos países este tipo de conservantes es prohibido, por su sabor y sustituyen con otros conservantes de sabores neutros.

(Grupo Latinos Editores, 2007, p.161-163)

-Análisis:

El fréjol es un alimento con una gran cantidad de proteínas, se debe realizar complementación para recibir todos los aminoácidos en el organismo diariamente. El fréjol es difícil de digerir en el organismo por eso es importante tomar agua en gran cantidad, contiene una gran cantidad de fibra, evita el estreñimiento y reduce el colesterol en la sangre.

Contiene una gran cantidad de vitamina B 9 y ayuda a formar glóbulos rojos. Evita que las personas tengan enfermedades cardiovasculares.

La guayaba no tiene proteínas, pero tiene una gran cantidad de vitamina C, vitamina A, es una fruta completa y ayuda al organismo a bajar la presión arterial, colesterol y la grasa en la sangre.

-Características:

El dulce es de un color café que se obtiene del fréjol y la contextura es espesa por el mismo, en cambio el sabor le da la guayaba, la panela y las especias que son utilizadas: canela, anís estrellado y el clavo de olor.

Es importante tomar en cuenta que la Fundación Frank Seelig será el administrador del proyecto y hará posible que este proyecto de las mujeres Afro- descendientes del Carchi se convierta en un sueño cumplido.

-Etiquetado:

El Ministerio de Salud Pública decretó que en los productos procesados se incluya en la etiqueta nutricional una descripción del contenido de azúcar, grasa y sal (semáforo). Se debe tomar en cuenta este nuevo método debe estar presente en todos los productos ya sean éstos elaborados en el país o importados.

Esta ley fue dictada debido al alto índice de sobrepeso en infantes y adolescentes, éste semáforo es una alerta para que el consumidor sepa lo que está comiendo evitar las grasas, sal y azúcares y mantener así una buena salud.

Para el dulce de fréjol y guayaba se utilizará un etiquetado por los ingredientes naturales que tiene y que son cultivados por la comunidad de la “Estación Carchi”:



Figura 1. Etiquetado nutricional

Tomado de : **Ministerio de Salud Pública, 2014, p1**

ANTECEDENTES DE LA FUNDACIÓN FRANK SEELIG:

Luego de aproximadamente diez años de funcionamiento, la Fundación Cóndor, que dependía de la Empresa Pinturas Cóndor, se vuelve independiente y pasa a llamarse Fundación Frank Seelig, nombre que viene de quien fuera el mayor accionista de dicha empresa y que luego de la venta de la misma, quiso , junto a su hija, Jenny Seelig de Johnson, establecerla y a través de ella ejecutar proyectos de tipo social con mujeres afro descendientes, en las poblaciones de Estación Carchi, La Concepción y Santa Ana, en el Cantón Mira, Provincia del Carchi.

El 21 de Julio de 2009 se firma el Acuerdo Ministerial de Aprobación de Estatutos y el otorgamiento de Personería Jurídica.

El personal de la Fundación realiza el primer contacto con las comunidades anteriormente citadas y empieza a desarrollar proyectos con las mujeres, en

temas como Liderazgo y Autoestima, artesanías en papel, artesanía en barro, motivación, siembra de café, arreglo del Centro de Capacitación de la Mujer en la Estación Carchi.

Desde su constitución, la Fundación empieza a concretar citas y contactos para obtención de fondos con la Embajada Alemana y la Asociación las Damas Diplomáticas.

Por otro lado, fortalece el tema de Responsabilidad Social en Empresas como Cybercell, Panchonet, TVentas y se encuentra apoyando el desarrollo de un Proyecto de Responsabilidad Social con Industria Piolera Ponte Selva S.A..

(Fundación Frank Seelig, s/f, p.1)

MISIÓN:

Desarrollar proyectos sociales comprometidos con el mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades a través de la capacitación en desarrollo personal y micro empresarial.

VISIÓN:

Lograr que las mujeres de la comunidad, como principal objetivo, alcancen autonomía tanto económica como laboral.

OBJETIVO:

1.- Coordinar para que las Mujeres de Estación Carchi participen en los cursos iniciales para aprender a manejar las máquinas de coser donadas por las Damas Diplomáticas.

2.- Lograr el apoyo de capacitadores para que aprendan a elaborar sábanas

3.- Capacitar a las Mujeres en el tema de Microempresa, a través del apoyo del personal de la Fundación.

4.- Llevar al nivel de microempresa la elaboración y venta del dulce de frejol y guayaba, propio de la zona.

5.- Otro objetivo es apoyar la siembra de café en la zona con el apoyo del Dr. Jaime Vergara, MAGAP y Fundación Frank Seelig.

2.2 MARCA Y LOGO

El nombre o marca del dulce de fréjol y guayaba es “La Estación”, se escogió este nombre porque la comunidad de mujeres afro descendientes donde se produce principalmente el dulce se llama “Estación Carchi”, es un reconocimiento a la comunidad y al tren que se destruyó por la creciente del río Mira. Estación que constituía el centro de toda actividad social y comercial de la zona.



Figura 2. Logo “La Estación”

2.3 CONCEPTOS

El color verde es por la naturaleza y orgánico del producto, las mujeres afro descendientes siembran y cosechan los productos en sus terrenos y constituyen su sustento diario.

El color café representa el color del dulce, la mezcla del fréjol y la guayaba.

El tren representa la comercialización y el medio de transporte que tenían antes que el río Mira se llevara los rieles del tren y el nombre de la comunidad “Estación Carchi”

2.4 USOS CULINARIOS

El dulce de fréjol y guayaba se puede complementar con galletas, como relleno de pasteles, con pan o se puede comer solo.

Es importante que la gente conozca y pruebe este dulce, por su rico sabor y su valor nutritivo. Este es un dulce apropiado para niños, jóvenes y adultos.

2.5 REGISTRO SANITARIO

Para obtener el registro sanitario se debe realizar los siguientes pasos:

- Primero se debe acudir al MIPRO para ingresar en el sistema la categorización del establecimiento donde será realizado el producto, que luego del análisis se establece si este es artesanal o industrial dependiendo el número de trabajadores que laboren en la empresa.
- Segundo paso, se debe ingresar en la página web del ARCSA para poder sacar el permiso de funcionamiento, adjuntar los documentos que son necesarios para que el establecimiento sea autorizado para realizar los productos, se debe establecer también con que equipos se cuenta y el área total de producción.

- El tercer paso, es obtener el registro sanitario del producto que se va a elaborar, ingresar a la página web y detallar toda la documentación requerida. Cuando todos los documentos sean analizados y aprobados se obtiene el respectiva Registro Sanitario.

(ARCSA, 2014, p1)

2.6 PROPIEDAD INTELECTUAL

Para separar y registrar el nombre de los productos se debe acudir al IEPI, y realizar los siguientes pasos:

- Se debe realizar la búsqueda del nombre para evitar copiar uno existente y buscar uno adecuado para el producto.
- Para registrar los datos del producto como el logo y el nombre, se ingresa a la página web del IEPI. Una vez ingresado y creado una cuenta en la página web en la parte de servicios en solicitudes de línea, manda una confirmación y posteriormente se puede inscribir el nombre adecuadamente.

(IEPI, 2014, p1)

2.7 ANALISIS FODA

Este punto de análisis se toma en cuenta las características del dulce de fréjol y guayaba aparte de la elaboración, sabor, la competencia y la vente del producto.

Fortalezas

Siendo las fortalezas aquellos factores internos que facilitan o permiten a una organización alcanzar sus objetivos, las de nuestro producto son:

- Receta única y original
- Receta que refleja la cultura ancestral
- Acceso directo a la materia prima

- Nutritivo
- Sabor agradable

Oportunidades

Siendo las oportunidades aquellos factores externos que facilitan o permiten a una organización alcanzar sus objetivos.

- No existe competencia directa actualmente
- Existe aceptación del concepto del producto por parte del mercado meta por el estudio realizado en la investigación de mercado.
- Existe una tendencia del mercado a apreciar los productos orgánicos
- Tendencia a mejorar la situación económica de las mujeres afro descendientes que trabajan en este proyecto

Debilidades

Siendo las debilidades aquellos factores internos que impiden o dificultan a una organización alcanzar sus objetivos.

- Escasa familiaridad con la comercialización de productos en el mercado por parte de las mujeres afro descendientes.
- Equipos inadecuados
- Producción limitada
- Falta de transporte propio para la venta

Amenazas

Siendo las amenazas aquellos factores externos que impide o dificulta a una organización alcanzar sus objetivos.

- Inexistencia de canales de distribución para este tipo de productos
- El mercado no conoce ni la marca ni el producto
- Existencia de competencia en productos orgánicos en el mercado
- Distancia de la elaboración del producto

2.7.1 ANALISIS DE COMPETITIVIDAD

Para identificar la competencia se realizará a continuación un cuadro que representa los principales competidores indirectos del dulce de fréjol y guayaba que son:

- Cyrano, es una pastelería y panadería que se encuentra en el mercado durante 50 años; realizan mermeladas y conservas de diferentes sabores llamativos y aparte la marca es muy conocida.
- Qabra tira al monte, es una marca nueva de productos en conservas como la salsa de pimiento dulce para carnes, es una empresa innovadora y sus productos se venden en supermercados.
- Warmi, marca relativamente nueva, realiza varios productos de conservas y condimentos naturales para productos salados y dulces. Sus productos se venden en el almacén de Warmi que queda en Guápulo, poco a poco se está conociendo esta marca por sus mermeladas artesanales y sales variadas.

Tabla 1. Análisis de competitiva

ATRIBUTOS DE PRODUCTO	La Estación	Cyrano	Qabra	Warmi	CONCLUSIÓN
Variedad	D	D	F	F	Debilidad Característica común +
Presentación	F	D	F	F	Oportunidad Característica común +
Facilidad de servicio	D	D	D	D	
Producto fresco	F	D	F	F	
ATRIBUTOS DEL PRECIO					
Precio Justo	F	F	D	F	Característica común +
Opciones de pago	D	F	F	D	-
ATRIBUTOS DE PLAZA					
Accesibilidad	D	F	F	F	Amenaza
Notoriedad	D	D	D	D	Oportunidad
Enfoque en nicho gourmet	D	D	D	D	Oportunidad
ATRIBUTOS DE PROMOCIÓN					
Descuentos	D	D	F	F	-
Promociones	F	D	D	F	-
ATRIBUTOS DE PERSONALIZACIÓN					
Opción nutricional	F	F	F	F	Característica

					común +
Sabor excelente	F	D	F	F	Amenaza
No uso de aditivos	F	F	D	F	Debilidad

Este cuadro representa la competencia para el dulce de fréjol y guayaba, como resultado del estudio se obtuvo que la competencia es ligeramente baja por la diferencia de características que tiene el nuevo producto de dulce de fréjol y guayaba a la venta. Se conoce varios productos que utilizan la guayaba, pero la ventaja de éste producto es que se combina con fréjol siendo un distintivo único con cualquier otro producto de similares características.

2.7. 2 VENTAJA COMPETITIVA

Se identificará las ventajas competitivas por dos cuadros que representan las fortalezas y oportunidades, debilidades y amenazas.

El primer cuadro se representa las principales fortalezas y oportunidades, con una numeración del 1- 10 sabiendo que 10 es positivo y 1 es negativo con esto se da la valoración para saber cual son las principales fortalezas y oportunidades que habrá en el mercado para el dulce de fréjol y guayaba.

Tabla 2.Ventaja competitiva

F/O	No existe competencia directa actualmente	Existe aceptación del concepto del producto por parte del mercado meta por el estudio realizado	Existe una tendencia del mercado a apreciar los productos orgánicos	Tendencia a Mejorar la situación económica de las mujeres que trabajan en este proyecto	TOTAL
Receta única y original	10	10	10	5	35
Receta que refleja la cultura ancestral	10	10	10	7	37
Acceso directo a la materia prima	9	9	9	8	35
Producto Nutritivo	9	9	9	5	32
Sabor agradable	9	8	9	5	31
TOTAL	47	46	47	30	

Las fortalezas más fuertes están representadas en el lado izquierdo que son:

- Receta única y original
- Receta que refleja la cultura ancestrales
- Acceso directo a la materia prima

Las oportunidades más fuertes son las que están representadas abajo del cuadro que son:

- No existe competencia directa actualmente
- Existe una tendencia del mercado a apreciar los productos orgánicos.

En el segundo cuadro se representa del 1- 10 sabiendo que 10 es negativo y 1 positivo, este cuadro se debe tomar en cuenta también cuales podrían ser los problemas que tendría el dulce de fréjol y guayaba en el mercado pero con la evaluación realizada se deduce que es un producto aceptado por los jefes del hogar.

Tabla 3. Ventaja competitiva

D/A	Inexistencia de canales de distribución para este tipo de productos	El mercado o no conoce la marca ni el producto	Existencia de competencia en productos orgánicos en el mercado	Distancia de elaboración del producto	TOTAL
Escasa familiarización con la comercialización de productos en el mercado por parte de las mujeres afro descendientes	10	10	9	6	35
Equipos inadecuados	8	8	9	9	34

Producción limitada	9	10	10	6	35
Falta de transporte propio para la venta	10	6	7	10	33
TOTAL	37	34	35	31	

Elaboración propia

Las debilidades más fuertes son las que están representadas a lado izquierdo del cuadro que son:

- Escasas familiarización con la comercialización de productos en el mercado
- Producción limitada

Las amenazas mas fuertes son las que se representan abajo del cuadro que son:

- Inexistencia de canales de distribución para este tipo de producto
- Existencia de competencia en productos orgánicos en el mercado.

CAPÍTULO III

3 PLAN OPERATIVO

En este capítulo se tomarán en cuenta todos los procesos que se realizarán en la elaboración del dulce, las personas encargadas del proyecto y cada paso que se debe seguir para tener un buen producto final.

3.1 DIAGRAMA DEL MACRO- PROCESO ACTUAL

Existen varios diagramas que se deben seguir adecuadamente para tener un producto final bien hecho para la satisfacción del cliente.

Los encargados de elaborar un producto, deben seguir rigurosamente cada uno de los diagramas establecidos, la mala utilización de éstos ocasionaría un producto diferente al esperado o un mal producto final.

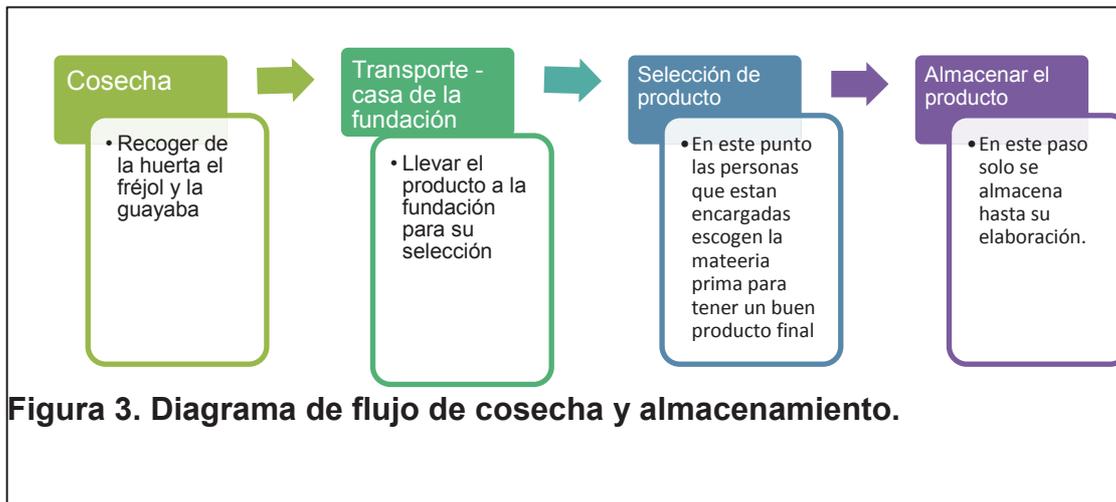
Los diagramas que se deben tomar en cuenta son: los de cosecha, selección de la materia prima, producción, sanidad y la elaboración del dulce de fréjol y guayaba.

-Diagrama de flujo de cosecha y almacenamiento

En este diagrama de flujo de cosecha y almacenamiento se representa la primera etapa de la elaboración del dulce de fréjol y guayaba, determinando como será el orden y quien realizará cada paso, los que se deben seguir rigurosamente. De la cosecha estarán encargadas dos ayudantes de cocina. Sembrar y cosechar sus alimentos es una tradición que tienen hace cientos de años y podrán seguirla manteniendo. El transporte es muy importante para llevar la materia prima a la casa de la fundación, debido a que los cultivos se encuentran a gran distancia de la comunidad “Estación Carchi”.

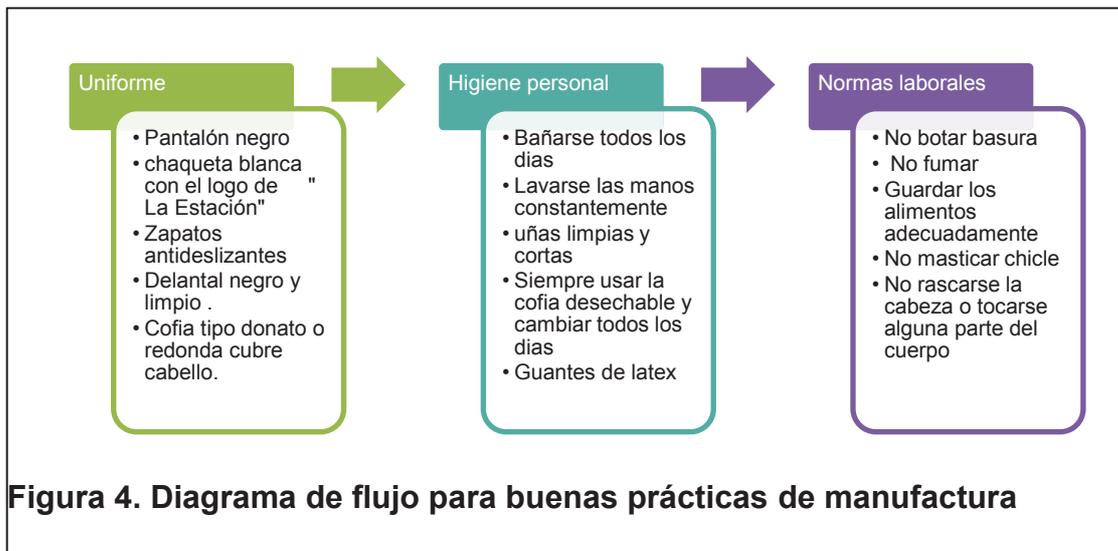
La Selección del producto será supervisado por Doña Dalia Carcelén, quien evaluará la cosecha y escogerá los frutos cosechados, para lo cual se apoyará en dos ayudantes concluyendo ésta primera etapa.

El almacenamiento de lo cosechado, no será muy largo porque la producción del dulce se realizará ese mismo día.



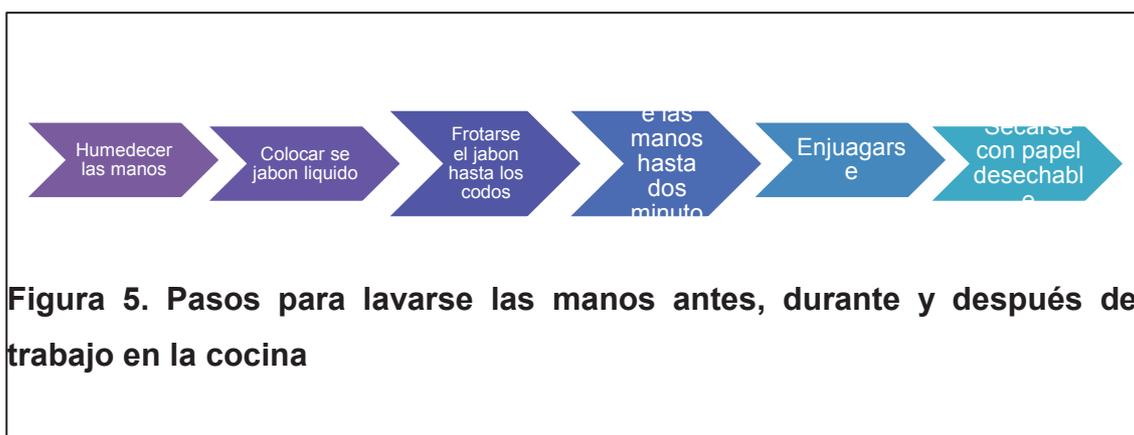
-Diagrama de flujo para buenas prácticas de manufactura

Cada persona encargada de la elaboración del dulce de fréjol y guayaba debe seguir las normas de seguridad e higiene en el trabajo, las mismas que se establecerán al ingreso y a la salida del lugar de trabajo; es muy importante, que cada miembro de fabricación tenga una adecuada higiene personal. El uniforme es muy importante, porque da una buena imagen al proyecto y evita la contaminación de los alimentos. Se entregarán dos uniformes a cada una de las trabajadoras para que los usen todos los días. Se tendrá en cuenta que estas personas no están acostumbradas a seguir un reglamento ni a usar uniforme; sin embargo, pero tienen toda la buena voluntad para hacerlo y poder lograr su objetivo.



-Pasos para lavarse las manos antes, durante y después del trabajo en la cocina

Las encargadas tendrán que lavarse las manos antes, durante y después de realizar cualquier actividad para mantener la inocuidad del dulce de fréjol y guayaba. Se les capacitará para que aprendan a lavarse bien las manos y luego utilizarán los guantes de látex.



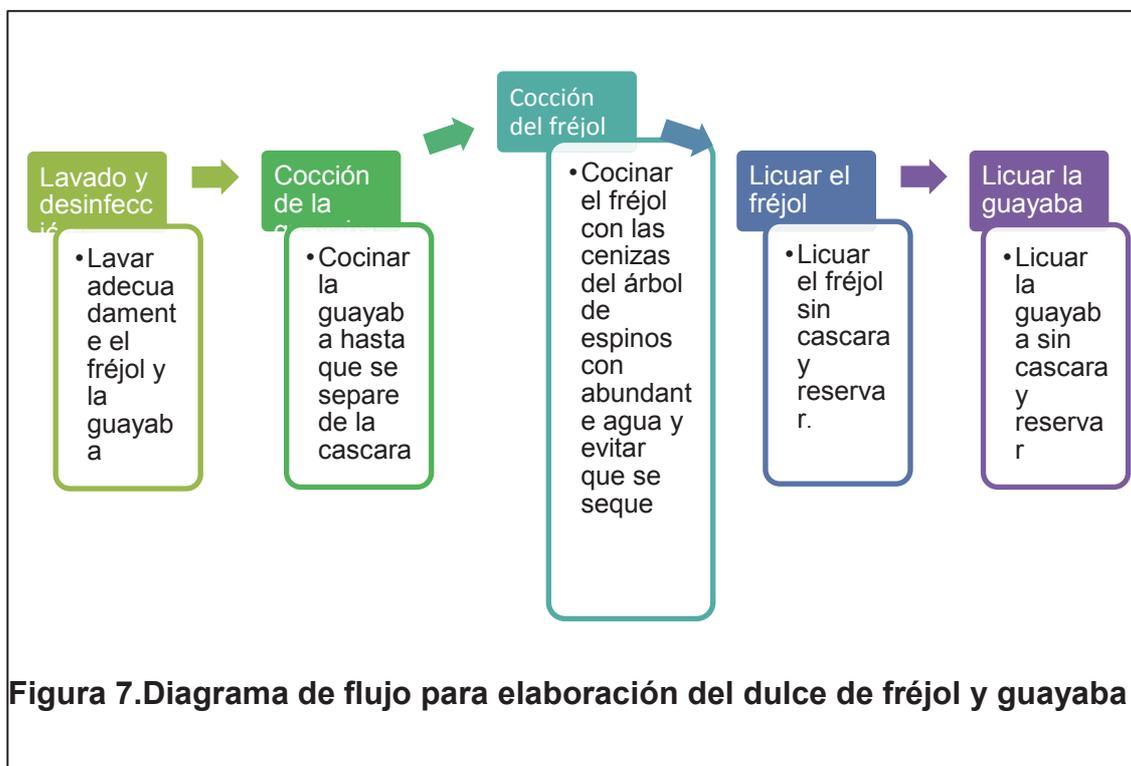
-Pasos para limpieza y desinfección del lugar de trabajo

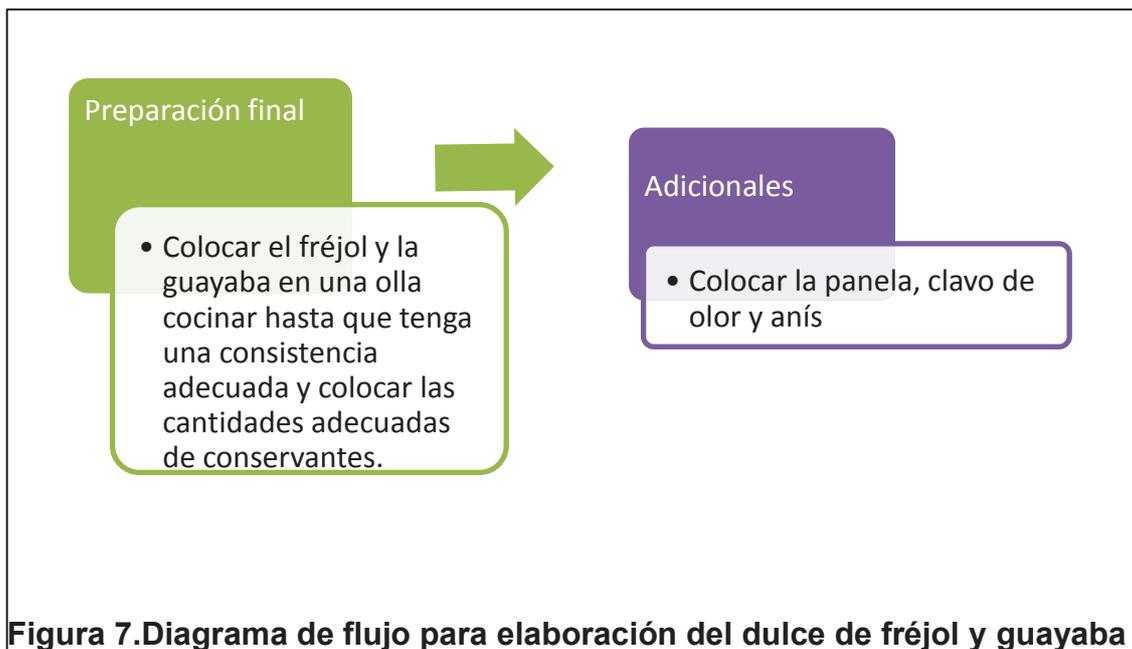
La limpieza de la casa de la fundación es lo primero que las ayudantes de cocina realizarán antes de empezar con la elaboración del dulce de fréjol y guayaba.



-Diagrama de flujo para elaboración del dulce de fréjol y guayaba

Doña Dalia Carcelén principalmente será la persona que realizará el dulce de fréjol y guayaba con las demás ayudantes de cocina, o personal de apoyo. Como coordinadora Doña Dalia Carcelén debe hacer este trabajo por ser la principal de la organización y la presidenta de la comunidad.

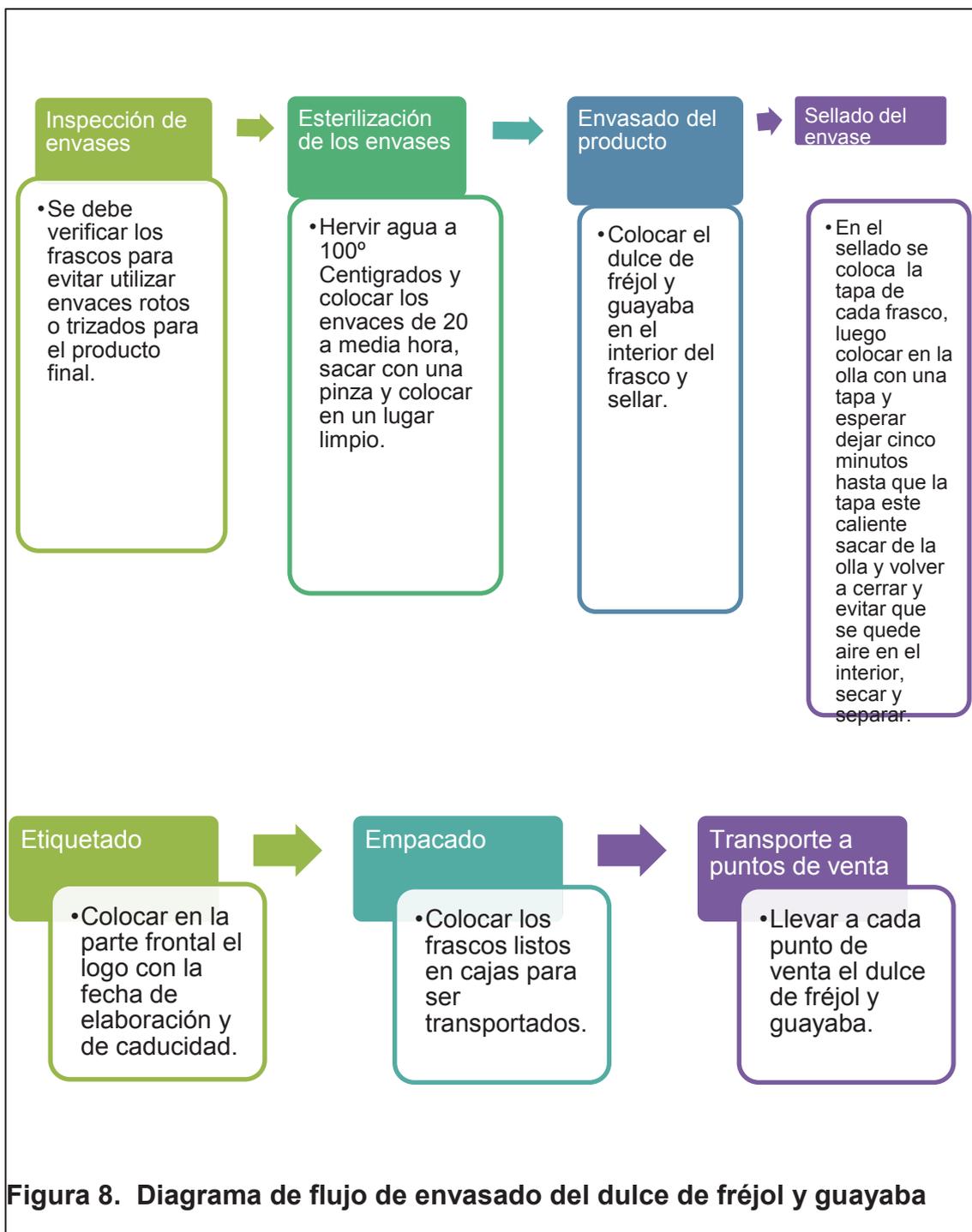




-Diagrama de flujo de envasado del dulce de fréjol y guayaba

En este último diagrama de flujo, las mujeres Afro descendientes que estarán en el proyecto se harán cargo de envasar el dulce de fréjol y guayaba en frascos de vidrio, para esto deberán cumplir con las indicaciones de esterilización de los frascos, colocando las etiquetas requeridas.

El transporte se alquilará para la movilización de los productos terminados, hasta obtener un vehículo propio de la fundación



3.2 PROCESOS OPERATIVOS

Los procesos operativos que se establecen para la producción del dulce de fréjol y guayaba, se conforman por los horarios en la tarde debido a que en la mañana se dedican a sembrar y cosechar los productos. Esta actividad es beneficiosa para la elaboración debido que la materia prima es fresca. En caso de que existiere baja producción y cosechas limitadas, deberán comprar el fréjol o la guayaba en el mercado más cercano o en Ibarra.

- **Horario de cosecha**

7:00 am hasta las 9:00 am, no se puede extender el horario debido a que por las altas temperaturas se puede deteriorar la fruta el momento de la cosecha.

- **Horario de producción**

9:00 am hasta 3:00 pm terminar con los procesos iniciados, evitando residuos o procesos inconclusos para el día siguiente ya que la fruta puede oxidarse o hacerse ácida.

3.3 CUADRO DE INSUMOS Y MATERIA PRIMA

La materia prima se obtiene por el cultivo de los productos, los insumos adicionales como la panela y las especias se compran en la tienda de la comunidad. Para la venta en grandes cantidades del dulce de fréjol y guayaba, se tendrá como proveedor el mercado central de Ibarra con compras al por mayor, abaratando así los costos.

Se podría realizar una alianza con los productores de caña de azúcar que se encuentran en la parroquia de Cuollaje, a fin de conseguir un mejor precio en la panela.

3.4 DEFINIR TECNOLOGÍA Y EQUIPOS

Para realizar el dulce de fréjol y guayaba no se necesita equipos sofisticados ni de alta tecnología.

Los equipos necesarios son los siguientes:

- Cocina Industrial de cuatro quemadores
- Una refrigeradora mediana de puerta transparente “Indurama”
- Paila de bronce donada por la Dra. Graciela Guerra
- Licuadora semi industrial de 4 litros
- Ollas de acero inoxidable
- Tablas de picar (color verde)
- Mesón de trabajo
- Colador chino
- Cuchillos cebollero o de chef
- Espátulas de silicón
- Cucharas de palo
- Frascos de vidrio

Para higiene personal se debe tener:

- Guantes de látex
- Gorros desechables

ANEXO 2, 3, 4, 5 y 6

3.5 DEFINIR LAS NECESIDADES DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA

El lugar donde se va a realizar la producción del dulce es la cocina, un espacio asignado para el efecto, en la casa de la fundación Frank Seelig, con un área aproximada de 12m², espacio suficiente para el trabajo de las personas encargadas y para obtener los mejores resultados.

3.6 TAMAÑO DE CONSTRUCCIÓN

Es una casa que ya formaba parte de la comunidad y que fue donada por el Dr. Jaime Vergara, quien es dueño de la mayoría de las tierras de las comunidades del Carchi y una persona muy sensible con las necesidades de estas comunidades; toda la propiedad de la casa de la fundación tiene una extensión aprox. de 160 m2.

3.7 PLAN DE ORGANICACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

La fundación Frank Seelig, entregará el micro proyecto a la comunidad de mujeres afro descendientes en el lapso de dos años, tiempo en el cual el proyecto estará funcionando y en marcha y que ya cuente con todos los equipos necesarios y las mujeres estén altamente capacitadas para el efecto.

3.7.1 INVENTARIO DE RECURSOS HUMANOS

Por los cargos de las personas y de la fundación se establece de esta manera:

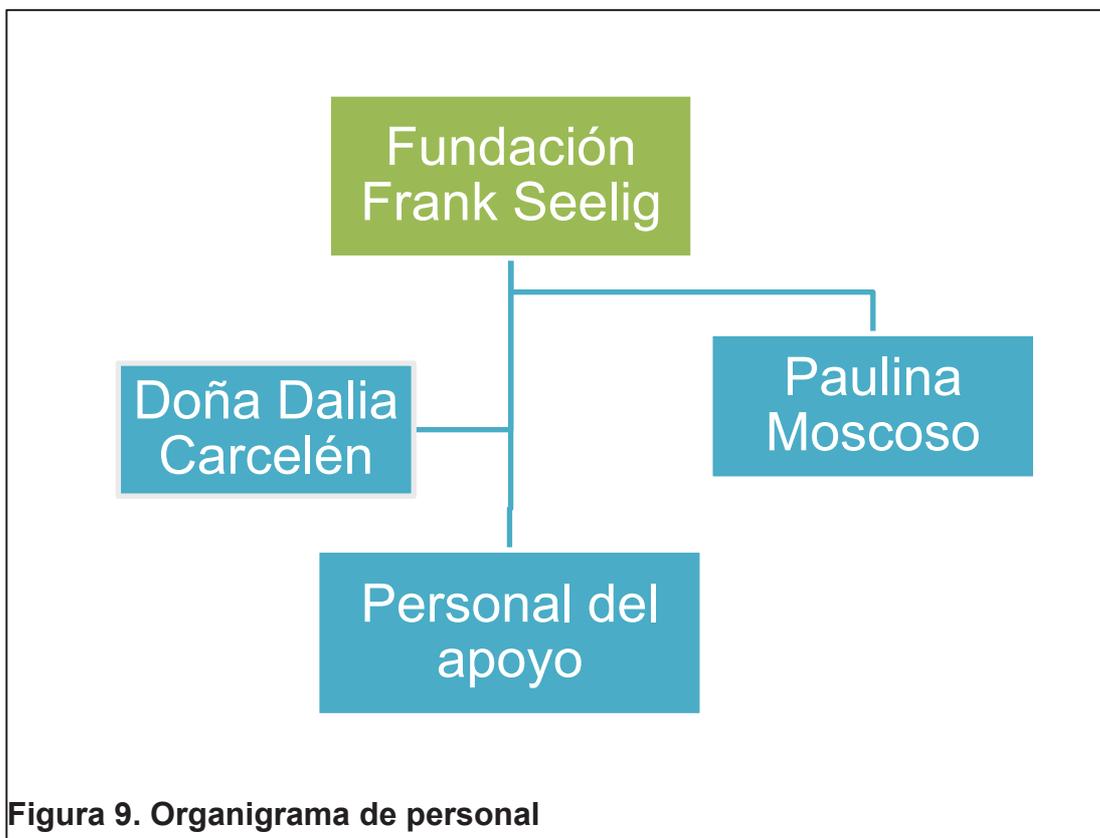
- La Fundación- Administradora y promotora

- Lcda. Paulina Moscoso – Asesora

- Doña Dalia Carcelén- Coordinadora

- Personal de Apoyo – 1 mujeres de la comunidad

3.7.2 ORGANIGRAMA



3.7.3 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Fundación Frank Seelig

La fundación está a cargo de la administración de los proyectos que se realizan en la Estación Carchi, colabora con aportes económicos para la compra de insumos y la realización de cualquier otro objetivo que se tenga en la comunidad.

Lcda. Paulina Moscoso

Sus funciones son coordinar, administrar y organizar las actividades con la Doña Dalia Carcelén, ya que ella es la persona encargada de llamar y juntar a las mujeres afro descendientes de la comunidad.

La Lcda. Moscoso establece las normas adecuadas y procedimientos a seguir para la producción y realización de actividades.

Doña Dalia Carcelén

Establece los horarios de trabajo con las personas de apoyo para realizar un trabajo eficaz y eficiente, ella se hace cargo de la compra de los insumos y selecciona que la materia prima que esté en buen estado, constata la limpieza del establecimiento y verifica la calidad del producto final.

Personal de apoyo

Están encargadas de la producción, la limpieza del establecimiento, esterilización de envases y empaque final.

Con este plan operativo se puede tener una idea clara de cómo será el funcionamiento del proyecto, los materiales y las reglas que se deben cumplir para tener un equipo y un establecimiento ordenado y adecuado para el trabajo duro de cada día.

CAPÍTULO IV

4 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

El presente capítulo de investigación de mercado tendrá como objetivos los siguientes:

1. Conocer el comportamiento de compra de dulces tradicionales en la ciudad Quito.
2. Determinar los mejores canales de distribución para hacer llegar a los potenciales clientes del producto.
3. Determinar los precios que los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar por el producto.
4. Definir los canales de distribución y comercialización más idóneos para conocer las mejores prácticas de promoción y comunicación para el dulce de fréjol y guayaba.
5. Determinar las características del diseño y la presentación del dulce de fréjol y guayaba, que lo hagan atractivo para los clientes potenciales.

4.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El tipo de estudio que se realizará es la descriptiva, debido que especifica las propiedades, características, y los perfiles importantes que serán expuestos en un análisis y en una investigación.

(Malhotra, 2008, p.82)

Se divide en cualitativa y cuantitativa.

- **Cualitativa.-** La investigación cualitativa se refiere a las actitudes, impresiones que los clientes potenciales tienen respecto al concepto del producto propuesto.
- **Cuantitativo.-** Con este tipo de investigación se podrá lograr información numérica, una vez delimitada se deriva los objetivos y preguntas de la investigación y útil para toma de decisiones.
(Malhotra, 2008, p.143)

4.2.2 HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se realizará son las siguientes:

- Muestra
- Entrevistas
- Encuestas
- *Focus Group*

4.3 MUESTRA DE POBLACIÓN

4.3.1 POBLACIÓN

Es el grupo que tiene características semejantes, que componen el universo para los objetivos y el problema de la investigación de mercado. La población son números que establecen las proporciones de gustos y preferencias de los consumidores y se puede obtener estos valores con una muestra como se puede indicar a continuación.

(Malhotra, 2008, p. 335)

La población para este estudio está constituida por jefes de hogar o personas encargadas de la compra de víveres o insumos alimenticios de hogares de clase media alta y alta de ciudad de Quito.

Se ha considerado que el tamaño de la población para este estudio es de 77,193 cifra que se determinó en base al siguiente análisis:

Tabla 4. Población de quito

Población de Quito	2,239,191
Número de personas pertenecientes a los sectores medio y medio alto de la ciudad de Quito (13,10% de la población total).	293,334
Número de hogares, considerando 3,8 personas por hogar.	77,193
La población para este estudio está constituida por jefes de hogar o personas encargadas de la compra de víveres o insumos alimenticios de hogares de clase media alta y alta de ciudad de Quito.	77,193

Tomado de: (INEC, 2010, p.1-8)

4.3.2 MUESTRA

Es la población ya establecida con la que se va a realizar el estudio. La muestra es utilizada cuando el tiempo es limitado y de corto presupuesto.

(Malhotra, 2008, p.336-339)

¿QUÉ ES MUESTREO?

Depende el tipo de muestreo y los objetivos del estudio, los recursos del investigador y la naturaleza del problema que se está investigando.

Se dividen en probabilísticos y no probabilísticos.

- **Probabilísticos.**- Es el sistema de muestreo más común que se utiliza para obtener datos estadísticos de una población determinada tratando de obtener un margen de error mínimo.

- **No Probabilísticos.-** Es el sistema de muestreo en que se eligen elementos específicos en una población determinada y basado en las convivencias y la vida diaria.

(Malhotra, 2008, p.343-345)

Es el resultado de cuantas encuestas debo realizar para tener un resultado factible para la investigación de mercado.

Para el cálculo de la muestra a la que se aplicó las encuestas, se utilizó la siguiente fórmula facilitada del departamento de Matemáticas de la Universidad De Las Américas:

4.3.3 FÓRMULA

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

La fórmula se despejo de la siguiente manera:

$$n = \frac{77,193}{0.05^2(77,193) - 1) + 1}$$

$$n = 398$$

(ECUACIÓN 1: POBLACION)

n : Tamaño de la muestra = 398

N : Población = 77,193

e: Error al cuadro = 0,05

El margen de error recomendado para aplicar la fórmula es de entre 3% a 5%, se utilizará el 5% y se tiene como resultado 397 personas que deben ser encuestadas.

(INEC, 2010, P.1-8)

Para la presente investigación como se menciona anteriormente el método cualitativo que se aplica en las entrevistas y *Focus Group*; el método cuantitativo se tomara en cuenta las encuestas con un cuestionario.

4.4 ENTREVISTAS

4.4.1 ¿QUE ES UNA ENTREVISTA?

La entrevista es un método de investigación cualitativa, debido que se consigue información de personas expertas y pueden ayudar con el tema específico que se está preguntando. Se pueden dividir en dos tipos las entrevistas no dirigidas y las semi estructuradas. (Peláez, Rodríguez, Ramírez, Pérez, Vásquez, González, (s/f), p.5)

La entrevista elegida para este proyecto es la semi estructurada ya que realice preguntas concisas para saber más información, se entrevisto a tres personas expertas en varios temas relacionados con el proyecto. Las personas entrevistadas fueron: Ing. María Del Carmen Álvarez, Ing. Daniel Arteaga y la Lcda. Paulina Moscoso; estas personas ayudaron con la información adecuada para obtener más información para elaborar este proyecto y además, son profesionales que están constantemente trabajando en el medio.

Las herramientas utilizadas para las entrevistas fueron una grabadora y recopilando información mientras se realizaban las preguntas.

ANEXO 7

4.5 ENCUESTAS

4.5.1 ¿QUÉ ES UNA ENCUESTA?

Es un método para obtener información, mediante preguntas de tipo cerradas y abiertas, las abiertas son preguntas que la persona encuestada puede responder con su opinión, en cambio las preguntas cerradas presentan opciones específicas y predeterminadas para tener un resultado medible.

Para ello se debe con una muestra, esto quiere decir un número pequeño pero representativo de la población que se encuentra bajo estudio, la misma que fue presentado anteriormente.

(Malhotra, 2008, p.187)

Para este tipo de investigación se trabaja con el cuestionario que es una herramienta que se utiliza para ver si el producto es aceptado o no por la población establecida.

CUESTIONARIO

Esta herramienta de investigación está dividida en 11 preguntas, de las cuales solo la de la edad es abierta y las demás tienen de tres a cinco opciones.

Anexo 8

4.6 FOCUS GROUP

4.6.1 ¿QUÉ ES FOCUS GROUP?

El *focus group* es una reunión desde 6 hasta 12 personas en la que discuten un tema establecido, puede ser de un producto o el mejoramiento de un sistema, o cualquier tema de investigación que necesite ser abordado desde una perspectiva de análisis cualitativo.

La persona encargada de realizar esta dinámica debe estar siempre atenta a las opiniones de las personas para obtener un resultado favorable para la investigación.

Se debe evitar las preguntas directas, se debe realizar preguntas abiertas para que el grupo interactúe y no haya discusiones entre los integrantes.
(Malhotra, 2008)

Se realizará para esta investigación un *focus group* compuesto por 7 personas de nivel socio económico alto y medio alto que son jefes de hogar, debido que son los clientes potenciales para el dulce de fréjol y guayaba.

Se hará una degustación durante el transcurso de la reunión para que los invitados tengan mayores elementos de juicio acerca del producto y la aportación que se está haciendo con este proyecto para las comunidades del Carchi.

4.6.2 PLANIFICACIÓN DEL *FOCUS GROUP*

- Perfil de los participantes:

Se realizó el focus group con 7 personas pertenecientes a un segmento socio económico homogéneo, diversos en sus estilos de vida, personas encargadas de las compras en sus hogares, desde 35 a 55 años de edad profesionales, personas que se las pueda considerarse realizadas.

- Ejecución del *Focus Group*

Antes de realizar el *Focus Group*, se mando a los invitados, invitaciones formales con los datos de donde se realizará la reunión y en el domicilio ubicado en el sector Norte de Quito.

La sesión se dividió en dos partes, la primera parte en la cual se planteó el concepto del producto, para saber la reacción de las personas acerca de la idea y la segunda parte se hizo en base a las impresiones de los asistentes respecto al producto que les fue presentado en una degustación.

Como moderadora de esta sesión actuó la autora de este estudio, utilizando un guión que facilitó la obtención de la información. En el guión constaban las principales preguntas respecto a la opinión que los potenciales clientes pueden tener acerca del producto.

4.6.3 TEMAS DE DISCUSIÓN

- Primera Parte:

- 1.- ¿Que es para usted la comida saludable?
- 2.- ¿Que tipos de alimentos entran en el grupo de comidas saludables?
- 3.- ¿Piensa usted que los dulces de frutas y vegetales son saludables?
- 4.- ¿Usted ha escuchado acerca del concepto del comercio justo?

- Segunda Parte:

- 1.- ¿Cual es su opinión acerca del producto?
- 2.- ¿Le parece que es un alimento saludable?
- 3.- ¿La combinación de alimentos le pareció agradable?
- 4.- ¿Con qué tipo de productos lo combinaría?
- 5.- ¿Le gusta la presentación, sugiere otro tipo de presentación?
- 6.- ¿Es importante para usted saber que al comprar dulce de fréjol y guayaba estaría apoyando el desarrollo de las comunidades Afro ecuatorianas del Carchi?

4.7 ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.7.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL *FOCUS GROUP*

Al realizar el análisis de los hallazgos de las técnicas elaborados en el *focus group*, se ha procedido en dividir en cuatro áreas de interés que se detalla a continuación.

- **Aspectos relacionados con la nutrición:**

Respecto a este aspecto se encontraron algunas opiniones en relación con la propuesta

- 1.- No siempre la comida saludable es deliciosa.
- 2.- Todas las frutas y verduras tienen algo bueno para el organismo y la salud de las personas.
- 3.- La panela es un producto que tiene elementos nutricionales que ayudan al organismo.

- **Aspectos relacionados con el comercio justo y el desarrollo comunitario:**

Respecto a este aspecto se encontraron algunas opiniones en relación con la propuesta.

- 1.- No es extendido el conocimiento de las prácticas del comercio justo.
- 2.- Existe una percepción adecuada en la relación entre la compra de este producto y el beneficio para la comunidad.
- 3.- Donación de una paila de bronce, para la elaboración del dulce de fréjol y guayaba.

- **Aspectos relacionados con el producto:**

Respecto a este aspecto se encontraron algunas opiniones en relación con la propuesta.

- 1.- Uso del fréjol en un dulce los beneficios que puede producir.
- 2.- Comparación del dulce de guaya y el dulce de fréjol y guayaba, prefirieron el del frejol por consistencia y sabor.
- 3.- Combinaciones diferentes de cómo se puede comer el dulce.
- 4.- Nombre / Marca
- 5.- No es usual el dulce pero sabe bien.
- 6.- Los colores del etiquetado.
- 7.- Rescate de los productos de la zona.

- **Aspectos relacionados con procesos de elaboración:**

Respecto a este aspecto se encontraron algunas opiniones en relaciones con la propuesta.

- 1.- Es importante que el producto deba ser elaborado con los procesos de sanidad e higiene.
- 2.- Que es necesario para que se adapten en formas técnicas de producción.
- 3.- Inversión de equipamientos, uniformes y producción.
- 4.- Elaborar mezcla de los ingredientes del producto para tener las cantidades adecuadas del dulce de fréjol y guayaba

Conclusiones

Con la división de los aspectos más importantes que se obtuvo del *focus group*, se pudo tener en claro lo que se debe realizar con este proyecto y si va a ser eficiente.

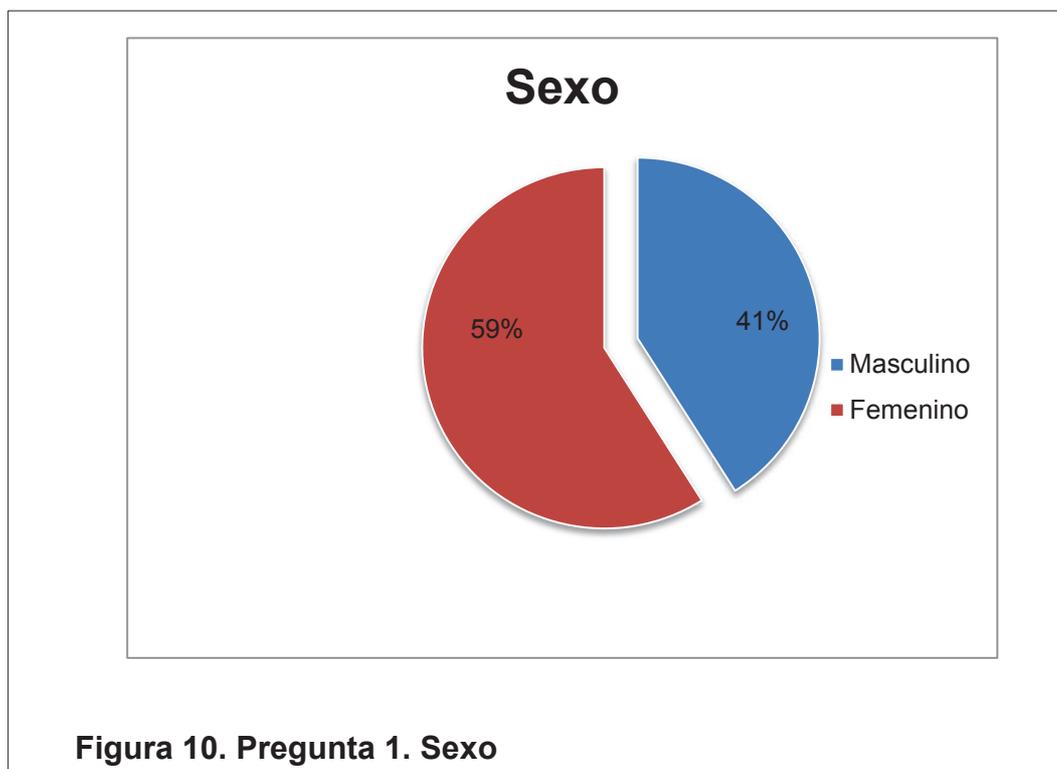
Las personas que estuvieron presentes dieron puntos de vista y comentarios diferentes acerca de temas que no se tomaron en cuenta como el trabajo que se debe realizar con las personas de la comunidad y si están dispuestas a cambiar para trabajar en el producto adecuadamente para su venta.

Hubo una donación de una paila de bronce para que puedan realizar como hacían en las épocas antiguas el dulce de fréjol y guayaba.

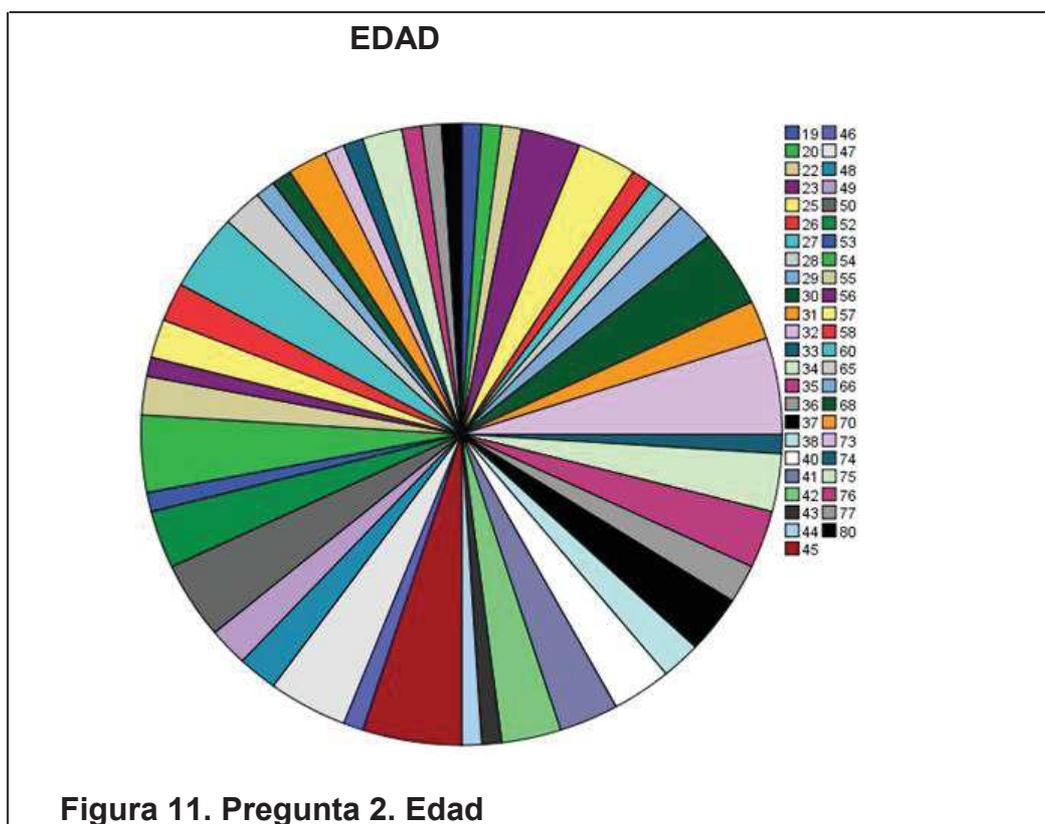
ANEXO 9

4.7.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

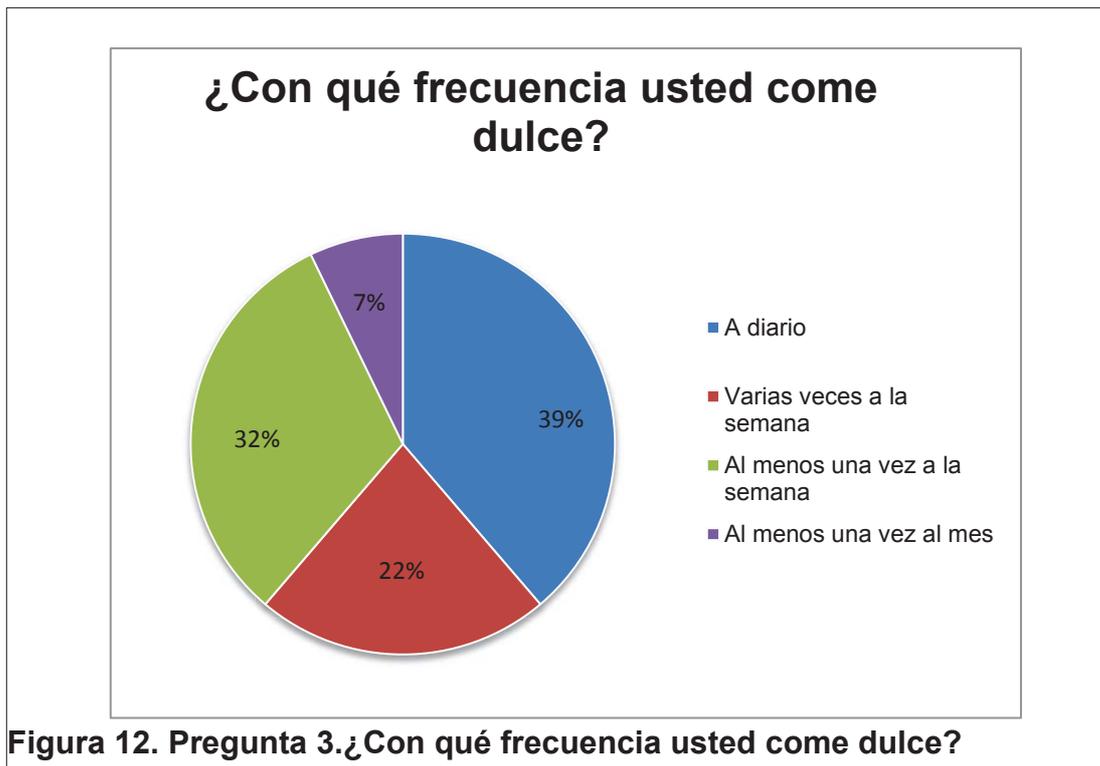
Los resultados de las encuestas se presentarán en manera grafica y con el análisis de cada uno.



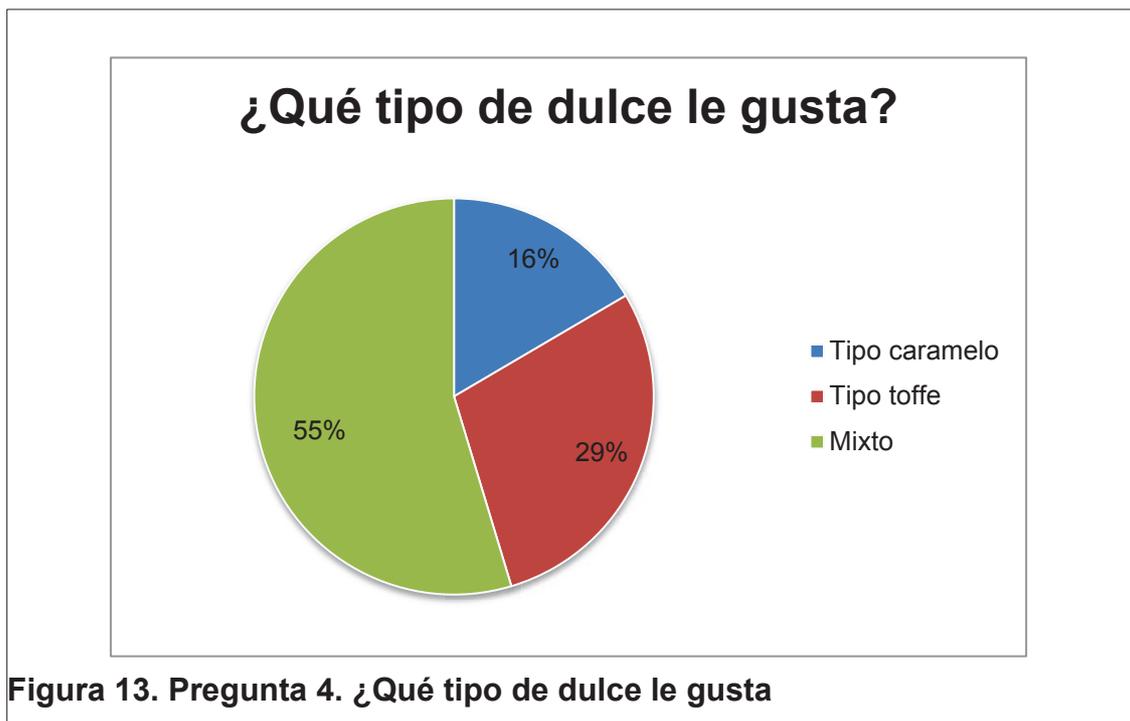
Las mujeres son atraídas a los productos nuevos y siempre están en constante búsqueda de cosas diferentes y novedosas, en cambio los hombres es difícil a que se arriesguen a probar productos nuevos.



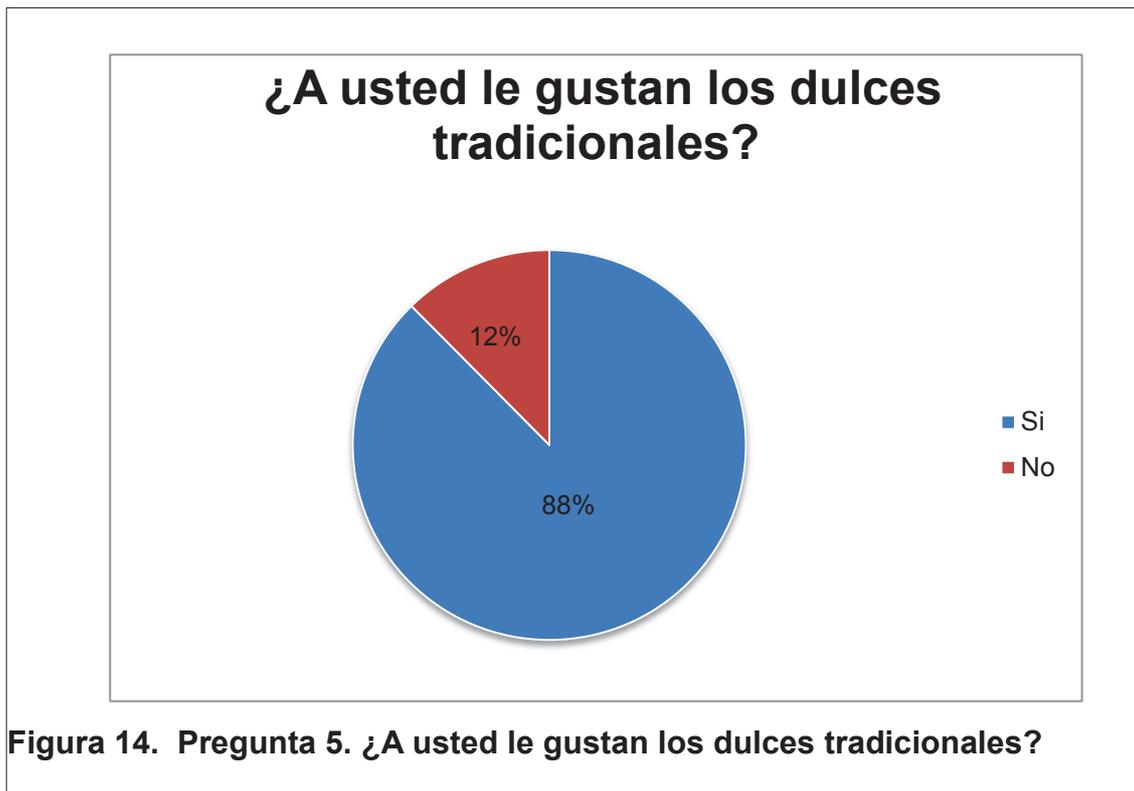
Para esta pregunta fue abierta, se tuvo un rango de los 19 a los 80 años, entre mujeres y hombres, no se pudo obtener una diferencia en el grafico porque prácticamente se dividió entre todas.



Por el resultado de la encuesta, se concluye que las personas tienen la costumbre de consumir dulces a diario y otras que sólo prefieren consumir una vez a la semana. Al realizar las encuestas hubo personas que no pueden comer dulces porque tienen problemas como diabetes.



Con esta pregunta lo que se quería saber es que tipo de dulce le gusta a las personas como los caramelos, los toffes y los mixtos quiere decir, los chocolates, chicles y más productos dulces que existen en el mercado, y se puede ver claro que las personas prefieren los demás productos dulces más que los caramelos y los toffes que es un caramelo masticable.



Se puede observar que las personas encuestadas prefieren los dulces tradicionales del Ecuador. Este es un excelente resultado ya que va en de la producción del dulce de fréjol y guayaba, lo que favorece la compra del producto por este tipo de personas.

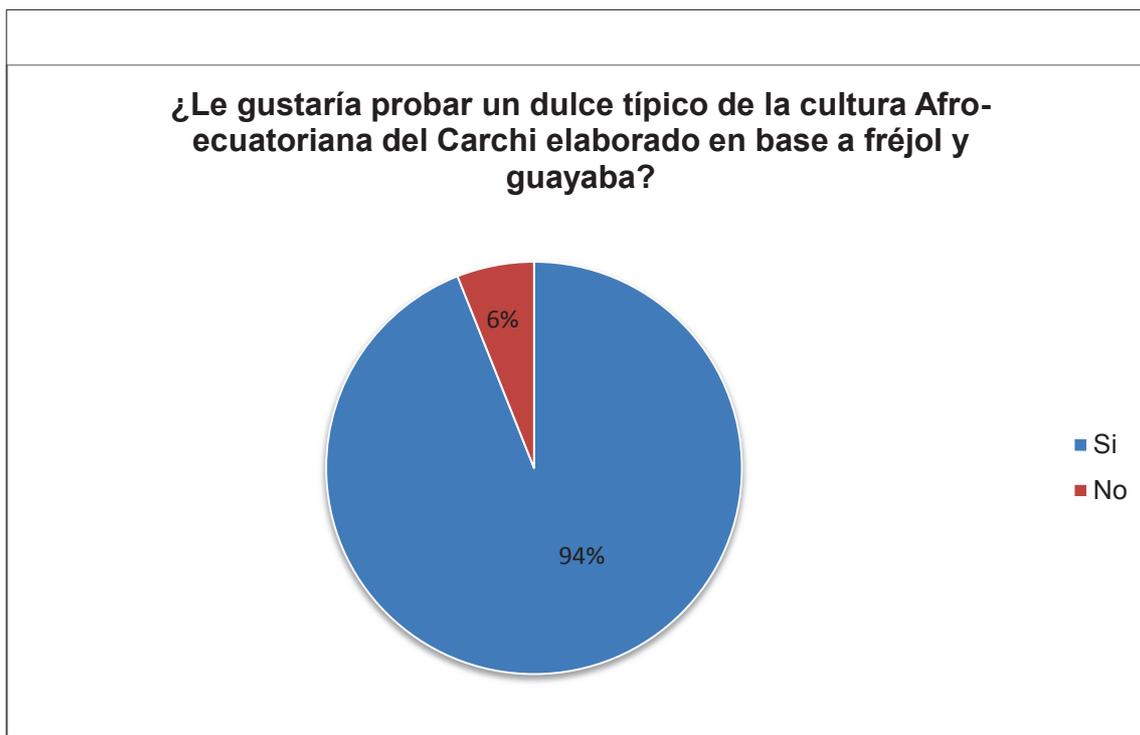


Figura 15. Pregunta 6. ¿Le gustaría probar un dulce típico de la cultura Afro-ecuatoriana del Carchi elaborado en base a fréjol y guayaba?

Se tuvo una aceptación bastante grande por parte de las personas encuestadas para degustar el dulce y saber un poco más del origen de este producto y además se recibieron diferentes opiniones acerca de él, lo que nos ha dado pautas para este trabajo.

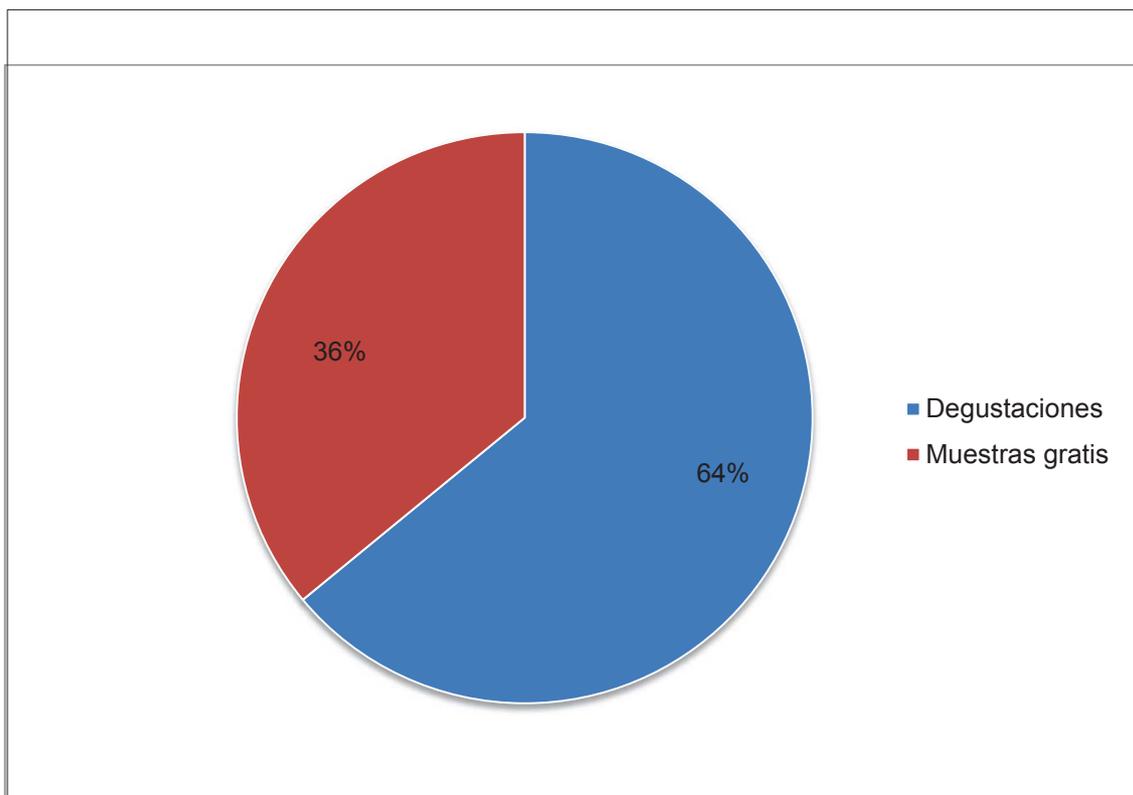
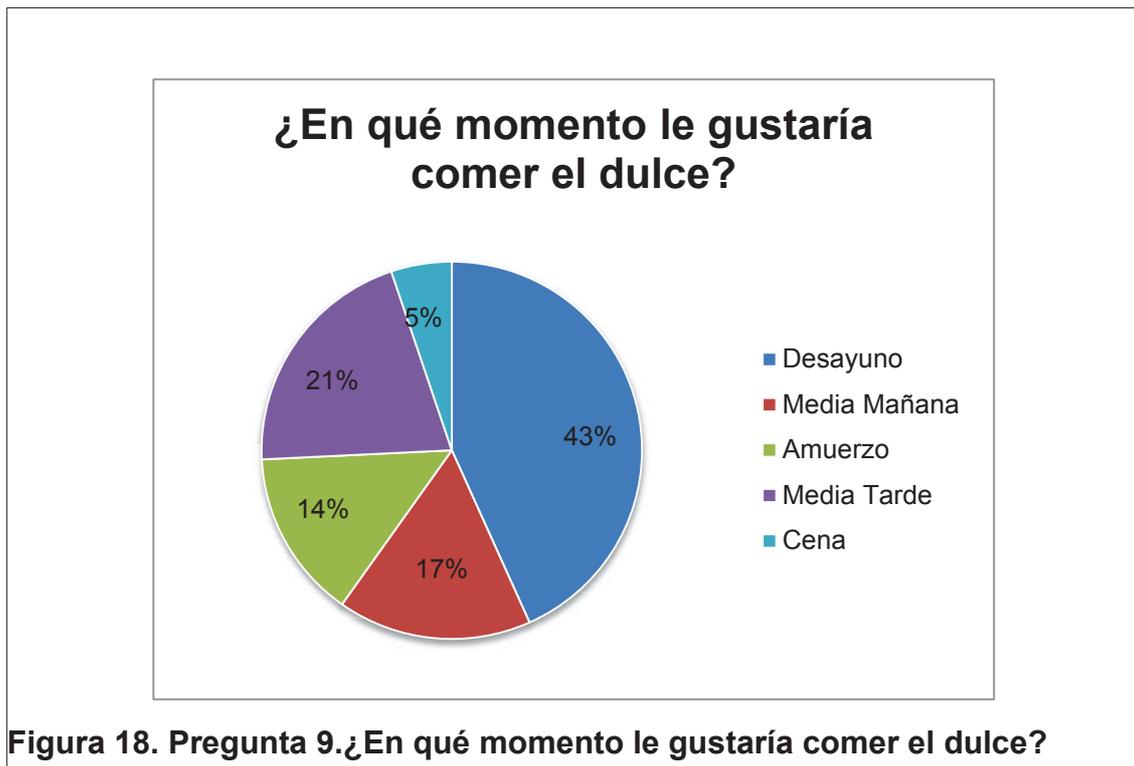


Figura 16. Pregunta 7.¿Cómo le gustaría a usted que le dieran a conocer este dulce?

La degustación es una forma mucho más eficiente y aceptada para que la gente conozca del producto y recibir una explicación corta de cómo es y los beneficios que contiene.



Es importante saber donde les gustaría comprar el dulce de fréjol y guayaba, para establecer los canales de venta en los supermercados y almacenes turísticos.



Se establece que las personas ecuatorianas podrían consumir el dulce de fréjol y guayaba en el desayuno y en la media tarde.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ese tipo de dulce, si es de tamaño pequeño, de colores llamativos de 250gr?

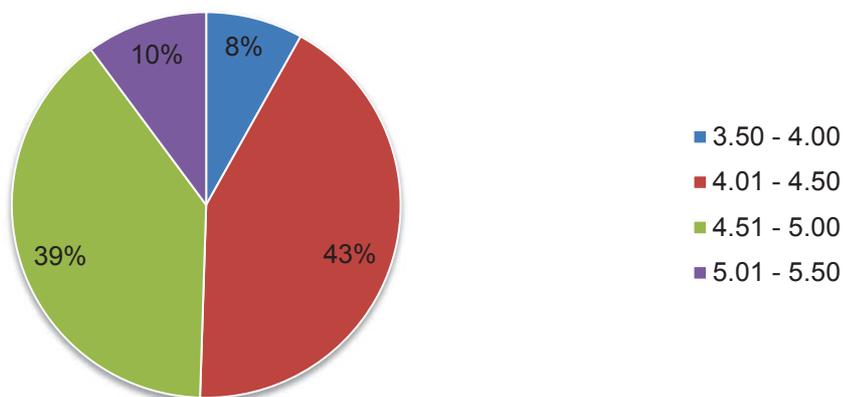


Figura 19. Pregunta 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ese tipo de dulce, si es de tamaño pequeño, de colores llamativo de 250gr?

El precio se puede establecer por el tamaño, los colores y la cantidad que es de 250 gr, que se puede decir un valor adecuado que puedan pagar.

¿Cuál sería el mejor empaque que le gustaría para el dulce?

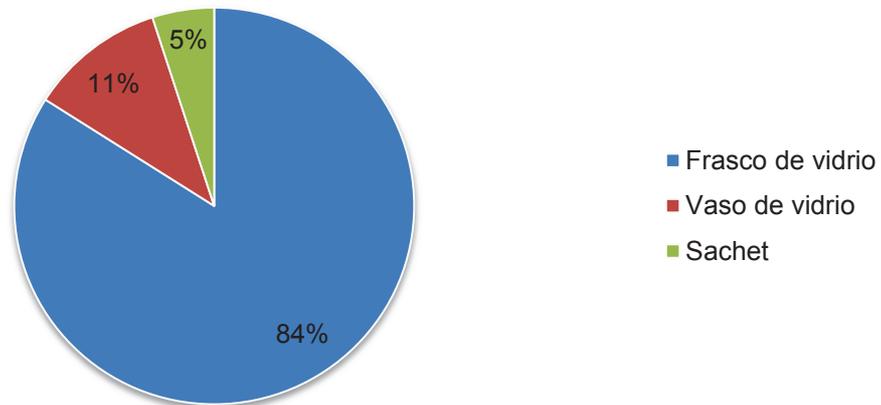


Figura 20. Pregunta 11. ¿Cuál sería el mejor empaque que le gustaría para el dulce?

La presentación que va a tener el dulce de fréjol y guayaba será en frasco de vidrio, envase que tuvo la mayor aceptación y que refleja una adecuada imagen para este producto.

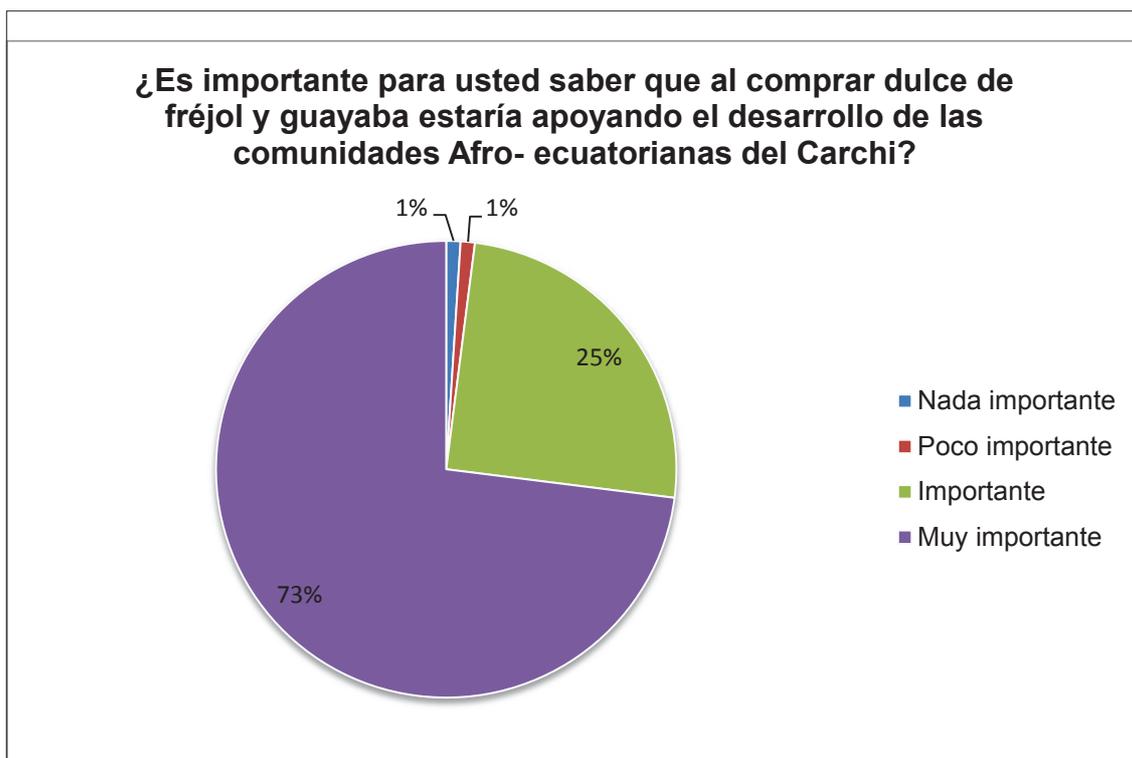


Figura 21. Pregunta 12. ¿Es importante para usted saber que al comprar dulce de fréjol y guayaba estaría apoyando el desarrollo de las comunidades Afro- ecuatorianas del Carchi?

Es muy importante que las personas sepan que al adquirir éste producto están apoyando a las mujeres afro descendientes de la Provincia del Carchi. Es un beneficio para que estas comunidades salgan adelante y puedan tener un ingreso económico adicional.

CAPÍTULO V

5 PLAN DE MARKETING

5.1 OBJETIVOS DE MARKETING

En este capítulo se tomara en cuenta los siguientes objetivos:

- Posicionarse en la mente del consumidor en base al atributo de la calidad del producto.
- Definir el segmento meta más adecuado
- Implementar una variedad de canales de distribución que permitan atender las necesidades del mercado meta.
- Mantener el constante desarrollo de estrategias para competir con el cambio de la sociedad.

5.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Para establecer una estrategia, se debe definir ésta como un conjunto de objetivos que se deben cumplir en una organización con los mercados, competidores y otros factores fundamentales que es importante tomar en cuenta. (Walker, Boyd, Mullins & Larréché, 2006, p.10)

Por el estudio de mercado que se realizó, se pudo observar que el segmento de más preponderante para el dulce de fréjol y guayaba son personas de mediana edad y mayores, nacionales y extranjeras, con gusto de productos exóticos; y, además, el conocer de dónde éste proviene, reconociendo a las mujeres afro descendientes que lo elaboran.

El lugar establecido para su venta sería en el centro norte de la ciudad de Quito, en supermercados, almacenes y cafeterías turísticas. El estatus económico se establece para personas de clase media y media alta.

Se implementará el marketing diferenciado para establecer promociones en los diferentes establecimientos donde será vendido.

A diferencia con los productos ya existentes en el mercado, es que el dulce de fréjol y guayaba no se conoce y es un sabor nuevo y diferente en el mercado; por lo tanto tendrá una muy buena acogida por los consumidores.

5.3 ESTRATEGÍA DE PRECIO

Se debe tomar en cuenta varios puntos para la fijación del precio del producto que son:

- Materia prima
- Mano de obra
- Productos competidores

En cuanto a la materia prima, el acceso a ésta es una ventaja para el dulce de fréjol y guayaba debido a que son productos sembrados y cosechados por miembros de la comunidad, en terrenos de su propiedad, por lo tanto no existe presión en los costos por parte de intermediarios.

La mano de obra son los propios miembros de la comunidad que producen y que trabajan bajo un esquema de auto abastecimiento y de agricultura de subsistencia, sin embargo, para efectos de análisis operativos y financieros conviene calcular el valor de esta mano de obra.

Otros puntos que también se toman en cuenta, es la presentación del producto y la venta de productos semejantes por los competidores, una ventaja que se toma en cuenta es que los competidores no conocen del producto y será más fácil ingresar al mercado para su venta.

Se tomará en cuenta la estrategia de fijación de precios de: **Penetración de mercado**, por ser un producto nuevo y no conocido, esto quiere decir colocar al dulce de fréjol y guayaba un precio bajo para atraer al consumidor durante un período adecuado de introducción.

En el capítulo de plan financiero se detallará todos los costos mencionado anteriormente.

5.4 ESTRATEGÍA DE DISTRIBUCIÓN

Por el estudio de mercado realizado, se establece la utilización de una estrategia de distribución mediante intermediarios - minoristas tales como:

Supermercados

- Hipermercados Coral
- Corporación La Favorita

Almacenes y cafeterías turísticos como:

- Café Libro
- Cafecito
- Café Noción
- Café de la Vaca
- Café Mosaico

5.5 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

La presentación del dulce de fréjol y guayaba será en un frasco de vidrio transparente de 250gr, con un logo colorido con el nombre de “La Estación” recordando el lugar donde tiene su origen La Estación Carchi.

El producto es amigable al tacto, al gusto, a la vista y al olfato.

- **Al Tacto.-** el frasco es cómodo y con una sensación confortable al tocarlo. El dulce tiene una textura grumosa y espesa.
- **Al Gusto.-** El sabor del fréjol no se distingue mucho debido a la mezcla de los ingredientes, se puede percibir la guayaba, las especias y un dulzor agradable.

- **A la Vista.-** Una tonalidad llamativa y diferente que nos lleva a pensar inmediatamente en un producto natural.
- **Al Olfato.-** Al principio se siente el olor a fruta fresca y después se puede percibir los demás ingredientes.

En relación a la gama de productos, se pretende en el futuro implementar una línea de productos sembrados y cosechados por las mujeres afro descendientes del Carchi y propios de la zona tales como: ovo, pimiento y camote.

5.6 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Determinación del mensaje:

Lo que se transmitirá al público con la publicidad en las redes sociales y en los diferentes medios de comunicación, es una breve reseña histórica de cómo viven los habitantes de “Estación Carchi”, el motivo de la venta de este dulce tan diferente y rico que solo se prepara en Semana Santa y que mantiene la tradición de la cultura afro descendiente.

En un inicio el proyecto puede ser un voluntariado de las mujeres y después se le puede reconocer como un logro adquirido por la comunidad.

Es importante que el público sepa de donde nace el dulce y porque lo hacen; pero sobretodo, que el consumidor sepa que su aporte mejora la calidad de vida de las personas que lo elaboran.

Mezcla comunicacional:

-Publicidad mediante Redes Sociales virtuales como *facebook*, *Linkedin*, *Twitter*, con una breve explicación de la situación actual de las productoras y del dulce.

Se tomará principalmente como página publicitaria el *Facebook*. Contará con una pequeña reseña de quien elabora el dulce y porque lo hace, también el logo y el nombre del producto, en donde será vendido el dulce y el precio.

La página web de *Facebook* es: <https://www.facebook.com/pages/Dulce-de-Fr%C3%A9jol-y-Guayaba/1567665883469656?sk=timeline>

ANEXO 10

-Mediante la participación en Ferias y eventos.

Las ferias y eventos serán un punto importante para la venta del dulce de fréjol y guayaba, mediante degustaciones y compras directas del producto.

La decoración del stand será con máscaras de barro negro que realizan las mujeres afro descendientes, fréjol en granos secos y guayaba en fruta colocados en tazones de barro y las muestras del producto con el logotipo y el nombre del mismo. Se puede presentar en ferias Navideñas, Damas Diplomáticas, productos artesanales, etc.

El tamaño del stand puede variar de acuerdo al tipo de Feria y al lugar dónde ésta se desarrolle. Puede tener un tamaño aproximado de 3 a 5 m², tomando en consideración el valor de cada uno

-Merchandising

Se debe tomar en cuenta el *Merchandising* ya que se enfoca en la rotación, presentación, ayuda a que los compradores vayan directo al producto, es decir es la organización que se le da al producto en el punto de venta. (Linares, 2009, p1)

Los lugares establecidos en el estudio mercado, donde se van a comercializar los productos, tienen reglas y normas que se debe seguir, además, el logo debe ser muy llamativo para los clientes. En los almacenes turísticos y cafeterías se puede establecer un lugar adecuado para el producto y que los clientes lo identifiquen plenamente.

-Facing

El dulce de fréjol y guayaba en un principio, tendrá un espacio reducido en las estanterías, debido a que los recursos monetarios de las mujeres es limitado; pero con la venta del dulce y el éxito en las ventas, poco a poco se podrá adquirir más espacio para colocar el producto.

-Degustación en delicatesen

Se realizó, para el estudio de mercado, una degustación en el Delicatesen Federer de la Av. Eloy Alfaro, el producto tuvo una buena acogida por su presentación y sabor. Con las tres degustaciones realizadas se pudo lograr que la gente poco a poco conozca el dulce y aprecie sus cualidades.

Posteriormente, se realizarán nuevas degustaciones en diferentes establecimientos como La Suiza, El Cordobés y El Artesano a fin de cubrir diferentes sectores de consumidores.

Marketing es lo más importante que se debe tomar en cuenta para realizar un proyecto, se establece las 4ps y nos ayuda a entender cada punto que se debe seguir.

CAPÍTULO VI

6 PLAN FINANCIERO

Es muy importante tomar en cuenta el plan financiero para establecer los precios, las ventas, la inversión necesaria para que el proyecto sea viable o no y las ganancias que se podrían tener en las ventas. Se presentará en este capítulo varios cuadros para reforzar todo el estudio mediante los cálculos y puntos mencionados anteriormente.

6.1 RECETA ESTANDAR

La receta estándar, es un documento que describe los pasos, cantidades, precios, foto de la preparación final y debe contener un procedimiento que las demás personas puedan entender sin ninguna dificultad.

Las mujeres Afro descendientes elaboran el dulce de fréjol y guayaba sin contar con una receta estandarizada, lo que ellas hacen de acuerdo a su experiencia es poner al ojo los productos, degustan el dulce para determinar la cantidad adecuada de azúcar, especias y el grado de acidez.

Dejar al grupo de mujeres una receta estándar determinará una mejor elaboración y un producto final de excelente calidad.

El dulce de fréjol y guayaba solo tiene una receta estándar que se presenta en el siguiente formato que es utilizado en la Facultad de Gastronomía en la Universidad de las Américas:

Tabla 5. Receta estándar



Nombre de la receta	Dulce de Fréjol y Guaya			
Genero	Postre			
Porciones/Peso porción	250 gr			
Fecha de elaboración	05/08/2014			
			Costo x	Costo Ind.
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Kilo	
1	K	Guayaba		1.07 \$
0.18	K	Fréjol		0.40 \$
0.075	K	Manteca vegetal		0.01 \$
2	Und	Panela		0.50 \$
0.03	K	Canela		0.50 \$
1	Und	Frascos de vidrio		0.35 \$
1	Und	Logo		0.10 \$
				\$
Fotografía	Procedimiento	Costo total: 2.93		
		<p>. Cocinar el fréjol con agua y ceniza del árbol de espinos, hasta que salga la piel, licuar y reservar.</p> <p>.Cocinar la guayaba en una olla solo la fruta hasta que la pulpa se deshaga, licuar y reservar.</p> <p>.Colocar en una olla colocar la guayaba y cocinar, después colocar el fréjol dejar cocinar a una temperatura de 180°C.</p>		

	<p>.Colocar la panela y las especias, al final se coloca la manteca vegetal para que le de brillo.</p> <p>.Mezclar constantemente para que no se asiente en el final de la olla.</p> <p>.El dulce está listo cuando este espeso y su contenido de humedad hayan desaparecido.</p>
--	---

Adaptado de la Universidad de Las Americas

6.2 TICKET PROMEDIO Y UTILIDAD

Es la facturación que se obtiene por la compra de un producto o un servicio. Para el dulce de fréjol y guayaba no existirá rotación de clientes, debido a que se venderá a almacenes turísticos y supermercados.

En el cuadro de ticket promedio y utilidad se puede observar el valor de la materia prima o el valor de producción del dulce de fréjol y guayaba, la cantidad total del valor de mano de obra explicado más adelante y los costos fijos y otros costos. Se obtiene un valor que es el costo total del producto pero debe contar también con el 12% del IVA y la utilidad para que las productoras tengan una ganancia por su trabajo. Será un precio de \$5.00 a la venta a los almacenes turísticos y supermercados.

TICKET PROMEDIO

Tabla 6. Ticket promedio

Producto	MP		CF		MO		COSTO TOTAL
Dulce de fréjol y guayaba	\$ 2.93	59%	\$ 0.16	3%	\$ 0.25	5%	\$ 3.34
	Costo Promedio MP	59%	Costo Promedio OC	3%	Costo Promedio MO	5%	

Tabla 7. Ticket Promedio

Utilidad Bruta con Impuestos	% Utilidad	Precio sin IVA	Precio \$ + IVA	Promedio x Sección	Dulce de fréjol y guayaba
\$ 1.66	33%	\$ 4.46	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00
Utilidad Promedio	33%				

Observar en el anexo financiero 1 cada proceso y porcentajes mano de obra, costo promedio de costos fijos y el costo promedio de mano de obra.

ANEXO FINANCIERO 1

6.3 ROTACIÓN Y VENTAS Y ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados demuestra las ventas, utilidad neta, ganancias o pérdidas a lo largo de un periodo determinado del proyecto o establecimiento. En cuanto al tiempo de los estados de resultados se crean durante un año, pero se puede modificar anualmente o trimestralmente.

Los beneficios son cuando los ingresos son mayores a los gastos, y las pérdidas se dan cuando los ingresos son menores a los gastos.

(Arthur, 2012, p.1)

Se debe tomar en cuenta el punto de equilibrio que se obtiene por el cálculo de los costos fijos y variables, es cuando las ventas cubren los costos, además se puede mostrar las pérdidas de la empresa.

Se puede calcular de dos formas, por unidades o por dinero.

(Didier, 2006, p.1)

El mes que más ventas se tendrá es en Abril, debido a que ese mes es Semana Santa y por tradición se realiza en esas fechas. Por vacación se podrá

vender igual una cantidad grande de dulce debido que podrán viajar y conocer la casa de la Fundación y comprar un frasco de dulce de fréjol y guayaba.

Para los estados de resultados el punto de equilibrio es la producción total de 1505 frascos, es el primer mes que no se gana ni se pierde en las ventas del dulce de fréjol y guayaba.

Las mujeres fabricarán 5000 frascos de 250 gr al mes, contando que la venta será por supermercados y almacenes turísticos.

Los cuadros de interés y de préstamos bancarios se encuentran vacíos ya que las mujeres afro descendientes realizarán su proyecto gracias a donaciones y no se verán en la necesidad de obtener un préstamo. Esto al menos hasta que el proyecto sea autosustentable.

Por el estudio de mercado realizado el dulce de fréjol y guayaba no tendrá una aceptación por parte de los compradores debido a que es un producto nuevo que recién está entrando al mercado.

En el último año se tendrá una ganancia del 100% debido al estudio realizado con los posibles compradores y se tendrá una gran acogida por los mismos. Cada año financiero equivale a los 12 meses del año, iniciando con el precio establecido de \$ 5.00, posteriormente se hará un incremento en el precio del segundo año con el PVP 3.70%, la inflación anual es de un 2.70% y el salario anual de 7.50% estos porcentajes varían dependiendo el año.

Para el tercer año el PVP incrementa un 4.70%, la inflación anual y el salario anual se mantiene todos los años.

En el cuarto año el PVP incrementó un 5.70% y en el último año se mantiene con el mismo porcentaje de PVP.

La materia prima se aumenta de \$ 2.93 que es el valor total para producir el dulce de fréjol y guayaba, en el segundo año se incrementará un 2.70%, se

mantendrá el mismo porcentaje en el tercer, cuarto y quinto año por igual, pero el precio de producción aumenta en \$0.33.

Para completar las ganancias y pérdidas de cada año puede verse en el anexo financiero 2 que se encuentra al final del capítulo.

ANEXO FINANCIERO 2

6.4 NOMINA SALARIAL O (MO)

Se puede decir que la mano de obra es el trabajo que realizan las personas en cualquier establecimiento o empresa. Es el costo del trabajo de las personas.

Para la elaboración de los cuadros de mano de obra se tomó en cuenta el salario mínimo vital en el Ecuador que es al momento de \$354 dólares.

Los sueldos de las tres personas encargadas del proyecto serán: la Asesora Lcda. Paulina Moscoso tendrá un sueldo de \$400 dólares con todos los beneficios de ley, Doña Dalia Carcelén que es la coordinadora recibirá el sueldo mínimo de USD. 354,00 hasta que el proyecto genere ganancias con la venta del dulce de fréjol y guayaba; y, la ayudante de cocina recibirá la mitad del sueldo mínimo, debido que trabajará medio tiempo más beneficios de Ley.

La Fundación Frank Seelig tendrá una ganancia del 3% de la utilidad generada mensualmente.

Se deberá pagar en sueldo bruto a las tres personas que estarán en la producción del dulce de fréjol y guayaba un valor de \$1,273.82. Para esto se debe adicionar los aportes al IESS, prevención mensual.

Tabla 8. Nomina Salarial

NOMBRE	SUELDO BRUTO	SUELDO NETO
Lcda. Paulina Moscoso	\$400.00	\$526.93
Doña Dalia Carcelén	\$354.00	\$469.59
Ayudante de cocina	\$177.00	\$248.96

Se puede ver en el anexo financiero 3 la tabla completa de mano de obra con todos los valores adicionales que se toman en cuenta.

ANEXO FINANCIERO 3

6.5 COSTOS FIJOS Y OTROS COSTOS

Los costos se pueden dividir en fijos, variables y mixtos. Se debe tomar en cuenta los costos fijos por ser los valores que no se modifican durante la producción constante, pueden variar por un tiempo indeterminado.

Los otros costos son valores adicionales que se pueden tener en la empresa o en el establecimiento, se ingresarán al gasto por una sola vez los equipos o instrumentos que tienen una vida útil mucho más larga que los demás objetos o pagos que se deben realizar. Habrá que tomar en cuenta lo que estable la ley para depreciación de equipos a largo plazo.

Los costos variables son los valores que se pueden modificar como la materia prima, mano de obra, entre otros.

Los costos mixtos son los que tienen una parte fija y otra variable.

(Thompson & Antezana, 2008, p.1)

Para obtener los costos fijos y otros costos se realizó un cuadro que se divide en:

- Servicios básicos son costos que dependerán del uso de los mismos, pero para determinar los costos se utilizará siempre será la misma cantidad a efectos de cálculo.

Para el proyecto del dulce de fréjol y guayaba solo se utilizará los servicios básicos indispensables que son: el agua, la luz y el gas industrial para la cocina; para la comunicación con las personas de la comunidad se adquirirá un celular que estará encargada la Doña Dalia Carcelén, exclusivo para la venta del dulce de fréjol y guayaba.

- Servicios complementarios son los que se necesitan adicionalmente para evitar cualquier invasión de insectos o plagas que perjudiquen la materia prima y el producto final.
- Mantenimiento de Equipos y materiales es el servicio que se le debe dar a la maquinaria para que esté en buen estado, además, incluye el cambio de cualquier pieza que se haya dañado o perdido, se debe hacer una revisión anual como mantenimiento preventivo para evitar pérdidas y daño de los equipos.
- Otros costos.- No se genera un costo por alquiler de la casa donde se elaborará el dulce de fréjol y guayaba, debido a que ésta fue gentilmente donada por el Dr. Jaime Vergara. Respecto a la movilización del producto, se hará a futuro la compra de una camioneta tipo Fiorino con Cajón cerrado para transportar el producto, éste vehículo deberá monitorear el gasto de combustible por semana y será determinado por el número de viajes a realizar. Se debe tomar en cuenta que para adquirir cualquier insumo las distancias son largas. Los costos serán determinados dependiendo de los pedidos realizados por los almacenes o supermercados en los que se venderá el dulce de fréjol y guayaba.

Los productos de limpieza tienen un alto costo, debido a esto, se realizarán compras cada mes considerando las distancias y deberán mantener suficiente producto en stock. Es importante mantener limpia la cocina y el lugar de trabajo para evitar contaminación o malos olores. Los costos establecidos en la tabla son de un mes y depende al uso y producción del dulce de fréjol y guayaba.

Tabla 9. Otros costos y costos

OTROS COSTOS - COSTOS FIJOS		
Servicios Básicos		OBSERVACIONES
	\$	
Agua	80.00	Consumo Básico
	\$	
Luz	30.00	Consumo Básico
	\$	
Teléfonos & Celulares	50.00	Línea Fija + Plan de 2 Celulares
	\$	
Gas	250.00	Bonbonas de Gas sin Subsidio Gubernamental
Servicios Complementarios		
	\$	
Control de Plagas	50.00	Mantenimiento y Control / fumigación de terrenos
	\$	
Costos Bancarios	20.00	Retiros, Transferencias, Chequeras, Certificaciones, etc.
	\$	
Tramites Varios	20.00	Peajes, Parqueaderos, Propinas, etc.
Equipos & Materiales		
	\$	
Mantenimiento	25.00	Mantenimiento Equipo Pesado
	\$	
Reposición	20.00	Menaje de Servicio y de Cocina
	\$	
Material de		Papel, tinta, esferos, rollo impresora, etc.

Oficina	20.00	
Otros Costos		
Casa de la fundación	\$ -	Donada por el Dr. Jaime Vergara
Gasolina	\$ 150.00	Movilidad del negocio o del Administrador
Materiales de Limpieza	\$ 80.00	Materiales de limpieza
Otros Costos COSTOS FIJOS	\$ 795.00	<i>Todos los costos que no dependen del giro específico del negocio Independientemente de si se generan mes a mes</i>

6.6 INVERSIÓN INICIAL

Con la inversión inicial se puede dividir el capital para que la empresa o un proyecto empiece a funcionar y después con el desarrollo de las actividades o el funcionamiento del proyecto o empresa se obtenga una rentabilidad para recuperar poco a poco esa inversión principal.

(CEEIM, (s/f), p1)

Los bienes de la inversión se dividen en:

- Bienes tangibles son los equipos, utensilios, el establecimiento, transporte, todo lo que se puede comprar y sea necesario para el funcionamiento de la empresa o negocio.

En los cuadros que se presentan a continuación se detallan los equipos utensilios, equipo de oficina y uniformes que se necesitan para la elaboración del dulce. Hay objetos que no tienen valor debido a que serán donados.

EQUIPOS DE COCINA

Tabla 10. Inversión inicial / Equipo de cocina

Equipo	Destinatario	Cantidad	Precio x Und	Sub Total
Cocina	Producción	1	\$ 2,412.00	\$ 2,412.00
Refrigerador	Producción	1	\$ 849.01	\$ 849.01
Licuada	Producción	1	\$ 481.25	\$ 481.25
Mesada	Producción	1	\$ 346.00	\$ 346.00
TOTAL EQUIPO PESADO COCINA				\$ 4,088.26

UTENSILIOS DE COCINA

La paila de bronce ha sido donada por la Dr. Graciela Guerra, y se utilizará siempre en la elaboración del dulce.

Tabla 11. Inversión inicial / Utensilios de cocina

Equipo	Destinatario	Cantidad		
Cernidor Chino	Producción	3	\$ 18.88	\$ 56.64
Tablas	Producción	4	\$ 13.43	\$ 53.72
Cuchillos	Producción	2	\$ 7.60	\$ 15.20
Espátula de	Producción	3	\$	\$

goma			3.83	11.49
Ollas	Producción	2	\$ 142.82	\$ 285.64
Cucharas de palo	Producción	4	\$ 0.83	\$ 3.32
Pailas de Bronce	Producción	1	\$ -	\$ -
TOTAL MENAJE COCINA				\$ 426.01

UNIFORMES Y ACCESORIOS

A cada una de las dos personas encargadas de la elaboración del dulce, se les entregará dos uniformes con delantal y un gorro de tela, dos gorros desechables y dos pares de guantes de látex cada día, para evitar contaminación cruzada.

Tabla 12. Inversión Inicial / Uniformes y accesorios

Equipo	Destinatario	Cantidad		
Uniforme Cocina 1	Coordinadora	2	\$ 54.70	\$ 109.40
Uniforme Cocina 2	Ayudante	2	\$ 54.70	\$ 109.40
Guantes de látex	Trabajadores	5	\$ 1.10	\$ 5.50
Gorros desechables	Trabajadores	3	\$ 2.50	\$ 7.50
TOTAL UNIFORMES				\$ 231.80

EQUIPO DE OFICINA Y ADMINISTRACIÓN

Tabla 13. Inversión Inicial / Equipos de oficina y administración

Equipo	Destinatario	Cantidad		
Escritorio	Administración	1	\$ 80.65	\$ 80.65
Computadora	Administración	1	\$ 524.11	\$ 524.11
Impresora	Administración	1	\$ 53.57	\$ 53.57
TOTAL EQUIPO OFICINA				\$ 658.33

Se colocará una oficina en la casa de la fundación que estará a cargo la Lcda. Paulina Moscoso, quien es la asesora del proyecto y ayudará con el registro de las ventas y un inventario de cada instrumento, materia prima y equipos se tiene en la casa de la fundación. Con una secuencia mensual.

El cálculo total de cuánto se necesita para la inversión inicial se presenta en el siguiente cuadro con la amortización de los equipos, se le adiciona también varios valores que son los de mano de obra, materia prima y los costos fijos explicados anteriormente.

No existirá un préstamo al banco debido que la fundación se basa solo en donaciones de personas o empresas y el valor total de éste proyecto será presentado a dos empresas que son: Geoint cia Ltda y Café Galletti que están interesadas en impulsar la elaboración y venta del dulce de fréjol y guayaba.

El transporte será un Fiat Fiorino gris adquirido a futuro, mediante donaciones de personas que estarán interesados de este proyecto como las Damas Diplomáticas que ayudarán con una pequeña parte del pago, esto permitirá movilizar el dulce de fréjol y guayaba sin inconvenientes, se bajen los costos y se pueda comercializar rápidamente.

RESULTADO DE INVERSIÓN INICIAL

El resultado se obtiene por la suma de los bienes tangibles mencionados anteriormente y los cuadros presentados.

Tabla 14. Resultado de inversión inicial

TOTAL INVERSION INICIAL	\$5,405.00	El valor a pagar se realizará mediante donaciones de empresas, cuando el proyecto esté terminado.
Amortización de Equipos	\$ 90.08	60 Meses promedio de duración equipos

Los posibles meses en contra son los tres primeros, se debe tomar en cuenta el valor total para recuperar después con la venta del dulce de fréjol y guayaba. Los valores que se presentan en el cuadro de materia prima, mano de obra y otros costos son del primer mes de trabajo.

TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 5,405.00
TOTAL Capital de Trabajo MP	\$ 1,281.88
TOTAL Capital de Trabajo MO	\$ 1,273.82
TOTAL Capital de Trabajo OC	\$ 795.00
Posibles Meses en Contra	\$ 10,052.10
Otras Inversiones / Transporte Fiorino Fiat	\$ 20,990.00

VER ANEXO FINANCIERO 4

- Los bienes intangibles son los servicios, los gastos, las facturas, etc. Que se debe pagar constantemente, dependiendo si éstos son servicios proporcionados por otras empresas y que se constituyen en costos fijos.
- Fondo de mano de obra es la cantidad de dinero que se le va a pagar a los trabajadores. Se debe analizar los beneficios que se obtiene a nivel

tributario considerando que el dulce de fréjol y guayaba es un producto artesanal. Se representa el cuadro de nomina salarial o mano de obra.

Para una empresa o un establecimiento, para un proyecto, el análisis financiero y la parte contable son indispensables debido a que con eso se puede analizar y verificar si está funcionando correctamente o tiene pérdidas.

La inversión inicial del proyecto se va a recuperar en la venta del dulce de fréjol y guayaba en el año 2.

Al principio el dulce de fréjol y guayaba no tendrá una gran acogida por ser nuevo en el mercado, pero por los cálculos realizados en los cuadros de estados de resultados el proyecto es rentable.

CAPÍTULO VI

7 COCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

Debido a que este proyecto es rentable por los estudios realizados, se podrá en un futuro realizar otros productos con las mujeres Afro descendientes o a la vez exportarlo.

Este proyecto más que una tesis, ha sido un trabajo de conocer, aprender, compartir y apoyar a las mujeres afro descendientes de Estación Carchi en la Provincia del Carchi.

Para mí ha sido una escuela el poder conocer su pueblo, sus actividades como la elaboración del Dulce de Fréjol y Guayaba, y, sobretodo su alegría a pesar de sus múltiples necesidades.

Este legado y su aplicación permiten que las mujeres puedan mantener sus tradiciones pero al mismo tiempo, elaborar el dulce de una manera artesanal con una receta estándar y basada en procedimientos que favorecen su elaboración, sin desperdicio y su buena comercialización.

Este proyecto fomenta el trabajo en equipo, estable responsabilidades y al final se obtienen beneficios para cada una de las mujeres, su familia y su comunidad.

La Fundación Frank Seelig está encargada de poner en práctica los estándares de calidad y fabricación a fin de que las empresas interesadas en la ejecución de este proyecto puedan aportar para dar el primer impulso en la producción y venta.

7.2 RECOMENDACIONES

Es importante saber que todos los que nos encontramos de una u otra manera vinculados con la implementación de éste trabajo, podamos replicar la necesidad de que al adquirir el Dulce de Fréjol y Guayaba estamos aportando con un granito de arena al desarrollo y bienestar de las mujeres afro descendientes de ésta comunidad.

El dulce a más de ser muy agradable al gusto es un producto natural, saludable y lleno de proteínas, vitaminas y energía.

Es un producto recomendable para todas las edades.

REFERENCIAS

- ARCOSA. (2014). *Registro Sanitario*. Quito, Ecuador: Gobierno Nacional de la Republica del Ecuador: Obtenido de ARCOSA
- Arthur, K. (2012). *Estado de resultados*. Recuperdo el 23 de Enero del 2014, de <http://www.crecenegocios.com/el-estado-de-resultados/>
- Avilés Pino, E. (2012). *Enciclopedia del Ecuador*. Quito, Ecuador: (s/e)
- Ayala Mora, E. (2007). *II Manual de Historia del Ecuador*. Quito, Ecuador: Corporación Editorial Nacional.
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Datos de Exportación e Importaciones*. Quito, Ecuador: Recuperado el 15 de Noviembre de 2014, de http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp
- Boyd, H, Walker, O, Mullins, J & Larréché, J. (2006). *Estrategia de Marketing*. México D.F, México: Mc Graw Hill
- CENTRO EUROPEO DE EMPRESAS E INNOVACIÓN DE MURCIA (s/f). *Plan Económico Financiero*. Murcia, España: Ruperado el 26 de Noviembre del 2014, de http://www.ceeim.es/plan_9_1.asp?area=&ta=&pub
- Codex. (2009). *Norma del Codex para las Confituras, Jaleas y Mermeladas (CODEX STAN 296-2009)*.
- CYTED. (2011). *Caracterización del sector Artesanal Latinoamericano*. Barranquilla, Colombia: Editorial ISBN.
- Didier, J. (2006). *Punto de equilibrio*. Asesoría y Consultoría para PYMES: recuperdo el 23 de Septiembre del 2014, de <http://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>
- Folleco, A. (2009). *La Historia del Pueblo Negro en la Concepción*. Ibarra, Ecuador: Editorial Creadores Gráficos.
- Fundación Frank Seelig. (s/f). *Proyectos, antecedentes, misión y visión*. Quito, Ecuador: Recuperado el 8 de Agosto del 2014, de <http://www.fundacionfrankseelig.org/>
- Grupo Latino Editores. (2007). *Manual del Ingeniero de Alimentos*. Colombia: Editorial Felipe Durán Ramírez. Recuperado el 21 de Diciembre del

- 2014, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- IEPI. (2014). *Propiedad intelectual*. Quito, Ecuador: Gobierno Nacional de la Republica del Ecuador: Recuperado el 7 de Agosto del 2014 de IEPI.
- ILO. (2010). *El desarrollo de las cadenas de valor agrícola: ¿amenaza u oportunidad para el empleo femenino?* Recuperado el 2 de Octubre del 2014, de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_emp/documents/publication/wcms_176253.pdf
- INEC. (2010). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico*. Quito, Ecuador: Gobierno Nacional de La Republica del Ecuador. Recuperado el 15 de Agosto del 2014, de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>
- INEC. (2010). *FASCÍCULO PROVINCIAL PICHINCHA*. Quito, Ecuador: Gobierno Nacional de la Republica del Ecuador. INEC:
- INEC. (2012). *FRÉJOL TIERNO: SUPERFICIE, PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO A NIVEL PROVINCIA*. Quito, Ecuador: Gobierno Nacional de la Republica del Ecuador: MAGAP
- INEC. (2012). *GUAYABA: SUPERFICIE, PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO A NIVEL PROVINCIAL*. Quito, Ecuador: Gobierno Nacional de la Republica del Ecuador: MAGAP
- Ley de Fomento Artesanal. (2013). *Beneficios vigentes Ley de Fomento Artesanal*. Quito, Ecuador: Ministerio de Industrias y Productividad.
- Linares, L. (2009). *Definición de Merchandising*. Lima, Perú: Recuperado el 22 de Diciembre del 2014, de <http://www.marketeando.com/2009/10/definicion-merchandising.html>
- MAGAP. (2014). *Redes Comerciales*. Quito, Ecuador: Gobierno Nacional de la Republica del Ecuador: Recuperado el 15 de Noviembre del 2014, de <http://www.agricultura.gob.ec/redes-comerciales/>
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercado*. (5ta ed.) Naucalpan de Juárez, México: Editorial Pearson Educación

- Merchán, N. (2013). *Agricultura Sostenible*. Cuenca, Ecuador: El Mercurio.
- Ministerio de Salud Pública. (2014). *Sistema de Etiquetado para alimentos procesados*. Quito, Ecuador: Recuperado el 10 de Diciembre del 2014, de <http://www.salud.gob.ec/sistema-de-etiquetado-de-alimentos-procesados/>
- Moscoso, P. (2014). *Proyecto de turismo comunitario para el mejoramiento socio económico de los habitantes de las comunidades de Estación Carchi, Sata Ana y la Concepción, Parroquia la Concepción del Cantón Mira, Provincia del Carchi*. Quito, Ecuador: Trabajo Social.
- Pabón, I. (2007). *Identidad Afro Procesos de Construcción en las comunidades negras de la Cuenca Chota- Mira*. Quito, Ecuador: Editorial Abya Yala.
- Pamplona, J. (2003). *El poder medicinal de los alimentos*. Argentina: Editorial Safeliz, S.L.
- Peláez, A., Rodríguez, J., Ramírez, S., Pérez, L., Vásquez, A., González, L. (s/f). *La Entrevista*. Recuperado el 5 de Enero del 2015, de: https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Entrevista.pdf
- Registro Oficial 984. (1988). *REGLAMENTO DE ALIMENTOS- Decreto Ejecutivo, N° 4114*. Quito, Ecuador: Recuperado el 3 de Agosto del 2014, del Ministerio de Salud Pública: http://instituciones.msp.gob.ec/dps/santo_domingo/images/stories/reglamento_de_alimentos.pdf
- Thompson, M & Antezana, J. (2008). *Costos Fijos*. Recuperado el 10 de enero del 2015, de: <http://www.promonegocios.net/costos/costos-fijos.html>
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2009). *Producción Artesanal*. México D.F, México: Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado el 30 de Noviembre del 2014, de Facultad de Ingeniería: http://www.ingenieria.unam.mx/industriales/historia/carrera_historia_prod_artesanal.pdf
- Vicariato Apostólico de Esmeraldas y IFA. (2009). *Enciclopedia del saber Afro ecuatoriano*. (1ra ed.) Quito, Ecuador: Graficas Iberia.

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO 1

NORMAS VIGENTES DEL ECUADOR

“Art. 1.- Las disposiciones del presente Reglamento, rigen para todo el territorio nacional, en lo concerniente a:

a) Producción, fabricación, almacenamiento, transporte y/o comercialización de alimentos y materias primas para el consumo humano; y

b) Control e inspección que ejercen las autoridades sanitarias, en el área de alimentos.

Art. 3.- Alimento natural, es aquel que se utiliza como se presenta en la naturaleza sin haber sufrido transformación en sus caracteres o en su composición, salvo las prescritas por la higiene, o las necesarias para la separación de partes no comestibles.

Art. 4.- Alimento procesado, es toda materia alimenticia, natural o artificial, que ha sido sometida a las operaciones tecnológicas necesarias que la transforma, modifica y conserva para el consumo humano, que es puesto a la venta en envases rotulados bajo marca de fábrica determinada.

El término alimento procesado se aplica por extensión a bebidas alcohólicas, no alcohólicas, condimentos y especias que se elaboren o envasen bajo nombre genérico o específico y a los aditivos alimentarios.

Art. 15.- Aditivos alimentarios, son sustancias o mezclas de sustancias de origen natural o artificial, de uso permitido que se agregan a los alimentos modificando directa o indirectamente sus características físicas, químicas y/o biológicas con el fin de preservarlos, estabilizarlos o mejorar sus características organolépticas sin alterar su naturaleza y valor nutritivos.

Art. 16.- Materia prima, sustancia natural o artificial procesada o no; apta para el consumo humano, empleada en la elaboración de un alimento”.

ANEXO 2

COTIZACIÓN DE UTENSILIOS DE COCINA Y ACCESORIOS

INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.

ALMACENES MONTERO
RUC: 1792144566001
SUCURSAL: ESTADIO TIF. 02-3332404

Fecha: 8 de enero de 2015 4:48 p.m.

Documento N°: 006999000000745

Cliente: DE VEINTIMILLA GUERINI MARINELLA GIOVANNA

Teléfono: 3818130

R.U.C./C.I.: 1713234225

Dirección: GONZALEZ SUAREZ 822

Vendedor: NOGUERA FERNANDA

COTIZACIÓN

COD. PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	DESC.	RECARGO	TOTAL
GAS0703010002154	TRAMO MASTE CUCHILLO CHEF CEBOLLERO PROFESIONAL NSF 8	2	7.60	0.00	0.00	15.21
GAS0307080007783	WIKIN BHALA COLADOR CHINO FINO 20.3CM 8 PULG	6	18.88	0.00	0.00	113.27
BEL0604060002662	MONTE GUANTE LATEX LARCH 10 UNI	5	1.10	0.17	0.00	5.34
GAS0307090004716	CA.BE COLADOR DE ACERO INOXIDABLE 28cm.	3	6.33	0.00	0.00	18.99
GAS1001010000177	WIKIN OLLA DE 20LT EN ACERO INOX. DIA32CM X ALT26CM TRIF	2	142.81	0.00	0.00	285.63
GAS0701040004148	KOMAX TABLA PARA PICAR DOS LADOS MEDIANA 36x24x1.2cm.	6	13.43	0.00	0.00	80.57
GAS1203070002451	GENER ESPATULA DE SILICON AMA -NJ-RJ	3	3.83	0.00	0.00	11.48

TIEMPO DE VALIDEZ: 8 días

DOCUMENTO SIN VALOR TRIBUTARIO

FORMA DE PAGO: Efectivo o Cheque a nombre de INSUPROF CIA. LTDA.

Este documento es solo un listado de precios, no garantiza la disponibilidad de stock.

SUBTOTAL: 530.47

DESCUENTO: 0.00

RECARGO: 0.00

I.V.A 12%: 63.66

TOTAL: 594.12

COTIZACIÓN DE TABLAS Y LICUADORA

INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.
ALMACENES MONTERO
RUC: 1792144566001
SUCURSAL: ESTADIO Tlf. 02-3332404

Fecha: 12 de enero de 2015 5:37 p.m.

Documento N°: 006999000000767

Cliente: CONSUMIDOR FINAL

Teléfono: 0

R.U.C./C.I.: 9999999999999

Dirección:

Vendedor:

COTIZACIÓN

COD. PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	DESC.	RECARGO	TOTAL
GAS0901010004995	MONTE ME.SI LICUADORA INDUSTRIAL 4L COD.199826-.5CV- 35	1	481.25	0.00	0.00	481.25
GAS0502030002655	MONTE GORROS DESECHABLES PARA LA PREPARACION DE ALIM	3	2.50	0.00	0.00	7.50

TIEMPO DE VALIDEZ: 8 días

DOCUMENTO SIN VALOR TRIBUTARIO

FORMA DE PAGO: Efectivo o Cheque a nombre de INSUPROF CIA. LTDA.

Este documento es solo un listado de precios, no garantiza la disponibilidad de stock.

SUBTOTAL: 488.75
DESCUENTO: 0.00
RECARGO: 0.00
I.V.A 12%: 58.65
TOTAL: 547.40

ANEXOS 3 COTIZACIÓN DE EQUIPO PESADOS



Comercial de Equipamiento Hotelero S.A.

COTIZACION : 00018812
 SR.(ES): DE VEINTIMILLA MARINELLA
 ATT.:

Quito, / /

TELEFONO: 3818130 09960106713
 CIUDAD: QUITO

ESTA OFERTA TIENE VALIDEZ DE 30 DIAS CONTADOS A PARTIR DE ESTA FECHA

ITEM	CANT.	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	1	COCINA INDUSTRIAL 0010280004 Marca CODEHOTEL Mod. C4Q1P1H Cocina industrial de 4 quemadores de 30.000 BTU/H, 1 plancha freidora en hierro de 18 mm de espesor y 1 horno con termostato. Parrillas en hierro fundido de 40 x 40 cm. Construcción en acero inoxidable Incluye regulador de presión de gas. Funcionamiento a gas. Fabricación nacional. Dimensiones: 1390 mm de largo 930 mm de ancho 850 mm de alto	2,412.00	2,412.00
2	1	MESA DE TRABAJO 0010270001 Marca CODEHOTEL Mod. MT Mesa de trabajo, meson en acero inoxidable de 1 mm de espesor. Patas en acero inoxidable con regatones de altura regulable. Fabricación nacional. Dimensiones: 660 mm de largo 760 mm de ancho 850 mm de alto	346.00	346.00
3	1	TABLA PARA PICAR 1610080450 Marca ALEGACY Mod. PER1218	27.00	27.00
4	1	TABLA PARA PICAR 1610080451 Marca ALEGACY Mod. PER1520	36.00	36.00
5	1	TABLA PARA PICAR 1610080452 Marca ALEGACY Mod. PER1824	54.00	54.00
FORMA DE PAGO: 70% AL PEDIDO Y 30% CONTRA ENTREGA			SUBTOTAL US\$:	2,875.00
TIEMPO DE ENTREGA: 15 DIAS			12% I.V.A.:	345.00
GARANTIA: Un año por defectos de fabricación			TOTAL US\$:	3,220.00

CODEHOTEL S.A.

FREDDY REINOSO

Página: 1

ANEXO 4

COTIZACIÓN DE FRASCOS DE VIDRIO

Estimada Marinella:

Buenas tardes, muchas gracias por contactarnos, le remito cotización:

Código 10001047 envase 250 ML. S-JAR ROUND (CAJA X 24 UNIDADES.) con sus tapas TAPA TWIST-OFF 58 CON BOTON DORADA (FUNDA X 24 UNIDADES.), tiene un valor por caja de \$8.52 (incluido IVA)

Código 10000991 envase 250 ML. S-JAR ROUND ENVASE ALIMENTO (CAJA X 24 UNIDADES.) con sus tapas TAPA TWIST-OFF 63 BOTON DORADA (FUNDA X 24 UNIDADES.), Tiene un valor por caja de \$9.69 incluido IVA.

Si se encuentra en la ciudad de Quito, usted puede visitarnos Av. Eloy Alfaro calle de los aceitunos N68- DE 56 y Calle E7 sector Carcelén Industrial, y llevar la cantidad que desee, para provincia se lo realiza a partir de 4-5 cajas.

Cualquier consulta o inquietud, no dude en hacernos conocerla.

Saludos Cordiales,

BELEN VILLACRES

ICC- DISTRIBUIDORA CASTRO

2474665- 2805080

ANEXO 5

COTIZACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA Y ADMINISTRACIÓN

Reporte

Page 1 of 1

CORPORACION FAVORITA C.A. - 711 6 DE DICIEMBRE

Ruc: 1790016919001

COTIZACIÓN (Válida por 6 días)

No. de pedido: 7113915271254

Datos del cliente:

Documento: CI: 1703981512

Nombre: GUERINI MARIA

Teléfono: TD: SN - TT: SN - TC: SN

Email:

Lugar y fecha: QUITO, 2015-01-27

Elaborado en: 711 - 6 DE DICIEMBRE

Teléfono local: 2462705

Administrador local: ALEJANDRO IBARRA - SUSANA CEVALLOS - LUIS TORO G

Datos del contacto:

SIN CONTACTO

Detalle del pedido (I: valor aplicado el IVA)

No	Código barras	Artículo	Cant.	Peso KG.	V.unit.	V.unit.IVA	Tot. bruto Inc. IVA	Tot. neto Inc. IVA
1	7807311616387	REFRIGERADORA BLC 401 LITROS, 401 LITROS, 1	1		709.82	795.00	795.00 I	795.00
2	7861041132968	VITRINAS DE VIDRIO VERTICAL VFV-400, 0, 1	1		758.04	849.01	849.01 I	849.01
3	7862113772204	ESCRITORIO ECONOCMICO 15MM, 15mm, 1	1		72.01	80.65	80.65 I	80.65
							TOTAL A PAGAR:	1,724.66

(-) El descuento se aplica sobre el precio del artículo sin IVA

RESUMEN TRIBUTARIO

SUBTOTAL BRUTO SIN IVA: 1,539.87
 (-)DESCUENTO: 0.00

SUBTOTAL NETO: 1,539.87

TARIFA 0%: 0.00

TARIFA 12%: 1,539.87

12% IVA: 184.79

COSTO FLETE: 0.00

TOTAL: 1,724.66

NOTAS:

- 1.- Los artículos que estan marcados con un (*) no tienen suficiente stock.
- 2.- Le recordamos que el archivo del beneficiario debe tener la siguiente información: Cédula, nombre, teléfono, local o dirección de domicilio, fecha de entrega.

OBSERVACIONES:

- 1.- Para obtener el precio de afiliado, debe presentar la tarjeta de afiliación (aplican restricciones).
- 2.- Los precios anotados son de afiliado No afiliado
- 3.- El pago podrá ser: efectivo, tarjeta de crédito, cheque, etc.
- 4.- Para el pago con cheque presentar la tarjeta de afiliación que deberá ser del titular de la cuenta corriente y el cheque a nombre de Supermaxi, Megamaxi o Corporación Favorita C.A. (aplican restricciones).
- 5.- En caso de efectuarse retención a la fuente deberá registrarse a nombre de Corporación Favorita C.A.
- 6.- Si se va a requerir la factura debe canjearse la nota de venta, acercándose a servicios al cliente y presentar el RUC y la razón social.
- 7.- La confirmación del cliente para surtir esta proforma, debe ser con un mínimo de 72 horas de anticipación.
- 8.- Al confirmar debe ser cancelado el valor total de la proforma.
- 9.- La mercadería está sujeta a disponibilidad.
- 10.- Al confirmar el valor total de la proforma puede variar debido a un posible costo de flete si existen entregas a domicilio.
- 11.- Al confirmar el valor total de la proforma puede variar si existen artículos de peso variable ya que estos se reservan con el peso medio y en el momento de ser pesados puede variar el costo.
- 12.- Los precios serán ajustados a favor del cliente.
- 13.- Los valores autorizados para los artículos que aplican a diferidos son:
- 14.- Por la restricción de la ley, ESTÁ PROHIBIDA LA VENTA Y ENTREGA DE LICORES LOS DÍAS DOMINGOS

Firma y sello: _____

Elaborado por: MERCANCIAS GENERALES AV. 6 DE DIC

COTIZACIÓN DE ACCESORIOS DE OFICINA



Lo mejor en papelería y tecnología

Av. Colón E4-81 y 9 de Octubre / P.O. Box 17-01-1313
 Telf.: +593 2 3997 500 • Fax: +593 2 2521667
 www.superpaco.com
 QUITO - ECUADOR

Razon Social : PA.CO Comercial e Industrial S.A.
 Direccion : AV. COLON E4-81 Y AV. 9 DE OCTUBRE
 Almacen : PA-CO QUICENTRO NORT
 Direccion : AV. NN.UU Y 6 DE DICIEMBRE C.D. QUICENTRO PB-005
 Telefonos : 2245868 0
 QUITO

PROFORMA: 007-002-000024965
 RUC : 1790040275001
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resol.: 5368 del 07/04/1995
 Fecha : 20 DE FEBRO DEL 2015
 Fecha Entrega: DE MES: DEL
 Emision Sist.: 15/01/20 1A:47:33
 No. Control : 19-PR-00024965
 Cliente : 9999 MARTNELLA
 Direccion : 99999999
 Telefono : 3818130 Ciudad :
 RUC/Dedula : 1713234225

Página: 1 de 1

Pedido: (19-PR-0000000) Vendedor: 999-GENERAL Usuario: mftorres Autoriza: pfabara

SC.COD. BARRAS	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	CANTIDAD	UNIT	T. PRECIO	UNITARIO	PRECIO TOTAL
1 0888182115015	COMPUTADOR TODO EN 1 18-4021LA CELERON J COMPAD 1800 2.41GHZ 4GB 500GB 18.5PLG		1.00	UN	2	524.11000	524.1
2 4960999975658	IMPRESORA M52410 MULTIFUNCION INKJET	CANON	1.00	UN	2	53.57000	53.5

RESOLUCION 4800X600 VELOCIDAD 8PPM NEGRO 4PPM COLOR BANDEJA ENTRADA PARA 60 HOJAS LITTI 17A CARTUCHO PG-145 NEGRO Y C1-146 CYAN OR
 *PAGO EN EFECTIVO O CHEQUE

- ADQUIRIENTE -

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de PA.CO Comercial e Industrial S.A.
 En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias oficiales que afecten
 al costo de la mercadería, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su consentimiento.
 VALIDEZ OFERTA: 8 DIAS

 **superpa-co**

SUBTOTAL : 577
 TARIFA 0% :
 TARIFA 12% : 577
 I V A 12% : 69

ANEXO 6 COTIZACIÓN DE UNIFORMES PARA LAS ENCARGADAS



SEÑORITA
MARINELLA DE VEINTEMILLA
UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS UDLA
PRESENTE.-

De mis consideraciones:

Por medio del presente, me permito cotizar a ustedes las siguientes productos:

DESCRIPCION	CANTIDAD	P./UNITARIO	TOTAL
1.- Delantales de Cintura, largo 75 cms, color negros, confeccionados en Gabardina Poliéster Algodón.	12	6,25	75,00
2.- Chaqueta de Chef doble abertura, manga 3/4 bolsillo en el pecho lado izquierdo y en la manga lado izquierdo, color blanco, confeccionado en Gabardina Poliéster Algodón con un logotipo bordado en el pecho lado izquierdo de 9 x 6 cms aprox. a un color. (botones)	12	19,50	234,00
3.- Pantalones de producción con elástico y cordón en la cintura tipo calentador, confeccionado en Gabardina Poliéster Algodón, color negro.	12	12,50	150,00
4.- Delantal con pechera, confeccionado en Gabardina poliéster Algodón color blanco, con un logotipo bordado en la pechera, centrado de 12 x 9 cms aprox. a un color	12	6,25	75,00
5.- Gorras Donato, confeccionadas en Gabardina Poliéster Algodón color blanco	12	2,90	34,80
6.- Limpiones 100% algodón	25	1,00	25,00
7.- Limpiones Poliéster Algodón	25	1,00	25,00
8.- Delantal de Cintura largo 90 cms color negro, confeccionado en Gabardina Poliéster Algodón.	12	7,30	87,60
TOTAL:			706,40

Estos precios no incluyen IVA
SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

Forma de pago: 50% de anticipo y 50% contra entrega

Tiempo de entrega: Por definir

Validez de la Oferta: 30 días

Saludos Cordiales,

MARIELLA GUERINI P.
09-6016-712



De los Guarumos E9-77 y Av. 6 de Diciembre (Sector El Inca)
Tel: (02) 246 - 0205 / Fax: (02) 246 - 3709 / P.O.BOX: 17-11-05111
Planta Yaruqui Telf: 02- 279-0127 / 8 / 9

www.ponteselva.com.ec
E-mail: info@ponteselva.com.ec



ANEXO 7

ENTREVISTAS A EXPERTOS

ENTREVISTA 1:

Nombre: Ing. María Del Carmen Álvarez

Edad: 53 años

Empresa: Alimentos del Huerto Huertosa S.A.

Experiencia laboral: Empezó su vida laboral en una empresa de lácteos durante 4 años, después estuvo en una empresa de criaderos de pollos como asesora de técnicas, en una planta de balanceados para pollos, trabajo en la Universidad Tecnológica de Ambato en la parte de Investigación y en la empresa Huertosa se encuentra laborando durante 7 años.

PREGUNTAS:

1. ¿Qué tipo de conservantes se puede utilizar para el dulce de guayaba y fréjol?
2. ¿Los conservantes pueden modificar el sabor del producto?
3. ¿Qué tipos de procesos se debe tener en cuenta para poder producir un producto?

RESPUESTAS:

1. Los conservantes que se deben utilizar para los productos naturales como frutas y verduras se utilizan dos que son los sorbatos y los benzoatos.
2. Existen varios conservantes que si modifican el sabor pero eso ya no son utilizados, pero los dos mencionados anteriormente no modifican el sabor de los productos finales.
3. Los procesos que se deben tener en cuenta primeramente es la higiene de las personas que realizan los productos, la materia prima si es

adecuada para el uso, el lugar de trabajo siempre debe estar limpio y ordenado para poder manipular los alimentos sin ningún problema de contaminación; los conservantes evitan que crezcan bacterias que puedan dañar el producto o enfermar al consumidor.

CONCLUSIONES:

La Ing. María Del Carmen comento , es importante para la elaboración de un producto la adecuada limpieza y salud de la persona que manipula los alimentos, escoger materia prima de calidad y el adecuado orden y asepsia del lugar donde se almacena, cuece y elabora los productos para así tener buenos resultados con el producto final y no tener problemas después por una mala manipulación de la materia prima o por error de la persona, además, utilizar los conservantes adecuados para el dulce de fréjol y guayaba.

ENTREVISTA 2:

Nombre: Ing. Químico Daniel Arteaga

Edad: 28 años

Empresa: UDLA

Experiencia laboral: El Ing. Daniel Arteaga, ha impartido clases de Química por 5 años; dos en la Universidad San Francisco desde el 2009 hasta el 2011 y desde entonces trabaja en la Universidad de las Américas como docente.

PREGUNTAS:

1. Ventajas o desventajas del uso de conservantes en el dulce de guayaba y fréjol.
2. ¿Proporciones de los conservantes que se debe usar para el dulce?

3. ¿Qué tiempo puede durar el producto con conservantes?
4. Diferencias entre producción industrial y artesanal.
5. ¿Existe algún inconveniente de que sean dos productos diferentes al usar un solo tipo de conservante para el producto final?
6. ¿Cuánto tiempo dura el producto cuando ya fue abierto?
7. ¿Cuánto tiempo dura el producto solo utilizando la propia azúcar del producto?
8. ¿Qué tipos de procesos se debe tener en cuenta para poder producir un producto?

RESPUESTAS:

1. Ventaja serian sobre todo los benzoatos para la eliminación de contaminantes biológicos como hongos y levaduras en las conservas de productos que no tienen un pH bajo, así evita que el producto se llene de microorganismos.

Las desventajas pueden ser de un ligero cambio del sabor del producto final, dependiendo de las sales que se utilizan provenientes de los sorbatos o benzoatos, y se debe indicar en las etiquetas de los productos que se está utilizando conservantes, para no tener inconvenientes en la venta.

2. En los benzoatos se coloca un 0.1 % del peso final del dulce de frejol y guayaba y de sorbatos se puede utilizar 0.3% del peso final del producto, ha habido casos de utilización de 0.5% de conservantes para tener una vida más larga para el producto.

3. El tiempo depende del pH que contengan el producto final por el nivel de acidez, pero en conservas con azúcares el producto puede durar de 3 a 6 meses y con conservantes puede durar casi un año, debido que se dobla el tiempo de vida del producto.
4. En la producción industrial se busca mucho la fabricación rápida o en volumen, se busca que sea mucho más eficaz en la producción acortando tiempos de manejo del producto y se obtiene como resultado un mayor aumento del producto y debe tener mayor vida útil, se agrega mayor número de aditivos químicos como azúcares y sales para prolongar la vida del producto.

En la producción artesanal se elaboran productos por lotes.

5. No existe ningún inconveniente por la posición química de los productos, se debe siempre verificar la acidez, existe unos aditivos químicos que se deben utilizar, sin embargo, no varían si son frutas o leguminosas.
6. Un producto abierto de dulce debe ser consumido dentro de los 7 días de abierto el envase y si este se guarda en refrigeración puede durar desde 15 a 30 días. Con conservantes siempre se dobla la vida útil del producto.
7. Depende de la fruta o vegetal utilizado el nivel de azúcar prolonga la vida útil de 3 a 6 meses, cerrado y en refrigeración.
8. Primero se debe tomar en cuenta las instalaciones correctas, sanitización del lugar de trabajo para la elaboración del producto, el uso de materiales adecuados, uso de equipos de cocina o de producción adecuada, si se va a seguir una producción semi-industrial se debe trabajar con las normas establecidas en el código de alimentos, trabajar con el aseo adecuado, utensilios de grado alimenticio, trabajar en un ambiente ventilado sin aberturas para evitar el ingreso de plagas, todas las normas que se encuentran en el manual de manufactura, sobre todo cuando se trabaja con un dulce.

El dulce atrae bastante a las levaduras y hongos que son resistentes a pHs bajos, siempre se debe cuidar la sanidad cuando se va a realizar algún producto con azúcar.

CONCLUSIONES:

Se debe tener en cuenta varios factores para poder realizar adecuadamente un producto que es propenso a contaminarse por el pH de la materia prima y se debe utilizar la cantidad adecuada de conservantes para que el producto tenga una vida útil más larga y se pueda comercializar con mayor garantía pero sin perder su sabor y originalidad.

ENTREVISTA 3:

Nombre: Lcda. Paulina Moscoso

Edad: 51 años

Empresa: Fundación Frank Seelig

Experiencia laboral: Trabajadora social: Industria Piolera Ponte Selva S.A., Indulana, Hotel Colón Internacional, Produbanco S.A., Holt Internacional Children`s Services, Proyecto BID, Pinturas Cóndor y Fundación Frank Seelig.

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles podrían ser los beneficios que puede obtener la comunidad Estación Carchi en su entorno con el dulce de guayaba y fréjol?
2. ¿Por qué sería necesaria la realización del manual "Procesos de elaboración artesanal con calidad del dulce de guayaba y fréjol"?
3. ¿Qué acogida cree usted que tendría la implementación de este manual dentro de la comunidad La Estación Carchi?

4. ¿Qué aportaría usted para la realización de este manual para la comunidad Estación Carchi.

RESPUESTAS:

1. Dar a conocer el dulce alrededor del país, para que obtengan mayores ingresos económicos y mejorar en la comunidad el estilo de vida que tienen hoy en día, el contenido nutricional del producto es muy importante porque es una fuente de alimento y energía; además se utilizan los productos cultivados por los habitantes de la comunidad en estudio.
2. Sería muy importante la realización de este manual, debido que podría ser una base para las mujeres afro puedan trabajar en este proyecto para industrializar el dulce de fréjol y guayaba.

La Fundación Frank Seelig podría ser un puente para que el proyecto suceda, buscando recursos con donaciones para comprar las máquinas necesarias, los instrumentos adecuados y puedan realizar el dulce en mayor escala, el manual es el primer paso para arrancar con éste trabajo porque las mujeres afro no tienen el conocimiento adecuado respecto a las propiedades del fréjol y de la guayaba, ni como mantenerlo por más tiempo.

3. Sería recibido y aceptado por las mujeres afro y la comunidad, enseñando tips de cómo deben producir y vender el dulce, debido que en el Ecuador no se ha dado a conocer éste dulce, solo con el hecho de llevarlo a la venta sería un gran paso para que sea consumido, valorizado y aceptado por ecuatorianas y extranjeros.
4. La Fundación ayudaría con el encuentro de la estudiante y las comunidades afro, para su aceptación e ingreso a la comunidad debido que es difícil la aceptación de personas ajenas, para que le reciban y estén pendientes de sus preguntas, vaya a las reuniones y le transmitan

sus conocimientos y tradiciones; cuando el manual se encuentre listo, implementar en la comunidad, socializar el proyecto y empezar a buscar fondos para comprar la maquinaria necesaria y así lograr este objetivo.

CONCLUSIONES:

La Fundación va a ser de gran apoyo para la realización de este manual y se espera lograr definitivamente el objetivo, para que las comunidades tengan un ingreso económico y mejoren su calidad de vida con la venta del dulce, es una ayuda grande la elaboración del manual para estas personas, aparte se realizarán charlas y reuniones para que las mujeres afro puedan comprender mejor como se debe fabricar con conservantes, vender en mayor escala y los beneficios que ellas obtendrían al ejecutar este gran proyecto que se tiene en mente.

ANEXO 8 CUESTIONARIO DE ENCUESTAS

1.- Datos:

Edad

Sexo Femenino Masculino

2.- ¿Con qué frecuencia usted come dulces?

A diario Al menos una vez a la semana
Varias veces a la semana Al menos una vez al mes

3.- ¿Qué tipo de dulces le gusta?

Tipo caramelo Tipo Toffe Mixtos

4.- ¿A usted le gusta los dulces tradicionales?

Si No

5.- ¿Le gustaría probar un dulce típico de la cultura Afro ecuatoriana del Carchi elaborado en base a fréjol y guayaba?

Si No

7.- ¿Cómo le gustaría a usted que le dieran a conocer este dulce?

Degustaciones
Muestras gratis
Otro

8.- ¿Dónde le gustaría encontrar este producto para su compra?

Tiendas Naturistas Almacenes turísticos
Supermercados Restaurantes comida típica

9.- ¿En qué momento le gustaría consumir el dulce?

Desayuno Almuerzo
Media mañana Media tarde
Cena

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de dulce, si es de tamaño pequeño, de colores llamativos de 250 gr?

3.50\$ - 4.00\$
4.01\$ - 4.50\$
4.51\$ - 5.00\$
5.01\$ - 5.50\$

11.- ¿Cuál sería el mejor empaque que le gustaría para el dulce?

Frasco de vidrio

Vaso de vidrio

Sachet

12.- ¿Es importante para usted saber que al comprar dulce de fréjol y guayaba estaría apoyando el desarrollo de las comunidades Afro ecuatorianas del Carchi?

Nada Importante

Poco importante

Importante

Muy Importante

GRACIAS

ANEXO 9 INTEGRANTES DEL FOCUS GROUP

FOCUS GROUP				
NOMBRE	CEDULA	CELULAR	MAIL	FIRMA
Mayra Andrade	1705495917	0980627363	mayravaca70@aol.com	<i>M Andrade</i>
Maio August Baco	1705377941	0987063189	mabacosa@yahoo.com	<i>Maio August Baco</i>
Elizabeth Sánchez	1708284169	0998353159	elisanchezudena@yahoo.com	<i>Elizabeth</i>
Mónica Cevallos	0501137889	0999827740	cathvall2@gmail.com	<i>Mónica</i>
Monte Vascónes	170607539-5	0995067190	montevascones@hotmail.com	<i>Monte Vascónes</i>
LORENA BUITRÓN	1000856268	0997780761	buitron.lorena@gmail.com	<i>Lorena Buitron</i>
Graciela Guerra	1705828729	0999826971	graciela-guerraco@gmail.com	<i>Graciela Guerra</i>
MONIELLA GARRÍN	1703981512	0996016712	moniellogarin@faleo.com	<i>Moniella</i>
Antonio Moreira	1717872343	0992786602	antonio.moreira175@gmail.com	<i>Antonio Moreira</i>

ANEXO 10 PÁGINA DE FACEBOOK

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Dulce de Fréjol y Guayaba'. The page header includes the name 'Dulce de Fréjol y Guayaba' and navigation options like 'Página', 'Actividad', 'Estadísticas', and 'Configuración'. The main content area features a cover photo of the product and a bio that reads: 'Es un dulce elaborado por las mujeres afro descendientes del Carchi en una fecha específica que es en Semana Santa.' Below the bio, there is a section for 'FOTOS' showing images of the product. The right sidebar contains a post from 'Dulce de Fréjol y Guayaba' dated '18 de diciembre de 2014' with the text: 'El dulce de fréjol y guayaba es una tradición que se realiza siempre en Semana Santa. Se empieza con la cosecha del fréjol y la guayaba una semana antes y el Jueves Santo se pela el fréjol con ceniza y se lo cocina por separado. La guayaba se cocina a fuego lento y se cierne para sacar todas las semillas, esto se realiza el Viernes Santo y al final cuando la guayaba tiene consistencia, se coloca el fréjol cocinado y licuado, se cocina con panela en vez del azúcar ya que es más caro para la comunidad, le dejan cocinar hasta que se reduzca a la tercera parte del dulce y está listo para comer. No se añade agua ya que se pierde la consistencia requerida.'

ANEXO 11 COTIZACIÓN DEL FIAT FIORINO



Quito, 26 de enero del 2015

SRTA. MARINELLA DE VEINTIMILLA.

Presente.-

Nos es grato poner en su consideración la cotización correspondiente al vehículo **FIAT FIORINO FURGÓN**, de acuerdo a su requerimiento.

FIAT NUEVO FIORINO



CARACTERÍSTICAS

Más grande, bonita y moderna, versátil, fuerte y resistente, son algunos de los adjetivos que definen a la camioneta preferida de los diferentes tipos de negocios urbanos. Brinda economía y buen desempeño, incluso con carga completa, no pierde estabilidad y permite que usted haga sus entregas con mucha seguridad. Su calidad comprobada y excelente relación costo – beneficio, son razones suficientes para que la convierta en el nuevo miembro de su empresa.

Garantía

Todos nuestros vehículos cuentan con una garantía de cinco años o cien mil kilómetros (lo que suceda primero) sobre defectos de fabricación o ensamblaje, a nivel nacional.

Precio de Lanzamiento: USD. 20,990.00 INC. IVA.

FINANCIAMIENTO:

Entrada: USD. 6,000.00

48 pagos: USD. 536.55

NOTA: El valor de las cuotas es aproximado y puede variar de acuerdo a la entidad financiera y políticas crediticias vigentes. La deuda puede ser pre cancelada en cualquier momento con la respectiva re liquidación de intereses. En el financiamiento se incluye dispositivo de rastreo satelital y seguro.

Tiempo de entrega: A CONVENIR

Validez de la oferta: OCHO DÍAS

Agradeciendo de antemano su atención, me suscribo.

Atentamente,


Christian Santiago Bautista

Asesor Comercial

Av. De Los Granados E11-67 y De Las Hiedras

Tel: (593-2) 3999-540 ext. 5310

Cel: (593-9) 833-30777 / 898-66637

E-mail: cbautista@maresa.com.ec



ANEXO FINANCIERO 1

TICKET PROMEDIO

RUBRO DE COSTOS	COSTOS TOTALES MENSUALES MAXIMOS	CAPACIDAD PAX INSTALADA	Costo de Rubro por PAX	dulce de fréjol y guayaba
				100%
MP	\$ 14,650.00	5000	\$ 2.93	\$ 2.93
OC-CF	\$ 795.00	5000	\$ 0.16	\$ 0.16
MANO DE OBRA	\$ 1,273.82	5000	\$ 0.25	\$ 0.25
GASTO TOTAL MENSUAL	\$ 16,718.82	5000	\$ 3.34	\$ 3.34

Producto		MP		CF		MO		COSTO TOTAL	
A	Producto Dulce	Dulce de fréjol y guayaba	\$ 2.93	59%	\$ 0.16	3%	\$ 0.25	5%	\$ 3.34
			Costo Promedio MP	59%	Costo Promedio OC	3%	Costo Promedio MO	5%	

Utilidad Bruta con Impuestos	% Utilidad	Precio sin IVA	Precio \$ + IVA	Promedio x Sección	Dulce de fréjol y guayaba
\$ 1.66	33%	\$ 4.46	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00
Utilidad Promedio	33%				

COSTO MP PROMEDIO				PROBABLES ESCENARIOS DE TICKET PROMEDIO		Promedio de Escenarios Posibles 1-2-3 = TICKET PROMEDIO
Producto	MP		Promedio x Sección	Dulce de fréjol y guayaba	1	
<i>dulce</i>	Dulce de frejol y Guayaba	\$ 2.93	\$ 2.93	\$ 2.93	\$ 2.93	\$ 2.93

ANEXO FINANCIERO 2

ESTADO DE RESULTADOS DEL PRIMER AÑO

TICKET DE FACTURA COSTO MP	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO					
	(A) x Capacidad Mensual	25%			(A) x Capacidad Mensual	25%			(A) x Capacidad Mensual	25%			(A) x Capacidad Mensual	54%			(A) x Capacidad Mensual	25%				
Toda Día	Capacidad Instalada		Unidad de productor		Capacidad Instalada		Unidad de productor		Capacidad Instalada		Unidad de productor		Capacidad Instalada		Unidad de productor		Capacidad Instalada		Unidad de productor			
	5000	PAZ	Toda Día	0	5000	PAZ	Toda Día	0	5000	PAZ	Toda Día	0	5000	PAZ	Toda Día	0	5000	PAZ	Toda Día	0		
ROTACION PROMEDIO POR DIA	(C) x de x	Rotación x ventar (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA		(C) x de x	Rotación x ventar (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA		(C) x de x	Rotación x ventar (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA		(C) x de x	Rotación x ventar (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA		(C) x de x	Rotación x ventar (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA			
Representación	10x	125	125		10x	125	125		10x	125	125		10x	270	270		10x	125	125			
	TOTAL SEMANA ENERO				TOTAL SEMANA FEBRERO				TOTAL SEMANA MARZO				TOTAL SEMANA ABRIL				TOTAL SEMANA MAYO					
	125				125				125				270				125					
	TOTAL PAZ MES PROMEDIO 125				TOTAL PAZ MES PROMEDIO 500				TOTAL PAZ MES PROMEDIO 500				TOTAL PAZ MES PROMEDIO 1030				TOTAL PAZ MES PROMEDIO 500					
	TICKET PROMEDIO \$ 5.00				TICKET PROMEDIO \$ 5.00				TICKET PROMEDIO \$ 5.00				TICKET PROMEDIO \$ 5.00				TICKET PROMEDIO \$ 5.00					
	FACTURACION ENERO \$ 625.00				FACTURACION FEBRER \$ 2,500.00				FACTURACION MARZO \$ 2,500.00				FACTURACION ABRIL \$ 5,400.00				FACTURACION MAYO \$ 2,500.00					
	COSTO MATERIA PRIMA \$ 2.93				COSTO MATERIA PRIMA \$ 2.93				COSTO MATERIA PRIMA \$ 2.93				COSTO MATERIA PRIMA \$ 2.93				COSTO MATERIA PRIMA \$ 2.93					
	O TOTAL MATERIA PRIMA \$ 366.25				COSTO MATERIA PRIMA \$ 1,465.00				COSTO MATERIA PRIMA \$ 1,465.00				COSTO MATERIA PRIMA \$ 3,164.40				COSTO MATERIA PRIMA \$ 1,465.00					
	UTILIDAD BRUTA \$ 258.75				UTILIDAD BRUTA \$ 1,035.00				UTILIDAD BRUTA \$ 1,035.00				UTILIDAD BRUTA \$ 2,235.60				UTILIDAD BRUTA \$ 1,035.00					
	MANO DE OBRA \$ 1,273.82				MANO DE OBRA \$ 1,273.82				MANO DE OBRA \$ 1,273.82				MANO DE OBRA \$ 1,273.82				MANO DE OBRA \$ 1,273.82					
	TOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 795.00				TOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 795.00				TOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 795.00				TOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 795.00				TOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 795.00					
AÑO 1	EBIDTA		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,810.07)		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,033.82)		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,033.82)		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ 166.78		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,033.82)	
	Amortizaciones & Depreciaciones		(Cuota a Pagar) & Depreciaciones		\$ 90.08		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 90.08		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 90.08		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 90.08		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 90.08	
	BAIT		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,900.16)		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,123.91)		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,123.91)		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ 76.69		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,123.91)	
	Intereses Bancarios		Efectivos		\$ -		Intereses Bancarios Efectivos		\$ -		Intereses Bancarios Efectivos		\$ -		Intereses Bancarios Efectivos		\$ -		Intereses Bancarios Efectivos		\$ -	
	BAT		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,900.16)		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,123.91)		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,123.91)		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ 76.69		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,123.91)	
	Impuestos		Tasa				Impuestos Tasa				Impuestos Tasa				Impuestos Tasa				Impuestos Tasa			
	BDT		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,900.16)		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,123.91)		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,123.91)		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ 76.69		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,123.91)	
	Beneficio Después de Impuestos		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,900.16)		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,123.91)		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,123.91)		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ 76.69		Evaluación de otros Efectivos, Tasa, Depreciaciones y Amortizaciones		\$ (1,123.91)	

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 1					Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 1					Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 1																			
ABRIL					MAYO					JUNIO					JULIO					AGOSTO					SEPTIEMBRE				
(A) x Capacidad Mensual 54%					(A) x Capacidad Mensual 25%					(A) x Capacidad Mensual 30%					(A) x Capacidad Mensual 40%					(A) x Capacidad Mensual 40%					(A) x Capacidad Mensual 40%				
Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor		
5000	PAX	Toda Día	*		5000	PAX	Toda Día	*		5000	PAX	Toda Día	*		5000	PAX	Toda Día	*		5000	PAX	Toda Día	*		5000	PAX	Toda Día	*	
TURNO		(C) x de =	Rotación x ventas (A) x (B)		TURNO		(C) x de =	Rotación x ventas (A) x (B)		TURNO		(C) x de =	Rotación x ventas (A) x (B)		TURNO		(C) x de =	Rotación x ventas (A) x (B)		TURNO		(C) x de =	Rotación x ventas (A) x (B)		TURNO		(C) x de =	Rotación x ventas (A) x (B)	
LINE	Día	10x	270	270	LINE	Día	10x	125	125	LINE	Día	10x	150	150	LINE	Día	10x	200	200	LINE	Día	10x	200	200	LINE	Día	10x	200	200
TOTAL SEMANA ABRIL PROMEDIO				270	TOTAL SEMANA MAYO PROMEDIO				125	TOTAL SEMANA JUNIO PROMEDIO				150	TOTAL SEMANA JULIO PROMEDIO				200	TOTAL SEMANA AGOSTO PROMEDIO				200	TOTAL SEMANA SEPTIEM PROMEDIO BRE				200
TOTAL PAX MES PROMEDIO				1020	TOTAL PAX MES PROMEDIO				500	TOTAL PAX MES PROMEDIO				600	TOTAL PAX MES PROMEDIO				800	TOTAL PAX MES PROMEDIO				800	TOTAL PAX MES PROMEDIO				800
TICKET PROMEDIO				\$ 5.00	TICKET PROMEDIO				\$ 5.00	TICKET PROMEDIO				\$ 5.00	TICKET PROMEDIO				\$ 5.00	TICKET PROMEDIO				\$ 5.00	TICKET PROMEDIO				\$ 5.00
FACTURACION ABRIL				\$ 5,400.00	FACTURACION MAYO				\$ 2,500.00	FACTURACION JUNIO				*****	FACTURACION JULIO				\$ 4,000.00	FACTURACION AGOSTO				\$ 4,000.00	FACTURACION SEPTIE				\$ 4,000.00
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 2.93	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 2.93	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 2.93	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 2.93	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 2.93	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 2.93
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 3,164.40	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 1,465.00	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 1,750.00	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 2,344.00	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 2,344.00	COSTO MATERIA PRIMA				\$ 2,344.00
UTILIDAD BRUTA				\$ 2,235.60	UTILIDAD BRUTA				\$ 1,035.00	UTILIDAD BRUTA				*****	UTILIDAD BRUTA				\$ 1,656.00	UTILIDAD BRUTA				\$ 1,656.00	UTILIDAD BRUTA				\$ 1,656.00
MANO DE OBRA				\$ 1,273.82	MANO DE OBRA				\$ 1,273.82	MANO DE OBRA				*****	MANO DE OBRA				\$ 1,273.82	MANO DE OBRA				\$ 1,273.82	MANO DE OBRA				\$ 1,273.82
TOS FIJOS - GASTOS OPERATI				\$ 795.00	TOS FIJOS - GASTOS OPERATI				\$ 795.00	TOS FIJOS - GASTOS OPERATI				\$ 795.00	TOS FIJOS - GASTOS OPERATI				\$ 795.00	TOS FIJOS - GASTOS OPERATI				\$ 795.00	TOS FIJOS - GASTOS OPERATI				\$ 795.00
EBIDTA				\$ 166.78	EBIDTA				\$ (1,033.82)	EBIDTA				*****	EBIDTA				\$ (412.82)	EBIDTA				\$ (412.82)	EBIDTA				\$ (412.82)
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 30.08	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 30.08	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 30.08	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 30.08	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 30.08	Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 30.08
BAIT				\$ 76.63	BAIT				\$ (1,123.91)	BAIT				\$ (916.91)	BAIT				\$ (502.91)	BAIT				\$ (502.91)	BAIT				\$ (502.91)
Intereses Bancarios				\$ -	Intereses Bancarios				\$ -	Intereses Bancarios				\$ -	Intereses Bancarios				\$ -	Intereses Bancarios				\$ -	Intereses Bancarios				\$ -
BAT				\$ 76.63	BAT				\$ (1,123.91)	BAT				\$ (916.91)	BAT				\$ (502.91)	BAT				\$ (502.91)	BAT				\$ (502.91)
Impuestos					Impuestos					Impuestos					Impuestos					Impuestos					Impuestos				
BDT				\$ 76.63	BDT				\$ (1,123.91)	BDT				\$ (916.91)	BDT				\$ (502.91)	BDT				\$ (502.91)	BDT				\$ (502.91)

JUNIO					JULIO					AGOSTO					SEPTIEMBRE					OCTUBRE					NOVIEMBRE				
(A) x Capacidad 30%					(A) x Capacidad 30%					(A) x Capacidad 40%					(A) x Capacidad 40%					(A) x Capacidad 35%					(A) x Capacidad 35%				
Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor		
5000	PAZ	Tada DÍA	e		5000	PAZ	Tada DÍA	e		5000	PAZ	Tada DÍA	e		5000	PAZ	Tada DÍA	e		5000	PAZ	Tada DÍA	e		5000	PAZ	Tada DÍA	e	
TURNO	(C) x de =	Rotación x ventar (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA		TURNO	(C) x de =	Rotación x ventar (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA		TURNO	(C) x de =	Rotación x ventar (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA		TURNO	(C) x de =	Rotación x ventar (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA		TURNO	(C) x de =	Rotación x ventar (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA		TURNO	(C) x de =	Rotación x ventar (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA	
Día	20x	300	300		Día	20x	300	300		Día	20x	400	400		Día	20x	400	400		Día	20x	350	350		Día	20x	350	350	
TOTAL SEMANA PROMEDIO JUNIO					TOTAL SEMANA PROMEDIO JULIO					TOTAL SEMANA PROMEDIO AGOSTO					TOTAL SEMANA PROMEDIO SEPTIEMBRE					TOTAL SEMANA PROMEDIO OCTUBRE					TOTAL SEMANA PROMEDIO NOVIEMBRE				
TOTAL PAZ MES PROMEDIO					TOTAL PAZ MES PROMEDIO					TOTAL PAZ MES PROMEDIO					TOTAL PAZ MES PROMEDIO					TOTAL PAZ MES PROMEDIO					TOTAL PAZ MES PROMEDIO				
TICKET PROMEDIO \$ 5.19					TICKET PROMEDIO \$ 5.19					TICKET PROMEDIO \$ 5.19					TICKET PROMEDIO \$ 5.19					TICKET PROMEDIO \$ 5.19					TICKET PROMEDIO \$ 5.19				
FACTURACION JUNIO					FACTURACION JULIO					FACTURACION AGOSTO					FACTURACION SEPTIEMBRE					FACTURACION OCTUBRE					FACTURACION NOVIEMBRE				
COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.01					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.01					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.01					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.01					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.01					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.01				
COSTO MATERIA PRIMA \$ 3,616.93					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3,616.93					COSTO MATERIA PRIMA \$ 4,814.58					COSTO MATERIA PRIMA \$ 4,814.58					COSTO MATERIA PRIMA \$ 4,212.75					COSTO MATERIA PRIMA \$ 4,212.75				
UTILIDAD BRUTA					UTILIDAD BRUTA \$ 2,611.07					UTILIDAD BRUTA \$ 3,481.42					UTILIDAD BRUTA \$ 3,481.42					UTILIDAD BRUTA \$ 3,046.25					UTILIDAD BRUTA \$ 3,046.25				
MANO DE OBRA					MANO DE OBRA \$ 1,369.36					MANO DE OBRA \$ 1,369.36					MANO DE OBRA \$ 1,369.36					MANO DE OBRA \$ 1,369.36					MANO DE OBRA \$ 1,369.36				
GOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 816.47					GOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 816.47					GOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 816.47					GOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 816.47					GOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 816.47					GOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 816.47				
EBIDTA \$ 425.24					EBIDTA \$ 425.24					EBIDTA \$ 1,295.60					EBIDTA \$ 1,295.60					EBIDTA \$ 860.42					EBIDTA \$ 860.42				
Amortizaciones & Depreciaciones \$ 90.08					Amortizaciones & Depreciaciones \$ 90.08					Amortizaciones & Depreciaciones \$ 90.08					Amortizaciones & Depreciaciones \$ 90.08					Amortizaciones & Depreciaciones \$ 90.08					Amortizaciones & Depreciaciones \$ 90.08				
BAIT \$ 335.16					BAIT \$ 335.16					BAIT \$ 1,205.51					BAIT \$ 1,205.51					BAIT \$ 770.34					BAIT \$ 770.34				
Intereses Bancarios \$ -					Intereses Bancarios \$ -					Intereses Bancarios \$ -					Intereses Bancarios \$ -					Intereses Bancarios \$ -					Intereses Bancarios \$ -				
BAT \$ 335.16					BAT \$ 335.16					BAT \$ 1,205.51					BAT \$ 1,205.51					BAT \$ 770.34					BAT \$ 770.34				
Impuestos					Impuestos					Impuestos					Impuestos					Impuestos					Impuestos				
BDT \$ 335.16					BDT \$ 335.16					BDT \$ 1,205.51					BDT \$ 1,205.51					BDT \$ 770.34					BDT \$ 770.34				

DICIEMBRE			
(A)		50%	
x Capacidad			
Instalada		Unidad de productor	
5000	PAZ	Toda DÍA	0
TURNO	(C) x de x	Rotación x ventar (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA
Día	20x	500	500
TOTAL SEMANA DICIEMBRE			500
PROMEDIO RE			2000
TOTAL PAZ MES PROMEDIO			2000
TICKET PROMEDIO			\$ 5.19
FACTURACION DICIEMBRE			\$ 10,370.00
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 3.01
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 6,018.22
UTILIDAD BRUTA			\$ 4,351.78
MANO DE OBRA			\$ 1,369.36
OS FIJOS - GASTOS OPERAT			\$ 816.47
EBIDTA			
Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization			\$ 2,165.95
Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 90.08
BAIT			\$ 2,075.87
Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization			
Intereses Bancarios			\$ -
Interest			
BAT			\$ 2,075.87
Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization			
Impuestos			
Taxes			
BDT			\$ 2,075.87
Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization			

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
	0	
\$ 9,679.21		-208%

JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
(A) X Capacidad 30%				(A) X Capacidad 35%				(A) X Capacidad 40%				(A) X Capacidad 25%				(A) X Capacidad 25%				(A) X Capacidad 55%			
Capacidad Instalada		Unidad de productor		Capacidad Instalada		Unidad de productor		Capacidad Instalada		Unidad de productor		Capacidad Instalada		Unidad de productor		Capacidad Instalada		Unidad de productor		Capacidad Instalada		Unidad de productor	
5000	PAZ	Toda DfA	0	5000	PAZ	Toda DfA	0	5000	PAZ	Toda DfA	0	5000	PAZ	Toda DfA	0	5000	PAZ	Toda DfA	0	5000	PAZ	Toda DfA	0
TURNO		(C) X de	Rotación x venter (A) x (B)	TURNO		(C) X de	Rotación x venter (A) x (B)	TURNO		(C) X de	Rotación x venter (A) x (B)	TURNO		(C) X de	Rotación x venter (A) x (B)	TURNO		(C) X de	Rotación x venter (A) x (B)	TURNO		(C) X de	Rotación x venter (A) x (B)
DfA	30x	450	450	DfA	30x	525	525	DfA	30x	600	600	DfA	30x	375	375	DfA	30x	375	375	DfA	30x	825	825
TOTAL SEMANA JULIO PROMEDIO				TOTAL SEMANA AGOSTO PROMEDIO				TOTAL SEMANA SEPTIEM BRE PROMEDIO				TOTAL SEMANA OCTUBR PROMEDIO				TOTAL SEMANA NOVIEMB PROMEDIO				TOTAL SEMANA DICIEMB PROMEDIO			
TOTAL PAZ MES PROMEDIO				TOTAL PAZ MES PROMEDIO				TOTAL PAZ MES PROMEDIO				TOTAL PAZ MES PROMEDIO				TOTAL PAZ MES PROMEDIO				TOTAL PAZ MES PROMEDIO			
TICKET PROMEDIO \$ 5.43				TICKET PROMEDIO \$ 5.43				TICKET PROMEDIO \$ 5.43				TICKET PROMEDIO \$ 5.43				TICKET PROMEDIO \$ 5.43				TICKET PROMEDIO \$ 5.43			
FACTURACION JULIO \$ 3,771.65				FACTURACION AGOST \$ 11,400.26				FACTURACION SEPTIE \$ 13,028.87				FACTURACION OCTUB \$ 8,143.04				FACTURACION NOVIEM \$ 8,143.04				FACTURACION DICIEM \$ 17,914.63			
COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.09				COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.09				COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.09				COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.09				COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.09				COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.09			
COSTO MATERIA PRIMA \$ 5,562.64				COSTO MATERIA PRIMA \$ 6,489.75				COSTO MATERIA PRIMA \$ 7,416.85				COSTO MATERIA PRIMA \$ 4,435.53				COSTO MATERIA PRIMA \$ 4,435.53				COSTO MATERIA PRIMA \$ 10,198.17			
UTILIDAD BRUTA \$ 4,203.01				UTILIDAD BRUTA \$ 4,910.51				UTILIDAD BRUTA \$ 5,612.01				UTILIDAD BRUTA \$ 3,507.51				UTILIDAD BRUTA \$ 3,507.51				UTILIDAD BRUTA \$ 7,716.52			
MANO DE OBRA \$ 1,472.06				MANO DE OBRA \$ 1,472.06				MANO DE OBRA \$ 1,472.06				MANO DE OBRA \$ 1,472.06				MANO DE OBRA \$ 1,472.06				MANO DE OBRA \$ 1,472.06			
TOS FIJOS - GASTOS OPERAT \$ 838.51				TOS FIJOS - GASTOS OPERAT \$ 838.51				TOS FIJOS - GASTOS OPERAT \$ 838.51				TOS FIJOS - GASTOS OPERAT \$ 838.51				TOS FIJOS - GASTOS OPERAT \$ 838.51				TOS FIJOS - GASTOS OPERAT \$ 838.51			
EBIDTA		\$ 1,898.44		EBIDTA		\$ 2,539.34		EBIDTA		\$ 3,301.44		EBIDTA		\$ 1,136.94		EBIDTA		\$ 1,136.94		EBIDTA		\$ 5,405.95	
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 30.08		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 30.08		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 30.08		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 30.08		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 30.08		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 30.08	
BAIT		\$ 1,808.35		BAIT		\$ 2,509.86		BAIT		\$ 3,211.36		BAIT		\$ 1,106.85		BAIT		\$ 1,106.85		BAIT		\$ 5,315.86	
Intereses Bancarios		\$ -		Intereses Bancarios		\$ -		Intereses Bancarios		\$ -		Intereses Bancarios		\$ -		Intereses Bancarios		\$ -		Intereses Bancarios		\$ -	
BAT		\$ 1,808.35		BAT		\$ 2,509.86		BAT		\$ 3,211.36		BAT		\$ 1,106.85		BAT		\$ 1,106.85		BAT		\$ 5,315.86	
Impuestos		\$ -		Impuestos		\$ -		Impuestos		\$ -		Impuestos		\$ -		Impuestos		\$ -		Impuestos		\$ -	
BDT		\$ 1,808.35		BDT		\$ 2,509.86		BDT		\$ 3,211.36		BDT		\$ 1,106.85		BDT		\$ 1,106.85		BDT		\$ 5,315.86	

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
	0	
\$	27,312.26	182%

ESTADOS DE RESULTADOS DEL CUARTO AÑO

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año		4		Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año		4		Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año		4				
\$ 5.74	TICKET PROMEDI													
\$ 3.17	COSTO MP													
% Aumento de Precio p.p.p.	5.70%													
Inflacion Anual	2.70%													
Aumento Salarial Anual	7.50%													
ROTACION PROMEDIO POR DIA x TURNO														
LIBRES	D =	482												
AÑO 4	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO					
	(A) x Capacidad Mensual		25%		(A) x Capacidad Mensual		25%		(A) x Capacidad Mensual		60%			
	(B) Capacidad		Unidad de productor		(B) Capacidad		Unidad de productor		(B) Capacidad		Unidad de productor			
	5000	PAZ	Toda Día	0	5000	PAZ	Toda Día	0	5000	PAZ	Toda Día	0		
	TURNO	(C) x de	Rotación x vender (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA	TURNO	(C) x de	Rotación x vender (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA	TURNO	(C) x de	Rotación x vender (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA		
	Día	40%	500	500	Día	40%	500	500	Día	40%	1200	1200		
	TOTAL SEMANA PROMEDIO ENERO		500		TOTAL SEMANA PROMEDIO FEBRERO		500		TOTAL SEMANA PROMEDIO ABRIL		1200			
	TOTAL PAZ MES PROMEDIO x		2000		TOTAL PAZ MES PROMEDIO x		2000		TOTAL PAZ MES PROMEDIO x		4800			
	TICKET PROMEDIO		\$ 5.74		TICKET PROMEDIO		\$ 5.74		TICKET PROMEDIO		\$ 5.74			
	FACTURACION ENERO		\$ 11,476.26		FACTURACION FEBRER		\$ 11,476.26		FACTURACION ABRIL		\$ 27,543.03			
COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3.17		COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3.17		COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3.17				
O TOTAL MATERIA PRIMA		\$ 6,347.53		COSTO MATERIA PRIMA		\$ 6,347.53		COSTO MATERIA PRIMA		\$ 15,234.22				
UTILIDAD BRUTA		\$ 5,128.67		UTILIDAD BRUTA		\$ 5,128.67		UTILIDAD BRUTA		\$ 12,308.81				
MANO DE OBRA		\$ 1,582.47		MANO DE OBRA		\$ 1,582.47		MANO DE OBRA		\$ 1,582.47				
TOS FIJOS - GASTOS OPERATI		\$ 861.15		TOS FIJOS - GASTOS OPERATI		\$ 861.15		TOS FIJOS - GASTOS OPERATI		\$ 861.15				
EBIDTA		\$ 2,685.05		EBIDTA		\$ 2,685.05		EBIDTA		\$ 9,865.19				
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 30.08		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 30.08		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 30.08				
BAIT		\$ 2,594.97		BAIT		\$ 2,594.97		BAIT		\$ 9,775.11				
Intereses Bancarios		\$ -		Intereses Bancarios		\$ -		Intereses Bancarios		\$ -				
BAT		\$ 2,594.97		BAT		\$ 2,594.97		BAT		\$ 9,775.11				
Impuestos				Impuestos				Impuestos						
BDT		\$ 2,594.97		BDT		\$ 2,594.97		BDT		\$ 9,775.11				

JUNIO					JULIO					AGOSTO					SEPTIEMBRE					OCTUBRE					NOVIEMBRE				
(A) x Capacidad Mensual 30%					(A) x Capacidad Mensual 30%					(A) x Capacidad Mensual 35%					(A) x Capacidad Mensual 40%					(A) x Capacidad Mensual 30%					(A) x Capacidad Mensual 30%				
Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor		
5000	PAX	Toda Día	•		5000	PAX	Toda Día	•		5000	PAX	Toda Día	•		5000	PAX	Toda Día	•		5000	PAX	Toda Día	•		5000	PAX	Toda Día	•	
TURNO	(C) x de x	Rutecida x vender (A) x (B)	TOTAL PAX AL DIA		TURNO	(C) x de x	Rutecida x vender (A) x (B)	TOTAL PAX AL DIA		TURNO	(C) x de x	Rutecida x vender (A) x (B)	TOTAL PAX AL DIA		TURNO	(C) x de x	Rutecida x vender (A) x (B)	TOTAL PAX AL DIA		TURNO	(C) x de x	Rutecida x vender (A) x (B)	TOTAL PAX AL DIA		TURNO	(C) x de x	Rutecida x vender (A) x (B)	TOTAL PAX AL DIA	
Día	40x	600	600		Día	40x	600	600		Día	40x	700	700		Día	40x	800	800		Día	40x	600	600		Día	40x	600	600	
TOTAL SEMANA JUNIO PROMEDIO					TOTAL SEMANA JULIO PROMEDIO					TOTAL SEMANA AGOSTO PROMEDIO					TOTAL SEMANA SEPTIEM PROMEDIO BRE					TOTAL SEMANA OCTUBR PROMEDIO E					TOTAL SEMANA NOVIEMB PROMEDIO RE				
2400					2400					2400					3200					2400					2400				
TICKET PROMEDIO \$ 5.74					TICKET PROMEDIO \$ 5.74					TICKET PROMEDIO \$ 5.74					TICKET PROMEDIO \$ 5.74					TICKET PROMEDIO \$ 5.74					TICKET PROMEDIO \$ 5.74				
ACTURACION JUNIO \$ 13,771.51					FACTURACION JULIO \$ 13,771.51					FACTURACION AGOST \$ 16,066.77					FACTURACION SEPTIE \$ 18,362.02					FACTURACION OCTUB \$ 13,771.51					FACTURACION NOVIEM \$ 13,771.51				
COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.17					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.17					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.17					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.17					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.17					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.17				
COSTO MATERIA PRIMA \$ 7,617.11					COSTO MATERIA PRIMA \$ 7,617.11					COSTO MATERIA PRIMA \$ 8,896.63					COSTO MATERIA PRIMA \$ 10,156.15					COSTO MATERIA PRIMA \$ 7,617.11					COSTO MATERIA PRIMA \$ 7,617.11				
UTILIDAD BRUTA \$ 6,154.40					UTILIDAD BRUTA \$ 6,154.40					UTILIDAD BRUTA \$ 7,180.14					UTILIDAD BRUTA \$ 8,205.87					UTILIDAD BRUTA \$ 6,154.40					UTILIDAD BRUTA \$ 6,154.40				
MANO DE OBRA \$ 1,582.47					MANO DE OBRA \$ 1,582.47					MANO DE OBRA \$ 1,582.47					MANO DE OBRA \$ 1,582.47					MANO DE OBRA \$ 1,582.47					MANO DE OBRA \$ 1,582.47				
FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 861.15					FOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 861.15					FOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 861.15					FOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 861.15					FOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 861.15					FOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 861.15				
EBIDTA \$ 3,710.79					EBIDTA \$ 3,710.79					EBIDTA \$ 4,736.52					EBIDTA \$ 5,762.25					EBIDTA \$ 3,710.79					EBIDTA \$ 3,710.79				
Amortizaciones & Depreciaciones \$ 30.08					Amortizaciones & Depreciaciones \$ 30.08					Amortizaciones & Depreciaciones \$ 30.08					Amortizaciones & Depreciaciones \$ 30.08					Amortizaciones & Depreciaciones \$ 30.08					Amortizaciones & Depreciaciones \$ 30.08				
BAIT \$ 3,620.70					BAIT \$ 3,620.70					BAIT \$ 4,646.44					BAIT \$ 5,672.17					BAIT \$ 3,620.70					BAIT \$ 3,620.70				
Intereses Bancarios \$ -					Intereses Bancarios \$ -					Intereses Bancarios \$ -					Intereses Bancarios \$ -					Intereses Bancarios \$ -					Intereses Bancarios \$ -				
BAT \$ 3,620.70					BAT \$ 3,620.70					BAT \$ 4,646.44					BAT \$ 5,672.17					BAT \$ 3,620.70					BAT \$ 3,620.70				
Impuestos \$ -					Impuestos \$ -					Impuestos \$ -					Impuestos \$ -					Impuestos \$ -					Impuestos \$ -				
BDT \$ 3,620.70					BDT \$ 3,620.70					BDT \$ 4,646.44					BDT \$ 5,672.17					BDT \$ 3,620.70					BDT \$ 3,620.70				

DICIEMBRE			
(A) x Consumo Mensual		55%	
Capacidad Instalada		Unidad de producción	
5000	PAX	Toda DÍA	•
TURNO	(C) x de x	Rotación x venta (A) x (B)	TOTAL PAX AL DIA
Día	40x	1100	1100
TOTAL SEMANA DICIEMBRE PROMEDIO			1100
TOTAL PAX MES PROMEDIO			4400
TICKET PROMEDIO			\$ 5.74
FACTURACION DICIEMBRE			\$ 25,247.77
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 3.17
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 13,964.70
UTILIDAD BRUTA			\$ 11,283.07
MANO DE OBRA			\$ 1,582.47
GASTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 861.15
EBIDTA <small>Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization</small>			
			\$ 8,839.46
Amortizaciones & Depreciaciones			
			\$ 30.08
BAIT <small>Earnings Before Interest, Taxes and Depreciation</small>			
			\$ 8,749.37
Intereses Bancarios <small>Interests</small>			
			\$ -
BAT <small>Earnings Before Interest and Taxes</small>			
			\$ 8,749.37
Impuestos <small>Taxes</small>			
BDT <small>Earnings Before Depreciation and Taxes</small>			
			\$ 8,749.37

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
	0	
\$ 53,705.77		97%

ESTADOS DE RESULTADOS DEL QUINTO AÑO

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5		Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5				Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5				Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5						
\$ 6.07	TICKET PROMEDI COSTO MP															
\$ 3.26	Incremento de Precios Anual															
5.70%	Inflacion Anual															
2.70%	Incremento Salarial Anual															
7.50%																
ROTACION PROMEDIO POR DIA X TURNO																
1800x	8x															
AÑO 5	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO							
	(A) x Capacidad 35%		(A) x Capacidad 35%		(A) x Capacidad 30%		(A) x Capacidad 60%		(A) x Capacidad 30%							
	(B) Capacidad		(B) Capacidad		(B) Capacidad		(B) Capacidad		(B) Capacidad							
	Unidad de productor		Unidad de productor		Unidad de productor		Unidad de productor		Unidad de productor							
	5000	PAZ	Toda DIA	TOTAL PAZ AL DIA	5000	PAZ	Toda DIA	TOTAL PAZ AL DIA	5000	PAZ	Toda DIA	TOTAL PAZ AL DIA	5000	PAZ	Toda DIA	TOTAL PAZ AL DIA
	TURNO	(C) x de x	Rotación x ventas (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA	TURNO	(C) x de x	Rotación x ventas (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA	TURNO	(C) x de x	Rotación x ventas (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA	TURNO	(C) x de x	Rotación x ventas (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA
	Día	40x	700	700	Día	40x	700	700	Día	40x	1200	1200	Día	40x	600	600
	TOTAL SEMANA PROMEDIO ENERO 700		TOTAL SEMANA PROMEDIO FEBRERO 700		TOTAL SEMANA PROMEDIO MARZO 600		TOTAL SEMANA PROMEDIO ABRIL 1200		TOTAL SEMANA PROMEDIO MAYO 600							
	TOTAL PAZ MES PROMEDIO X 2800		TOTAL PAZ MES PROMEDIO X 4 2800		TOTAL PAZ MES PROMEDIO X 4 2400		TOTAL PAZ MES PROMEDIO X 4 4800		TOTAL PAZ MES PROMEDIO X 2400							
	TICKET PROMEDIO \$ 6.07		TICKET PROMEDIO \$ 6.07		TICKET PROMEDIO \$ 6.07		TICKET PROMEDIO \$ 6.07		TICKET PROMEDIO \$ 6.07							
FACTURACION ENERO \$ 16,982.57		FACTURACION FEBRER \$ 16,982.57		FACTURACION MARZO \$ 14,556.43		FACTURACION ABRIL \$ 29,112.98		FACTURACION MAYO \$ 14,556.43								
COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.26		COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.24		COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.24		COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.24		COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.24								
Q TOTAL MATERIA PRIMA \$ 9,126.57		COSTO MATERIA PRIMA \$ 9,124.57		COSTO MATERIA PRIMA \$ 7,422.77		COSTO MATERIA PRIMA \$ 15,645.54		COSTO MATERIA PRIMA \$ 7,422.77								
UTILIDAD BRUTA \$ 7,856.00		UTILIDAD BRUTA \$ 7,856.00		UTILIDAD BRUTA \$ 6,733.72		UTILIDAD BRUTA \$ 13,467.44		UTILIDAD BRUTA \$ 6,733.72								
MANO DE OBRA \$ 1,701.15		MANO DE OBRA \$ 1,701.15		MANO DE OBRA \$ 1,701.15		MANO DE OBRA \$ 1,701.15		MANO DE OBRA \$ 1,701.15								
TOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 884.40		TOS FIJOS - GASTOS OPERATIV \$ 884.40		TOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 884.40		TOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 884.40		TOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 884.40								
EBIDTA		EBIDTA		EBIDTA		EBIDTA		EBIDTA								
Amortizaciones & Depreciaciones (Contar a Pagar) & Depreciaciones		Amortizaciones & Depreciaciones		Amortizaciones & Depreciaciones		Amortizaciones & Depreciaciones		Amortizaciones & Depreciaciones								
BAIT		BAIT		BAIT		BAIT		BAIT								
Intereses Bancarios		Intereses Bancarios		Intereses Bancarios		Intereses Bancarios		Intereses Bancarios								
BAT		BAT		BAT		BAT		BAT								
Impuestos		Impuestos		Impuestos		Impuestos		Impuestos								
BDT		BDT		BDT		BDT		BDT								

JUNIO					JULIO					AGOSTO					SEPTIEMBRE					OCTUBRE					NOVIEMBRE				
(A) \times Capacidad Instalada 30%					(A) \times Capacidad Instalada 30%					(A) \times Capacidad Instalada 40%					(A) \times Capacidad Instalada 35%					(A) \times Capacidad Instalada 30%					(A) \times Capacidad Instalada 30%				
Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor			Capacidad Instalada		Unidad de productor		
5000	PAX	Toda Día	TOTAL PAX AL DIA		5000	PAX	Toda Día	TOTAL PAX AL DIA		5000	PAX	Toda Día	TOTAL PAX AL DIA		5000	PAX	Toda Día	TOTAL PAX AL DIA		5000	PAX	Toda Día	TOTAL PAX AL DIA		5000	PAX	Toda Día	TOTAL PAX AL DIA	
TURNO	(C) \times de	Rotación \times vender (A) \times (B)	TOTAL PAX AL DIA		TURNO	(C) \times de	Rotación \times vender (A) \times (B)	TOTAL PAX AL DIA		TURNO	(C) \times de	Rotación \times vender (A) \times (B)	TOTAL PAX AL DIA		TURNO	(C) \times de	Rotación \times vender (A) \times (B)	TOTAL PAX AL DIA		TURNO	(C) \times de	Rotación \times vender (A) \times (B)	TOTAL PAX AL DIA		TURNO	(C) \times de	Rotación \times vender (A) \times (B)	TOTAL PAX AL DIA	
LIB	Día	40x	600	600	LIB	Día	40x	600	600	LIB	Día	40x	900	900	LIB	Día	40x	700	700	LIB	Día	40x	600	600	LIB	Día	40x	600	600
TOTAL SEMANA JUNIO PROMEDIO					TOTAL SEMANA JULIO PROMEDIO					TOTAL SEMANA AGOSTO PROMEDIO					TOTAL SEMANA SEPTIEN PROMEDIO BRE					TOTAL SEMANA OCTUBRE PROMEDIO E					TOTAL SEMANA NOVIEMBRE PROMEDIO RE				
2400					2400					3200					2200					2400					2400				
TICKET PROMEDIO \$ 6.97					TICKET PROMEDIO \$ 6.97					TICKET PROMEDIO \$ 6.97					TICKET PROMEDIO \$ 6.97					TICKET PROMEDIO \$ 6.97					TICKET PROMEDIO \$ 6.97				
FACTURACION JUNIO \$ 14,556.43					FACTURACION JULIO \$ 14,556.43					FACTURACION AGOSTO \$ 19,408.65					FACTURACION SEPTIE \$ 16,382.57					FACTURACION OCTUB \$ 14,556.43					FACTURACION NOVIEM \$ 14,556.43				
COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.26					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.26					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.26					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.26					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.26					COSTO MATERIA PRIMA \$ 3.26				
COSTO MATERIA PRIMA \$ 7,822.77					COSTO MATERIA PRIMA \$ 7,822.77					COSTO MATERIA PRIMA \$ 10,430.36					COSTO MATERIA PRIMA \$ 9,126.57					COSTO MATERIA PRIMA \$ 7,822.77					COSTO MATERIA PRIMA \$ 7,822.77				
UTILIDAD BRUTA \$ 6,733.72					UTILIDAD BRUTA \$ 6,733.72					UTILIDAD BRUTA \$ 8,978.29					UTILIDAD BRUTA \$ 7,856.00					UTILIDAD BRUTA \$ 6,733.72					UTILIDAD BRUTA \$ 6,733.72				
MANO DE OBRA \$ 1,701.15					MANO DE OBRA \$ 1,701.15					MANO DE OBRA \$ 1,701.15					MANO DE OBRA \$ 1,701.15					MANO DE OBRA \$ 1,701.15					MANO DE OBRA \$ 1,701.15				
TOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 884.40					TOS FIJOS - GASTOS OPERAT \$ 884.40					TOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 884.40					TOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 884.40					TOS FIJOS - GASTOS OPERATI \$ 884.40					TOS FIJOS - GASTOS OPERAT \$ 884.40				
EBIDTA \$ 4,148.16					EBIDTA \$ 4,148.16					EBIDTA \$ 6,392.74					EBIDTA \$ 5,270.45					EBIDTA \$ 4,148.16					EBIDTA \$ 4,148.16				
Amortizaciones & Depreciaciones \$ 90.08					Amortizaciones & Depreciaciones \$ 90.08					Amortizaciones & Depreciaciones \$ 90.08					Amortizaciones & Depreciaciones \$ 90.08					Amortizaciones & Depreciaciones \$ 90.08					Amortizaciones & Depreciaciones \$ 90.08				
BAIT \$ 4,058.08					BAIT \$ 4,058.08					BAIT \$ 6,302.65					BAIT \$ 5,180.37					BAIT \$ 4,058.08					BAIT \$ 4,058.08				
Intereses Bancarios \$ -					Intereses Bancarios \$ -					Intereses Bancarios \$ -					Intereses Bancarios \$ -					Intereses Bancarios \$ -					Intereses Bancarios \$ -				
BAT \$ 4,058.08					BAT \$ 4,058.08					BAT \$ 6,302.65					BAT \$ 5,180.37					BAT \$ 4,058.08					BAT \$ 4,058.08				
Impuestos \$ -					Impuestos \$ -					Impuestos \$ -					Impuestos \$ -					Impuestos \$ -					Impuestos \$ -				
BDT \$ 4,058.08					BDT \$ 4,058.08					BDT \$ 6,302.65					BDT \$ 5,180.37					BDT \$ 4,058.08					BDT \$ 4,058.08				

DICIEMBRE			
(A)		100%	
x Capacidad Instalada		Unidad de producción	
5000	PAZ	Unid. Día	TOTAL PAZ AL DIA
TURNO	(C) x de =	Rotación x ventas (A) x (B)	TOTAL PAZ AL DIA
T	40%	2000	2000
N			
TOTAL SEMANA PROMEDIO			2000
TOTAL PAZ MES PROMEDIO			8000
7	TICKET PROMEDIO		\$ 6.07
9	FACTURACION DICIEM		\$ 48,521.63
6	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 3.26
7	COSTO MATERIA PRIMA		\$ 26,075.90
2	UTILIDAD BRUTA		\$ 22,445.73
5	MANO DE OBRA		\$ 1,701.15
0	GASTOS FIJOS - GASTOS OPERAT		\$ 884.40
EBIDTA			
6	EBIDTA		\$ 19,860.17
<i>Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization</i>			
8	Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 30.08
BAIT			
8	BAIT		\$ 19,770.09
<i>Earnings Before Interest, Taxes and Depreciation</i>			
Intereses Bancarios			
<i>Interests</i>			
8	BAT		\$ 19,770.09
<i>Earnings Before Taxes and Depreciation</i>			
Impuestos			
<i>Taxes</i>			
8	BDT		\$ 19,770.09
<i>Earnings Before Depreciation and Taxes</i>			

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
	0	
\$	76,754.13	43%

ANEXO FINANCIERO 3

NOMINA SALARIAL

		(A) JORNADA ORDINARIA	
		40 Horas semanales, 5 días a la semana, dos días de descanso	
CARGO	NOMINA	(A1) Sueldo Bruto Base	(A2) Valor x Hora Ordinaria Jornada de 8 horas (A1 ÷ 30 días ÷ 8 horas)
Administrador	Fundación Frank Seelig	\$ -	\$ -
Asesora	Paulina Moscoso	\$ 400.00	\$ 1.67
Coordinadora	Doña Dalia Carcelén	\$ 354.00	\$ 1.48
Cocinero1	Cocinero1	\$ 177.00	\$ 0.74

Cuando pasan sus 8 horas de trabajo diarias; con un maximo de 4 horas por dia, 12 horas por semana.
Hasta las 12h00 de la noche tendra un recargo del 50% en cada hora suplementaria
Despues de las 12h00 de la noche tendra un recargo del 100% en cada hora suplementaria

(B1) Valor \$ Total a pagar x Horas Suplementarias al 50% y 100% (B2xB3 + B4xB5)	(B2) Q Horas Suplementarias (Hasta las 12h00) al 50% extra	(B3) Valor x Hora Suplementaria al 50% extra (A2 x 1,5)	(B4) Q Horas Suplementarias (Desde las 12h00 hasta las 06h00) al 100% extra	(B5) Valor x Hora Suplementaria al 100% extra (A2 x 2)
\$ -	0	\$ -	0	\$ -
\$ -	0	\$ 2.50	0	\$ 3.33
\$ -	0	\$ 2.21	0	\$ 2.95
\$ -	0	\$ 1.11	0	\$ 1.48

Jornada entre las 19H00 y las 06H00 del día siguiente, que podrá durar igual que la jornada diurna de hasta 8 horas.
Tendra un recargo del 25%

(C1)	(C2)	(C3)
Valor \$ Total a pagar x Horas en Jornada Nocturna al 25% (C2 x C3)	Q Horas en Jornada Nocturna al 25%	Valor x Hora en Jornada Suplementaria al 25% extra (A2 x 1,25)
\$ -	0	\$ -
\$ -	0	\$ 2.08
\$ -	0	\$ 1.84
\$ -	0	\$ 0.92

Cuando el empleado trabaja sábados, domingos (o sus días libres) o días feriados
Tendra un recargo del 100%

(D1)	(D2)	(D3)
Valor \$ Total a pagar x Horas Extras al 100% (D2 x D3)	Q Horas Extras (Días libres y feriados) al 100%	Valor x Hora Extra 100% (A2 x 2)
\$ -	0	\$ -
\$ -	0	\$ 3.13
\$ -	0	\$ 2.77
\$ -	0	\$ 1.38

(E) TOTAL SUELDO BRUTO	Sueldo Bruto ÷ 12 Meses	Sueldo Básico ÷ 12 Meses	Sueldo Bruto ÷ 360 días x 15 días	9,45% del sueldo Bruto (Paga el Empleado)	11,15% del Sueldo Bruto (Paga el Patrono)	SECAP 0,5% del Sueldo Bruto IECES 0,5% del Sueldo Bruto
	DTR Decimo Tercera Remuneración	DCR Decimo Cuarta Remuneración	Vacaciones 15 días al año	Aporte Empleado 9,45%	Aporte Patronal 11,15%	IECE 0,50% SECAP 0,50%
\$ -	\$ -	\$ 28.33	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 28.33	\$ 16.67	\$ 37.80	\$ 44.60	\$ 4.00
\$ 354.00	\$ 29.50	\$ 28.33	\$ 14.75	\$ 33.45	\$ 39.47	\$ 3.54
\$ 177.00	\$ 14.75	\$ 28.33	\$ 7.38	\$ 16.73	\$ 19.74	\$ 1.77

Sueldo Neto	
\$ 28.33	Fundación Frank Seelig
\$ 526.93	Paulina Moscoso
\$ 469.59	Doña Dalia Carcelen
\$ 248.96	Cocinero1

TOTALES	\$ 931.00	\$ 0.97	\$ -	0	\$ 1.45
	Valor Total a Pagar en Sueldos Brutos	Valor promedio Hora Ordinaria	Valor Total a Pagar en Horas Extraordinarias	TOTAL Q Horas Suplementarias (Hasta las 12h00)	Valor promedio Hora Suplementaria

0	\$ 1.94	\$ -	0	\$ 1.21
TOTAL Q Horas Suplementarias (desde las 12h00)	Valor promedio Hora Suplementaria (desde las 06h00)	TOTAL a Pagar en Jornadas Nocturnas al 25%	TOTAL Q Horas en Jornada Nocturna al 25%	Valor promedio Hora en Jornada Nocturna al 25%

\$ -	0	\$ 1.82	\$ 931.00	\$ 77.58	\$ 113.33	\$ 38.79	\$ 87.98	\$ 103.81	\$ 9.31	\$
Valor Total a Pagar en Jornadas Nocturnas	Total Horas Jornada Nocturna	Valor promedio Hora en Jornada Nocturna	TOTAL SUELDO BRUTO NOMINA	\$ 229.71			\$ 201.10			\$ 1,273.82

Pago Mensual en
Previsión Mensual RRHH Pago Mensual Aportes al IESS Sueldos

ANEXO FINANCIERO 4

INVERSIÓN INICIAL

Capacidad Instalada	5000	PAX
------------------------	------	-----

Equipo Cocina

Pesado	Equipo	Destinatario	Cantidad	Precio x Und	Sub Total	Observaciones
	Cocina	Producción	1	\$2,412.00	\$ 2,412.00	
	Refrigerador	Producción	1	\$ 849.01	\$ 849.01	Refrigerados de puertas transparentes para las frutas y fréjol.
	Licadora	Producción	1	\$ 481.25	\$ 481.25	Escogí esta licuadora por las cantidades grandes de dulce.
	Mesada	Producción	1	\$ 346.00	\$ 346.00	Mesa de apoyo para colocar los productos terminas y empacar.
	TOTAL EQUIPO PESADO COCINA				\$4,088.26	

MENAJE DE COCINA

Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
Cernidor Chino	Producción	3	\$ 18.88	\$ 56.64	Se utiliza para cernir el producto.
Tablas	Producción	4	\$ 13.43	\$ 53.72	Se eligió tablas verdes por ser verduras y frutas
Cuchillos	Producción	2	\$ 7.60	\$ 15.20	
Espátula de goma	Producción	3	\$ 3.83	\$ 11.49	Para mezclar el dulce de fréjol y guayaba
Ollas	Producción	2	\$ 142.82	\$ 285.64	Para cocinar el dulce de guayaba aparte de la paila de bronce
Cucharas de palo	Producción	4	\$ 0.98	\$ 3.92	Para evitar que el dulce se pegue en el fondo de la olla
Pailas de Bronce	Producción	1	\$ -	\$ -	Donada por la Dra. Graciela Guerra
TOTAL MENAJE COCINA				\$ 426.61	

Uniformes RRHH

Uniformes	Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Uniforme Cocina 1	Coordinadora	2	\$ 54.70	\$ 109.40	Cada empleado constara con 2 uniformes y dos gorros cada uno y un limpión de cocina
	Uniforme Cocina 2	Ayudante	2	\$ 54.70	\$ 109.40	
	Guantes de latex	Trabajadores	5	\$ 1.10	\$ 5.50	Se dará dos gorros al día y dos pares de guantes cada día.
	Gorros desechables	Trabajadores	3	\$ 2.50	\$ 7.50	
TOTAL UNIFORMES				\$ 231.80		

Equipo Oficina & Administración

Equipo Oficina	Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Escritorio	Administración	1	\$ 80.65	\$ 80.65	Se escogio este escritorio debido a que no se necesita mucho espacio
	Computadora	Administración	1	\$ 524.11	\$ 524.11	Computadora nueva para registrar el inventario y las ventas.
	Impresora	Administración	1	\$ 53.57	\$ 53.57	Imprimir la notas de venta y cualquier documento necesario.
TOTAL EQUIPO OFICINA				\$ 658.33		
TOTAL INVERSION INICIAL				\$ 5,405.00		El valor a pagar se realizará mediante donaciones de empresas, cuando el proyecto esté terminado.
Amortización de Equipos				\$ 90.08		60 Meses promedio de duración equipos

TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 5,405.00	El valor a pagar se realizará mediante donaciones de empresas, cuando el proyecto esté terminado.
TOTAL Capital de Trabajo MP	\$ 146.50	Materia Prima del primer Mes de Trabajo
TOTAL Capital de Trabajo MO	\$ 1,273.82	Mano de Obra del primer Mes de Trabajo
TOTAL Capital de Trabajo OC	\$ 795.00	Otros Costos del primer Mes de Trabajo
Posibles Meses en Contra	\$ 6,645.97	3 Primeros meses a perdida
Otras Inversiones / Transporte Fiorino Fiat	\$ 20,990.00	Este vehículo se compra mediante donaciones en un futuro.
Otras Inversiones	\$ -	

ANEXOS FUNDACIÓN FRANK SEELIG

ANEXO 1

“Estación Carchi” la Casa de la Fundación Frank Seelig



Elaboración propia

ANEXO 2



Marinella de Veintemilla, Doña Dalia Carcelén y Lcda. Paulina Moscoso

ANEXO 3

Plaza principal de Estación Carchi



Elaboración propia

ANEXO 4

Iglesia de Estación Carchi



Elaboración propia

ANEXO 5

Restaurantes y hoteles de la antigüedad



Elaboración propia

ANEXO 6

Estación del tren "Estación Carchi"



Elaboración propia

ANEXO 7

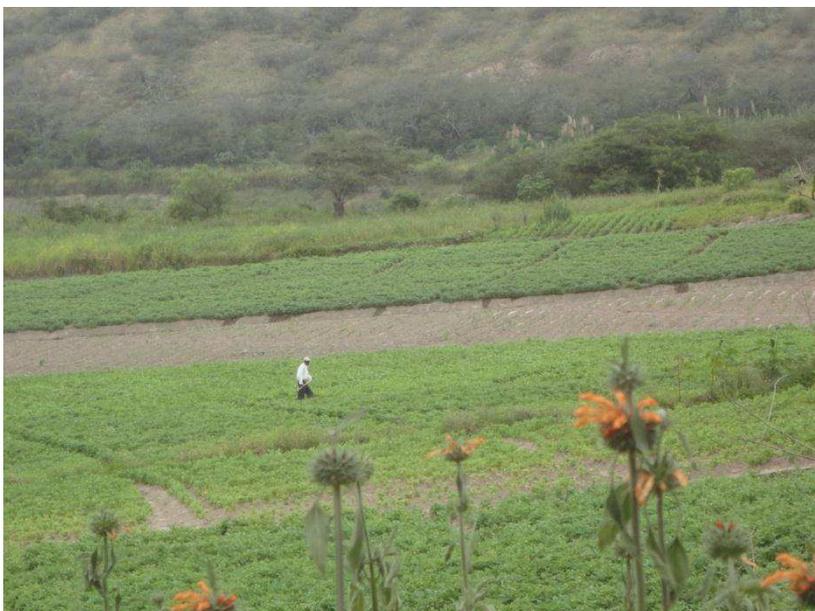
Río Mira



Elaboración propia

ANEXO 8

Plantaciones de Estación Carchi



Elaboración propia