



ESCUELA DE GASTRONOMÍA

Desarrollo del Ají de Plátano

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

Profesor Guía
Chef María Gracia Rosales

Autor
Dessiré Jacqueline Morales Rubio

Año
2011

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el/la 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.”

.....

María Gracia Rosales

Chef Pastelera

170957825-4

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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

.....

Dessiré Jacqueline Morales Rubio

171465141-9

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres y profesores, ya que han sido la base fundamental para mi formación académica.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi familia y a mi novio, ya que me han brindado todo el apoyo y las fuerzas para seguir adelante.

RESUMEN

Hot Fruits es una empresa ecuatoriana dedicada a la elaboración de salsas de ají en base a frutas exóticas. A pesar de existir gran variedad de frutas exóticas en el país, existe carencia de productos elaborados con los mismos. Nosotros buscamos llenar ese vacío ofreciendo al mismo tiempo satisfacción al consumidor.

Uno de los objetivos de la empresa es utilizar materia prima nacional, así como también mano de obra ecuatoriana. Para la empresa es muy importante respetar estándares de calidad muy elevados y posesionarse como líder en el mercado con una imagen única y original.

El producto estrella, e inicial de la compañía, es una salsa de ají de plátano llamado Ban-Hot lanzado con el eslogan Born to burn. Este producto busca posesionarse a nivel nacional e internacional, realizando siempre el valor de un producto 100% ecuatoriano.

ABSTRACT

Hot Fruits is an Ecuadorian company dedicated to the development of hot pepper sauces based on exotic fruits. Although there are a variety of exotic fruits in the country, there is a lack of products made from them. We seek to fill that void while providing customer satisfaction.

One of the objectives of the company is to use domestic raw materials, as well as Ecuadorian manpower. For the company it is very important to follow very high standards of quality and get possessed as a leader in the market with a unique and original image.

The initial, and flagship product of the company, is a banana pepper sauce called Ban-Hot launched with the slogan Born to burn. This product looks possession nationally and internationally, always enhancing the value of being 100% Ecuadorian.

ÍNDICE

Introducción	1
1. Capítulo I	2
1.1 Concepto del Negocio	2
1.2 Hipótesis	2
1.3 Objetivos	3
1.3.1 Objetivo General	3
1.3.2 Objetivos Específicos	3
1.3.3 Justificación	3
2. Capítulo II	4
2.1 Gastronómico	4
2.2 Datos del Sector	4
2.2.1 Actualidad en el Sector	4
2.2.2 Proyecciones del Sector	5
2.2.3 Datos Generales de la Provincia	8
2.2.3.1 Clima	12
2.2.3.2 Limites	12
2.2.3.3 Desarrollo de la Ciudad	13
2.3 Datos Generales del Producto	13
2.4 Factores Macroentorno	19
2.4.1 Factores Económicos General	19
2.4.2 Factores Políticos	19
2.4.3 Factores Tecnológicos	19
2.4.4 Factores Legales	20
2.4.4.1 Permisos de Funcionamiento	20
2.4.4.2 Afiliación Cámara de Comercio Guayaquil	20

2.5 Estrategias Competitivas	21
2.5.1 Análisis del la competencia	21
3. Capítulo III	23
3.1 Oportunidad del Negocio	23
3.2 Breve Muestreo del Segmento del Mercado	23
4. Capítulo IV	24
4.1 Plan FODA	24
4.2 Nombre de la Empresa	25
4.2.1 Nombre del Producto	25
4.3 Visión	26
4.4 Misión	26
4.5 Organigrama	27
4.5.1 Organigrama Estructural	27
4.5.2 Organigrama por Puestos de Trabajo	28
4.5.2.1 Descripción de Puestos de Trabajo	29
4.6 Políticas de la Empresa	42
4.7 Manual de Sanidad e Higiene	63
5. Capítulo V	68
Plan de Marketing	
5.1 Objetivos	68
5.1.1 Objetivo General	68
5.1.2 Objetivos Específicos	68
5.2 Consumidor	69
5.2.1 Perfil del Consumidor	69
5.2.2 Deseos y Necesidades del Consumidor	69
5.2.3 Estrategias Publicidad y Marketing	69

5.3 Marketing Mix	70
5.3.1 Imagen Corporativa	72
5.3.2 Slogan	72
5.3.3 Logotipo	72
5.3.4 Diseños Papelería	73
6. Capítulo VI	74
6.1 Precio	74
6.2 Tabla de precios	74
6.3 Cuadros de Presupuestos para Gastos	74
6.4 Tabla de Presupuestos de Ventas	74
6.5 Punto de Equilibrio	74
7. Capítulo VII	78
7.1 Conclusiones	78
7.2 Recomendaciones	78
Bibliografía	79
Anexos	81
A. Uniformes para el Personal	
B. Horarios y Salarios	
C. Cotizaciones	
D. Estadísticas	
E. Financiero	
F. Receta Estándar	
G. Registro Artesanal	
H. Logotipo y Papelería	

INTRODUCCIÓN

Debido que en Ecuador encontramos una gran variedad de salsas de ají, como por ejemplo el ají de chocho, ají de tomate de árbol, ají de pepa de zambo, entre otros, he creado un producto único, rico e innovador que marca la diferencia entre los demás ajíes, este producto es el ***Ají de Plátano***, este tendrá una buena acogida en el mercado no solo por ser un producto diferente sino también por su sabor, y a su vez aprovechando materia prima ecuatoriana.

CAPÍTULO I

1.1 CONCEPTO

El producto será vendido en diferentes presentaciones, conforme la expansión del producto en el mercado, como en saches, galones plásticos, etc. El envase de lanzamiento será fabricado en plástico con una forma original ergonómica squeeze de 150 ml.

1.2 HIPÓTESIS

A pesar de existir una gran variedad de frutas exóticas en el país, existe carencia de productos elaborados derivados de los mismos. Este producto busca llenar un vacío, ofreciendo gran satisfacción al consumidor final. Con este proyecto se pretende también fomentar el consumo de materia prima nacional, incentivando la producción y la exportación.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar e innovar una nueva línea de productos de alto nivel, siguiendo estándares de calidad, y así posicionando la marca como algo único y original, ser líder en el mercado nacional e internacional.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Optimizar los recursos utilizados en la elaboración del producto.
- Utilizar materia prima nacional.
- Incrementar nuevos productos a corto plazo.

1.3.3 JUSTIFICACIÓN

- Practicar buenas técnicas de seguridad alimentaria para obtener un producto de calidad.
- Utilizar nuevas técnicas de elaboración del producto para obtener mejores resultados en las características organolépticas.
- Al utilizar materia prima nacional se generan más fuentes de trabajo.

CAPÍTULO II

En el mercado nacional no podemos encontrar empresa alguna que con sus productos pueda ser considerada como competencia directa, pudimos encontrar productos elaborados con frutas exóticas, que de ninguna manera se asemejan a los de HOT FRUITS.

2.1 GASTRONÓMICO

Ecuador dentro de su cultura gastronómica acompaña diversos platos con diferentes salsas de ají así como también con frutas. Por lo que HOT FRUITS busca combinar estos sabores para poderlo ofrecer en un solo innovador producto.

2.2 DATOS DEL SECTOR

2.2.1 ACTUALIDAD DEL SECTOR

Las exportaciones deben ser tramitadas en la Aduana con los siguientes requisitos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.
- Documento de Transporte

2.2.2 PROYECCIONES DEL SECTOR

El Derecho de patentes es el marco jurídico que da pie a un régimen o sistema de patentes que sirve de apoyo e incentivo a la innovación tecnológica y fomenta el desarrollo económico.

Gestión de Patentes

Misión:

Tramitar y resolver las solicitudes en materia de patentes de invención, modelos de utilidad y diseños industriales, los trámites de oposición y las modificaciones al registro, respetando el derecho a la vida, a la salud y demás derechos humanos, garantizando el acceso y difusión del estado de la técnica.

Objetivos:

- Resolver solicitudes de Patentes y Diseños Industriales en un tiempo prudencial, con calidad en los exámenes de patentabilidad y garantizando los derechos de los inventores.
- Difundir el uso de las tecnologías patentadas, así como las de libre uso en el país, apoyando y fomentando la innovación y la inversión en el desarrollo productivo del país.
- Brindar asesoramiento a los usuarios en los temas que le competen al Proceso de Patentes

Formato para Patentes:

**Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual -IEPI-
Solicitud a la Dirección de Patentes**

(12) Datos de la solicitud

Patente de Invención I		Número de trámite	
Patente de Invención PCT en fase nacional		Fecha y hora de presentación	
Modelo de utilidad		Fecha de publicación	
Diseño Industrial			

(55) Título de la patente**(51) Clasificación internacional de patentes****(73) Solicitantes**

Nombres:
Nacionalidad:
País-Ciudad:
Dirección:

(74) Inventores / Diseñadores

Nombres:
Nacionalidad:
País-Ciudad:
Dirección:

Invención referente a procedimiento biológico

Lugar de depósito:
Fecha:

(31) Declaraciones de prioridad

País:
Número:
Fecha:

(75) Representante legal (R) o apoderado (A)

Notificar a:
Casillero IEPI:
Casillero Judicial:
Dirección:

(58) Resumen**Gráfico (Imagen en formato jpg)****Documentos que se acompañan a la solicitud**

Comprobante ingreso N°.	Cesión
Comprobante tasa N°.	Poder
N°. hojas memoria	Copia prioridad
N°. reivindicaciones	Otros documentos
N°. dibujos	

Observaciones**Firma del Solicitante**

Firma del Abogado

2.2.3 DATOS GENERALES DE LA PROVINCIA

ECUADOR

Si algo define al Ecuador, es un pequeño país de un poco más de 270 mil kilómetros cuadrados, con una población cercana a los 11 millones de habitantes. Ninguna otra nación en el mundo puede presentar en un territorio tan reducido una variedad tan sorprendente de razas, culturas, idiomas, tradiciones, especies naturales, pisos ecológicos, zonas climáticas, cultivos y paisajes. Bastan un par de decenas de kilómetros para que el visitante advierta con sorpresa que el entorno ha variado sustancialmente: una flora distinta, un clima diferente, comida con otros matices, gente con costumbres distintas.

GUAYAS

La Perla del Pacífico

Capital: Guayaquil

Superficie: 20.902 Km²

Población: 3'393.262 Hab.

Fundación: 25 de Julio de 1.538 por Francisco de Orellana.

Cantones:

Guayaquil, Alfredo Baquerizo Moreno, Balao, Balzar, Colimes, Daule, Duran, El Empalme, El Triunfo, Milagro, Naranjal, Naranjito, Palestina, Pedro Garbo, Playas, Salinas, Samborondón, Santa Elena, Santa Lucía, Urbina Jado, Yaguachi, Simón Bolívar, Crnel. Marcelino Maridueña, Lomas de Sargentillo, Nobol y La Libertad.

Condiciones Demográficas:

En el 2008, la provincia del Guayas la entendemos como el más importante colectivo social, urbano y rural, que está conformado y construido por ciudades, cantones, parroquias, recintos, con una población de 3'393.262 habitantes, como lo evidencia la siguiente tabla de proyección demográfica.

AÑO 2009

PROVINCIA Y CANTONES	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL
GUAYAS	3.432.447	2.923.111	509.336
GUAYAQUIL	2.278.738	2.253.987	24.751
ALFREDO BAQUERIZO MORENO	22.323	7.432	14.891
BALAO	19.284	8.721	10.563
BALZAR	54.148	27.565	26.583
COLIMES	23.515	5.322	18.193
DAULE	95.754	36.060	59.694
DURAN	199.650	198.144	1.506
EMPALME	73.534	34.398	39.136
EL TRIUNFO	38.114	28.043	10.071
MILAGRO	156.515	128.788	27.727
NARANJAL	60.610	23.602	37.008
NARANJITO	35.476	27.204	8.272
PALESTINA	15.715	8.078	7.637
PEDRO CARBO	41.012	18.771	22.241
SAMBORONDON	50.803	12.522	38.281
SANTA LUCIA	37.835	7.899	29.936
URBINA JADO	56.281	9.968	46.313
YAGUACHI	53.210	15.207	38.003
PLAYAS (GENERAL VILLAMIL	33.565	27.327	6.238
SIMON BOLIVAR	22.773	6.535	16.238
CORONEL MARCELINO MARIDUEÑA	12.349	7.629	4.720
LOMAS DE SARGENTILLO	15.857	12.253	3.604
NOBOL (VICENTE PIEDRAHITA)	16.481	7.217	9.264
GENERAL ANTONIO ELIZALDE	9.715	5.656	4.059
ISIDRO AYORA	9.190	4.783	4.407

Fuente: INEC. Proyección de la Población Provincial al 2008-2009

Guayas es la provincia más grande de la cuenca del Guayas. Es una comunidad creada y tejida socialmente desde los campos y las diferentes ciudades de la provincia. Esto es lo que nos define y caracteriza geográfica, social y culturalmente, y lo que nos lleva a llamarnos una comunidad de mestizos tropicales.

La conciencia de lo que somos es importante para comprender lo que debemos defender y lo que debemos proyectar. Los guayasenses somos mestizos tropicales porque así es nuestro hábitat. Al Guayas lo configura costa, mar, llanura y río, bosques, pequeñas montañas, valles y arenales, etc.

Orografía:

Se encuentra atravesada por una parte del sistema montañoso Chongón-Colonche; existiendo dispersos sobre la zona cerros como los de Manglaralto, Chanduy, Estancia y Sayá.

Hidrografía:

Existe un sistema que enmarca al río Guayas con sus afluentes Daule y Babahoyo, que a su vez reciben varios tributarios como el Tachel y Puca, para el primero y Vinces, Jujan, Pita y Chimbo para el segundo. Todo este conjunto ha formado la más densa red fluvial de la Costa.

Recursos Naturales:

Existe una vegetación exuberante favorecida por su clima, lo que incide en la producción agrícola de arroz, caña de azúcar, cacao, café, banano, algodón, oleaginosas, etc.

El sector de la provincia posee especies como: muyuyu, pegapega, chipra,

mosquero, guasango, palo santo y cardo, capaces de soportar largas sequías; a lo largo de las playas los cocoteros crecen en las arenas salobre; Además, es importante señalar la reserva ecológica de Manglares de Churute, localizada en los márgenes de la desembocadura del río Guayas.

La crianza de ganado bovino y porcino es lo más destacado del sector ganadero, además posee numerosos planteles avícolas.

La pesca es una actividad muy importante, como también lo es la producción camaronera, que en los últimos años ha cobrado gran impulso.

La provincia posee todos los tipos de agroindustrias existentes en el Ecuador, destacándose entre ellas las fábricas dedicadas a la elaboración de productos alimenticios, textiles, tabacaleros, químicos, metal-mecánicos y madereros.

Toda su plataforma continental está considerada como área de prospección petrolera, con resultados positivos, especialmente en lo que se refiere a yacimientos de gas natural.

Comercio:

Guayas, y en especial el Puerto de Guayaquil, han desempeñado un rol importante en el desarrollo de nuestro país. Las principales industrias que encontramos son: alimenticia, textil, tabacalera, química, metalmecánica y maderera.

El sector manufacturero y la agroindustria, principalmente de cacao influye notablemente en el comercio; además existen ingenios de azúcar importantes, como Valdéz, San Carlos y Aztra; las industrias de la pesca, camaroneras y bananeras son importantes ya que son productos de exportación.

Por ser una provincia fronteriza, tiene un intenso comercio con el vecino Perú, para aportar en gran forma con el desarrollo de la provincia y el país.

Toda la plataforma continental de la provincia está considerada como área de

prospección petrolera, con resultados positivos, especialmente en lo que se refiere a yacimientos de gas natural.

La crianza de ganado bovino y porcino es lo más destacado del sector ganadero, además existen varios planteles avícolas.

2.2.3.1 CLIMA

La influencia de las corrientes marinas fría de Humboldt y cálida de El Niño producen que el clima de la provincia del Guayas sea del tipo tropical sabana y tropical monzón, con temperaturas elevadas durante la mayor parte del año. Cerca de sus balnearios la evaporación es superior a las precipitaciones, ocasionando que la zona sea seca, casi desértica. La temperatura promedio es de 25°C aproximadamente.

La provincia, al igual que todo el Ecuador, tiene dos estaciones: Invierno o época de lluvias , la cual comprende una temporada de enero a mayo aproximadamente; y la época de Verano o época seca que va desde junio hasta diciembre.

2.2.3.2 LÍMITES PROVINCIALES

Norte: Manabí y Los Ríos

Sur: El Oro y Golfo de Guayaquil

Este: Los Ríos, Chimborazo y Cañar

Oeste: Manabí y Océano Pacífico

2.2.3.3 DESARROLLO DE LA CIUDAD

La economía de la provincia se centra en la ciudad de Guayaquil, esto es debido a las exportaciones e importaciones de productos a diversas partes del mundo a través del Puerto Marítimo de esta ciudad. Otro de los ejes de la economía es el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo, inaugurado el 27 de julio de 2006.

El sector industrial del Guayas está dominado por las agroindustrias y las elaboradoras de productos alimenticios. Se presenta también la industria textil, la tabaquera, la petroquímica y la de conservas. Otras industrias son la de metalmecánicos, la maderera y la cementera.

La industria pesquera ha sido limitada en la provincia del Guayas desde la creación de la provincia de Santa Elena. Actualmente el centro pesquero de la provincia es el cantón Playas.

2.3 DATOS GENERALES DEL PRODUCTO

Banano en el Ecuador

El banano es una fruta originaria del sur del Asia. A partir de 1940, comenzó a cultivarse a gran escala en nuestro país y con el tiempo su exportación se convirtió en la principal fuente generadora de divisas para el estado ecuatoriano. En la década de los años 50 se dio el boom bananero convirtiéndose el Ecuador en el primer exportador mundial de la fruta. El Ecuador reemplazó a los países productores de Centro América y El Caribe que estaban siendo azotados por plagas y huracanes. Ciertamente los productores centro americanos gozan de una ventaja geográfica con respecto al Ecuador porque están más cerca de los países consumidores: Estados Unidos y Europa. En 1995, las exportaciones bananeras alcanzaron 850

millones de dólares.

Una de las enfermedades del banano es la Sigatoka que se la combate mediante la utilización de fungicidas para destruir los hongos y nematos que atacan a la planta, lo que ha ocasionado en algunos lugares la contaminación del ecosistema, tal como ocurrió hace años con el Síndrome de Taura. En la actualidad, se trata de resolver este problema utilizando compuestos orgánicos que mejoran la calidad de la fruta y no contaminan el medio ambiente. En los últimos años, se ha tratado de reducir la superficie de cultivos de esta fruta, debido a una política de diversificación de la producción, reemplazando los cultivos bananeros por otros productos de mayor rentabilidad, aunque se trata de elevar el rendimiento de las plantaciones bananeras existentes. El banano constituye en la actualidad el segundo rubro de exportación de nuestro país.

Ecuador posee condiciones climáticas adecuadas para el cultivo de esta fruta: abundante luz solar, terrenos bien irrigados, clima caliente y húmedo. Se lo puede cultivar a partir de semillas pero se prefieren los retoños que nacen de las viejas raíces. La recolección se hace cuando están verdes y se transporta a los mercados de consumo en buques o camiones frigoríficos. Cuando se venden en los supermercados ya están maduros. El banano contiene un 75% de agua y un 22% de carbohidratos, principalmente como azúcar, y el resto son minerales, vitaminas A y C, grasas, y proteínas. Es un producto de alto valor nutritivo especialmente para niños, mujeres embarazadas y anciano.

Mercado:

A pesar de las restricciones, Ecuador es el primer proveedor de banano a los países de la Unión Europea y el segundo a los EE.UU. También se exporta banano a Rusia, países de Europa del Este, países Árabes, Chile, Argentina, Nueva Zelanda, Japón y China.

Producto:

En el Ecuador se cultivan para la exportación las variedades Cavendish, Orito y Rojo. Existen unas 140.000 hectáreas cultivadas. Al banano se lo empaca en

cajas de cartón y fundas de polietileno; para el año 2000 se exportaron alrededor de 4 millones de toneladas métricas por un valor de unos mil doscientos millones de dólares. Ecuador exporta también puré de banano, banano deshidratado, flakes y harina de banano.

Plátano o Banana

Pertenece a la familia de las Musáceas, la cual incluye los plátanos comestibles crudos (*Musa cavendishii*), los bananitos o plátanos enanos (*Musa x paradisiaca*) y los plátanos machos o para cocer (*Musa paradisiaca*). Al plátano macho también se lo conoce como "plátano de guisar o hartón", más grande y menos dulce que el resto de variedades de su misma familia.

Origen y Variedades:

El plátano tiene su origen en Asia meridional, siendo conocido en el Mediterráneo desde el año 650 d.C. La especie llegó a Canarias en el siglo XV y desde allí fue llevado a América en el año 1516. El cultivo comercial se inicia en Canarias a finales del siglo XIX y principios del siglo XX. El plátano macho y el bananito son propios del Sudoeste Asiático, su cultivo se ha extendido a muchas regiones de Centroamérica y Sudamérica, así como de África subtropical; constituyendo la base de la alimentación de muchas regiones tropicales. El plátano es el cuarto cultivo de frutas más importante del mundo. Los países latinoamericanos y del Caribe producen el grueso de los plátanos que entran en el comercio internacional, unos 10 millones de toneladas, del total mundial de 12 millones de toneladas. Es considerado el principal cultivo de las regiones húmedas y cálidas del sudoeste asiático. Los consumidores del norte lo aprecian sólo como un postre, pero constituye una parte esencial de la dieta diaria para los habitantes de más de cien países tropicales y subtropicales.

Variedades más Destacadas:

Existe un gran número de variedades de cultivo en Oriente; cada región tiene sus propias variedades adaptadas a las condiciones climáticas locales. Sin embargo, las variedades introducidas en los trópicos americanos son mucho más limitadas. Entre dichas variedades destinadas a la exportación destaca Gros Michel, por poseer cualidades extraordinarias en cuanto al manejo y a la conservación. Las variedades de plátano enano procedentes de las Islas Canarias son las únicas que producen fruta con excelentes cualidades de conservación, que se pueden cultivar en un clima típicamente subtropical, destacando la variedad tradicional Pequeña enana. En la actualidad también se cultiva en Canarias la variedad Gran enana y en los últimos años, otras dos selecciones locales llamadas Brier y Gruesa. El cultivar Zelig es fruto de la selección israelita intermedia en altura entre Pequeña y Gran Enana. Lacatan es una variedad muy cultivada en la región del Caribe y Sudamérica. La variedad Poyo procede de Guadalupe, la variedad Grande Naine de Martinica y la variedad Laidier de Oceanía, todas ellas del grupo enano. Curraré Rosado es una variedad de extraordinario sabor. Dominico es una variedad caracterizada por su sabor dulce. Balangon es la variedad más cultivada en Filipinas, de sabor muy agradable, cuya fruta madura entre los 90 y 100 días después de la última cosecha.

Características:

Forma: tienen forma oblonga, alargada y algo curvada.

Tamaño y peso: el peso del plátano macho es de los más grandes, llegando a pesar unos 200 gramos o más cada unidad. El bananito es mucho más pequeño que el resto de plátanos y su peso oscila en torno a los 100-120 gramos.

Color: en función de la variedad, la piel puede ser de color amarillo verdoso, amarillo, amarillo-rojizo o rojo. El plátano macho tiene una piel gruesa y verdosa y su pulpa es blanca. En el bananito, la pulpa es de color marfil y la piel, fina y amarilla.

Sabor: el plátano y el bananito destacan porque su sabor es dulce, intenso y perfumado. En el plátano macho, la pulpa tiene una consistencia harinosa y su sabor, a diferencia del resto de plátanos de consumo en crudo, no es dulce ya que apenas contiene hidratos de carbono sencillos.

Los plátanos se pueden recolectar todo el año y son más o menos abundantes según la estación. Se cortan cuando han alcanzado su completo desarrollo y cuando empiezan a amarillear. Con frecuencia, y especialmente en invierno, se anticipa la recolección y se dejan madurar los frutos suspendiéndolos en un local cerrado, seco y cálido, conservado en la oscuridad. El envasado se realiza en cajas de cartón con un peso aproximado de 12 kilogramos o de 15 kilogramos. El transporte de la fruta se realiza en vehículos refrigerados con una temperatura aproximada de 14°C.

Cómo Elegirlo y Conservarlo:

Siempre han de estar intactos, sin golpes ni magulladuras.

En el plátano de consumo crudo y el bananito, el color de la piel es indicativo del grado de madurez del fruto. Se han de descartar los ejemplares que están excesivamente blandos. La presencia de manchas y puntos negros o marrones en la piel no afecta a la calidad de la pieza.

Esta fruta no requiere unas condiciones especiales de conservación, basta mantenerlos en un lugar fresco, seco y protegido de la luz directa del sol. Si se conservan en el frigorífico, la cáscara del plátano se ennegrece por lo que se altera su aspecto externo, pero esto no afecta en absoluto a su calidad nutritiva. El oscurecimiento de la piel puede evitarse si se envuelven en papel de periódico.

Los plátanos también se pueden congelar, de forma que se conservan durante unos 2 meses. Los bananitos, además, se conservan mejor en racimo y no sueltos, y se han de consumir lo antes posible una vez alcanzada su madurez.

Propiedades Nutritivas:

Destaca su contenido de hidratos de carbono, por lo que su valor calórico es elevado. Los nutrientes más representativos del plátano son el potasio, el magnesio, el ácido fólico y sustancias de acción astringente, tres vitaminas antioxidantes A, C y E; sin despreciar su elevado aporte de fibra, del tipo fruto-oligosacáridos,. Estas últimas lo convierten en una fruta apropiada para quienes sufren de procesos diarreicos. El potasio es un mineral necesario para la transmisión y generación del impulso nervioso y para la actividad muscular normal, interviene en el equilibrio de agua dentro y fuera de la célula. El magnesio se relaciona con el funcionamiento de intestino, nervios y músculos, forma parte de huesos y dientes, mejora la inmunidad y posee un suave efecto laxante. El ácido fólico interviene en la producción de glóbulos rojos y blancos, en la síntesis material genético y la formación anticuerpos del sistema inmunológico. Contribuye a tratar o prevenir anemias y de espina bífida en el embarazo.

Composición por 100 gramos de Porción Comestible:

Calorías 85,2	Potasio (mg) 350
Hidratos de carbono (g) 20,8	Provitamina A (mcg) 18
Fibra (g) 2,5	Vitamina C (mg) 11,5
Magnesio (mg) 36,4	
Acido fólico (mcg) 20	
mcg = microgramos	

2.4 FACTORES MACROENTORNO

2.4.1 FACTORES ECONÓMICOS GENERAL

La expansión del consumismo, el incremento de zonas comerciales y la situación económica aceptable del país, ayudan al consumo de productos considerados de lujo. A pesar de haber existido incrementos en los precios de la materia prima, los productos utilizados por HOT FRUITS no se han visto afectados, por lo cual mantienen precios estables.

2.4.2 FACTORES POLÍTICOS

Los bloqueos y las prohibiciones a las importaciones, nos obligan a consumir productos ecuatorianos. Pero a la vez que nos enfrentamos a un período de reducción a la importación, también se ha incrementado en gran parte el apoyo a las pequeñas industrias. Existe por ejemplo un fácil acceso a créditos de la Corporación Financiera Nacional, así como también a capacitación ofrecido por el Ministerio de Industrias y Productividad.

2.4.3 FACTORES TECNOLÓGICOS

Las empresas ecuatorianas no tienen un fácil acceso a la tecnología como la tiene la industria internacional. Esto nos vuelve débiles ante la competencia internacional, pero no se ve afectación a nivel nacional gracias al intento de igualar la balanza comercial ecuatoriana.

2.4.4 FACTORES LEGALES

2.4.4.1 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

La empresa va a tener siempre sus permisos y requisitos legales al día. Se deberá cumplir con los requisitos establecidos por la Superintendencia de Compañías, SRI, Instituto de Higiene Izquieta Pérez, Municipio, Bomberos, Ministerio de Salud, etc.

2.4.4.2 AFILIACIÓN CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

La empresa estará afiliada a la Cámara de Comercio de Guayaquil para aprovechar sus beneficios como por ejemplo: asesoría legal, capacitación, información real de mercado, información situación política y económica nacional e internacional así como también varios beneficios para el personal.

2.5 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

2.5.1 ANÁLISIS DE COMPETENCIA

No existe un competidor directo para Hot Fruits que produzca un producto igual o similar. La única empresa que puede ser considerada competidor es la productora de las salsas Olé, lo cual está más detallado en el siguiente cuadro:

NOMBRE DEL PRODUCTO	OLÉ – MARACUYÁ 147 ml 	OLÉ - AJÍ CON JENGIBRE 147 ml 	OLÉ – TOMATE DE ÁRBOL 147 ml 	BAN-HOT 150 ml 	COSTO TEÓRICO 32%	COSTO REAL
SALSA DE AJÍ	\$ 1.13	\$ 2.48	\$ 1.13	\$ 2.45	\$ 1.75	22.86 %

Fuente: Autor

Valor de Materia Prima

VMP: \$ 0.54

COSTO DE VENTA

valor de materia prima * 100 / 32%

VMP*100/32%

$0.54 * 100 / 32\% = \$1.68$

COSTO POTENCIAL

valor de materia prima * 100 / costo de venta

VMP*100/CV

$0.54 * 100 / 2.45 = 22.04\%$

Compañía OLÉ

Especies Exóticas es una compañía que se especializa en la producción de salsas. Se encuentran en Ecuador, Sur América.

La empresa fue establecida en 1994, produce salsas combinando frutas tropicales y ajíes bajo su propia marca, Ole Hot'n Fruity. También ofrecen productos para la venta bajo otras marcas privadas.

CAPÍTULO III

3.1 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

En el Ecuador tenemos carencia de productos innovadores de alta calidad, por lo que el consumidor ecuatoriano aprenderá a valorar un producto de calidad. Es por eso que Hot Fruits crea un producto que busca ser diferente y que pueda resaltar las características exóticas de nuestra región. Así como tenemos un país exótico y diverso, también podemos tener productos exóticos y diversos producidos bajo los más altos estándares de calidad.

3.2 BREVE MUESTREO DEL SEGMENTO DEL MERCADO

El producto de Hot Fruits se dirige a un segmento de clase media y media-alta, y busca satisfacer los paladares más exigentes, de personas dispuestas a probar sabores dulcemente picantes.

CAPÍTULO IV

4.1 PLAN FODA

FORTALEZAS:

- HOT FRUITS es la pionera en el mercado nacional e internacional que realiza productos únicos, diferentes e innovadores que resaltan los sabores ecuatorianos.
- No existe competencia.
- Existe una gran demanda por sabores nuevos a nivel mundial.
- La materia prima no es importada, por lo que facilita la producción, beneficia los costos y permite producir los 365 días del año.

OPORTUNIDADES:

- Trabajar directamente con el sector agrícola ecuatoriano, para evitar la intervención de intermediarios.
- Tener un precio que a nivel nacional permita accesibilidad.
- A nivel internacional el precio variará para dirigirse a los segmentos sociales más altos.

DEBILIDADES:

- Productos nuevos en el mercado pueden generar desconfianza en el consumidor.
- Los precios generados por una exportación puede incrementar demasiado el precio del producto.

AMENAZAS:

- Existencia de plagas en la materia prima.
- Existencia de plaguicidas que puedan alterar la parte organoléptica del producto.
- Mal envase del producto.
- Situación política inestable.

4.2 NOMBRE DE LA EMPRESA

- HOT FRUITS

4.2.1 NOMBRE DEL PRODUCTO

- BAN-HOT

4.3 VISIÓN

HOT FRUITS quiere posesionarse en nuevos mercados como líder en producción y distribución de salsas exóticas, destacándonos primero con nuestros productos, empleando métodos novedosos a nivel promocional. Buscamos también generar ambientes de confianza y seguridad con nuestros proveedores y clientes con la seriedad que nos caracteriza.

4.4 MISIÓN

HOT FRUITS se encuentra dirigida a consumidores dispuestos a experimentar sabores nuevos, únicos e innovadores manteniendo siempre en alto su calidad. Fabricamos productos nacionales que aportan a la nueva tendencia de sabores ecuatorianos con productos enteramente ecuatorianos.

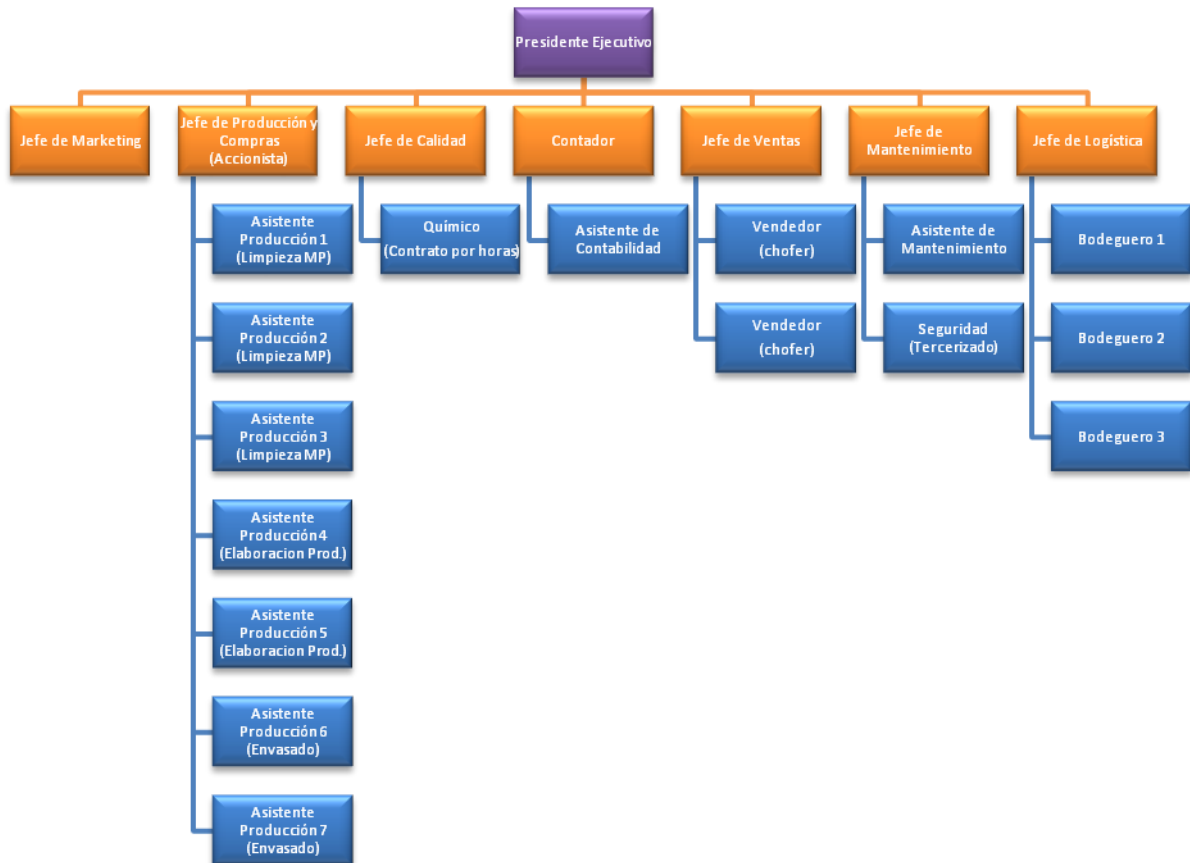
4.5 ORGANIGRAMA

4.5.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Autor

4.5.2 ORGANIGRAMA POR PUESTOS DE TRABAJO



Fuente: Autor

4.5.2.1 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO

Presidente Ejecutivo

Funciones y Responsabilidades:

Responsable de que la empresa funcione correctamente en todos sus aspectos (económico, productivo, calidad, etc.). Toma de decisiones en la planeación empresarial.

Sus funciones:

- Controlar el perfecto funcionamiento de los departamentos.
- Coordinar y controlar aspectos legales.
- Vigilar el cumplimiento de normas y políticas de la empresa.

Jefe de Marketing

Funciones y Responsabilidades:

Responsable de analizar la información interna y externa, respecto a la posición de la empresa, sus productos y servicios en el mercado, la competencia en cada segmento y la evolución y progreso de los distintos mercados.

Sus funciones:

- Definir proyectos de investigación de mercado de la empresa (productos, sectores, consumidores, etc.), y así llegar a la mente del consumidor y posicionar nuestra marca.
- Evaluar los resultados de las campañas de publicidad respecto al mercado: impacto, imagen, posición.

- Analizar la posición de la organización y sus productos respecto al mercado y la competencia.
- Realización de campañas publicitarias tanto graficas como de texto.

Jefe de Producción y Compras

Responsabilidades y funciones: (Compras)

Responsable de la adquisición de productos y materiales necesarios en la empresa para desarrollar su actividad normal en las diferentes secciones.

Sus funciones:

- Establecer los procedimientos a seguir en las acciones de compra de la empresa.
- Mantener los contactos oportunos con proveedores para analizar las características de los productos, calidades, condiciones de servicio, precio y pago.
- Emitir los pedidos de compra en el plazo adecuado para que su recepción se ajuste a las necesidades de cada sección.
- Participar en las pruebas y control de muestras para asegurar que reúnen las condiciones especificadas.
- Controlar los plazos de entrega, estado de los artículos, recepción y condiciones de las facturas y entrega de las mismas a contabilidad para su registro, pago y contabilización.
- Búsqueda de proveedores alternativos que puedan suministrar los mismos productos o materias primas en mejores condiciones de plazo, calidad y precio que los actuales.

- Vigilar, de la situación de los stocks, avisando y apoyando con diseño de acciones sobre las desviaciones por exceso o defecto que en el almacén se puedan estar produciendo.

Responsabilidades y funciones: (Producción)

Responsable del correcto manejo de materia prima, del funcionamiento eficaz de la producción y control sanitario.

Sus funciones:

- Verificar que el producto haya sido previamente inspeccionado bajo control de calidad.
- Verificar que el producto haya sido sanitizado, que esté libre de suciedad y bacterias.
- Participar activamente en el proceso de producción, por lo cual podrá asegurar el verdadero cumplimiento de normas de calidad de la empresa.
- Asesorar a asistentes de producción del correcto uso de materia prima.

Asistentes de Producción

Limpieza:

- Cumplir con las normas sanitarias que emplea la empresa en cuanto al producto.
- Manejar con precaución el uso de desinfectantes tanto en áreas de trabajo, como en producción.
- Verificar que todo esté limpio y desinfectado.

Producción:

- Cumplir con la estandarización de la receta.
- Optimizar los recursos (no desperdicios)
- Respetar las normas sanitarias.
- Basarse en el concepto de calidad.

Envasado:

- Verificar que el envase no tenga ninguna abolladura, desperfecto, suciedad.
- Verificar que los frascos estén en perfecto funcionamiento.
- Realizar el proceso minucioso de control de bacterias. (limpieza y sanitización).
- Controlar todo el procedimiento de envasado.
- Guardar el producto terminado en cajas y enviar al área de bodega.

Jefe de Calidad

Es el responsable de verificar y hacer cumplir las normas de calidad que establece la empresa.

Sus funciones:

- En cuanto a materia prima, debe verificar siempre que el producto este apto para el proceso de elaboración diaria y a largo plazo.
- Trabaja conjuntamente con el jefe de compras, en cuanto a asegurar las condiciones que requiere la producción.
- Estará en continuo seguimiento de la producción, verificando que se respete la estandarización de las recetas.

- Trabajará con el químico una vez al mes en la finalización de la producción, para verificar los resultados.
- Asesorar a asistentes de producción del correcto uso de aditivos.

Contador

Puesto de carácter supervisor y operativo dentro del área contable ya que su labor se centra en supervisar y controlar todas las operaciones contables realizadas por la asistente contable trabaja en estrecha relación con este.

Sus funciones:

- Revisión de los movimientos contables.
- Elaboración de estados financieros periódicos.
- Elaboración de informes contables.
- Controlar todas las operaciones contables.
- Brindar accesoria en asuntos contables.

Asistente de Contabilidad

Puesto operativo dentro del área contable ya que esta encargado de registro y control de todas las operaciones contables de la empresa contando la organización con un puesto que controla y supervisa al asistente contable que es el puesto de Contador.

Sus funciones:

- Registro de operaciones contables de la empresa.
- Digitación de todas las operaciones contables.
- Mantener al día todos libros contables.

- Generar información contable necesaria, para cualquier toma de decisión.
- Elaboración del cronograma de pagos.
- Registrar los vouchers en el sistema operativo contable.
- Recepción de facturas de proveedores.
- Verificación diaria de caja chica.
- Verificar e informar deudas, gastos de la empresa.
- Tramites documentarios y tributarios de la empresa.
- Archivar todos los documentos contables y legales.

Jefe de Ventas

Su responsabilidad es generar ventas rentables para la empresa, promocionar el producto de manera que llegue a posicionarse en la mente del consumidor, asegurando la calidad de nuestro producto. Capacitar adecuadamente a los vendedores.

Sus funciones:

- Autorizar descuentos.
- Organizar por zonas a sus vendedores.
- Aprobar créditos y formas de pago de clientes.
- Supervisa cumplimiento de metas en ventas.
- Evaluar necesidades y problemas.
- Analizar los datos de ventas.
- Negociar condiciones de ventas.
- Obtener y analizar información de estrategia sobre algún mercado.
- Explorar permanentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales.
- Evaluar nuevos usos o necesidades de consumo de los clientes activos.
- Realizar un seguimiento de consumos por cada cliente.

- Elaborar informes periódicos sobre novedades de la competencia en su zona.
- Elaborar informes sobre reclamos y novedades de sus clientes.
- Colaborar con la Empresa gestionando la documentación del cliente, necesaria para concretar el vínculo comercial.

Vendedor

Funciones:

- Preparar pronósticos de venta en función del área asignada para ser evaluados por la supervisión.
- Definir las necesidades de material promocional y soporte técnico para su zona.
- Programar el trabajo en su área, anticipando los objetivos de cada gestión.
- Cerrar las operaciones de venta a los precios y condiciones determinados por la empresa.
- Informar diariamente al Jefe de Ventas los resultados de sus visitas.
- Respetar los circuitos o itinerarios previamente trazados en su zona.
- Visitar a todos los clientes (activos y/o potenciales) de acuerdo a la zona establecida.
- Completar los formularios y procedimientos para registrar las operaciones de venta.
- Realizar cobranza en función de cumplir con las metas fijadas en los presupuestos mensuales.
- Mantener a los clientes informados sobre novedades, posibles demoras de entrega y cualquier otro tipo de cambio significativo.
- Vender los productos que la empresa determine, en el orden de prioridades por ella establecidos.
- Concurrir a las reuniones de trabajo a que fuera convocado.

En cuanto a Promoción:

- Colaborar en la distribución del material promocional en los locales.
- Asesorar técnicamente, comercial y promocionalmente a sus clientes.
- Crear oportunidades y facilitar la llegada del personal de promoción técnica al cliente.
- Actuar como vínculo activo entre la Empresa y sus clientes para gestionar y desarrollar nuevas propuestas de negocios de promoción.
- Controlar la evolución del consumo de los clientes.
- Informar sobre eventuales novedades de productos y sus aplicaciones.
- Comunicar al cliente las novedades sobre precios y condiciones.
- Mantener al cliente informado sobre cambios significativos dentro de la empresa.
- Llevar un control detallado de las operaciones de cada cliente.
- Analizar e informar a la empresa sobre cómo operan comercialmente sus clientes.

Capacitación:

- Concurrir puntualmente a reuniones, charlas o cursos de capacitación a los que fuera convocado por la Empresa.
- Promover las visitas de los Clientes a la Empresa cuando le fuera solicitado.
- Actuar como instructor de otros vendedores cuando la Empresa se lo solicite.

Jefe de Mantenimiento

Responsable del adecuado mantenimiento de las instalaciones de la organización, de acuerdo con los planes de mantenimiento y necesidades

puntuales, con el fin de que todas las instalaciones y maquinarias presten su servicio en el momento de ser requeridas.

Sus funciones:

- Elaborar programas de mantenimiento, asegurándose de su cumplimiento en tiempo y calidad.
- Supervisar y ejecutar los programas de mantenimiento preventivo.
- Prever las necesidades de piezas de recambio y maquinaria.
- Verificar la puntualidad y calidad del material recibido.
- Controlar los trabajos de mantenimiento contratados o encargados a otros.

Asistente de Mantenimiento

Tiene como responsabilidad brindar apoyo al jefe de mantenimiento, deberá estar suficientemente capacitado e informado a cerca de los equipos de la empresa para el adecuado mantenimiento y arreglo de maquinaria. Deberá seguir similares funciones, más como un soporte.

Funciones:

- Prever las necesidades de piezas de recambio y maquinaria.
- Verificar la puntualidad y calidad del material recibido.
- Controlar los trabajos de mantenimiento contratados o encargados a otros.

Seguridad

Tiene como responsabilidad velar por la seguridad de la empresa, protección y vigilancia, tanto bienes físicos como humanos.

Debe tener Habilidad para la detección e inspección de situaciones de riesgo y requiere habilidad para coordinar acciones con las demás personas de la empresa.

Sus funciones:

- Organizar, coordinar y controlar las actividades de seguridad física de la planta.
- Control para la entrada y salida de bienes, desde su entrada.
- Supervisar y controlar la entrada y salida de visitantes.
- Cumplir con las normas de seguridad física.
- Inspeccionar la existencia de fuga de bienes, equipos y herramientas de la empresa.
- Respetar las normas de conducta frente a empleados, personales ejecutivos y visitantes.
- Registrar el personal que llega atrasado.
- Reportar novedades que se presentaren durante el ejercicio de sus funciones.
- Preparar y presentar informe mensual de actividades desarrolladas.
- Presentar sugerencias para la aplicación de procedimientos y normas de guardianía y seguridad física.
- Cumplir y hacer cumplir las políticas, reglamentos y demás disposiciones normativas establecidas en la empresa para la buena marcha, operación y seguridad de la central de generación.

Jefe de Logística

Organiza y coordina las tareas del personal de bodega.

Sus Funciones:

- Organizar la ruta de entrega de los camiones.
- Coordinar qué mercadería debe ser despachada primero, para no correr el riesgo de que el producto caduque en nuestras bodegas.
- Coordinar fechas y horas de entrega con los clientes.
- Emitir guías de remisión.

Bodegueros

Se encargan de recibir el producto por parte del área de producción en cajas abiertas de 20 unidades. Las sellan y etiquetan por fechas y lotes, luego las colocan en los pallets y las acomodan en los espacios de la bodega.

Para el despacho: Recibirán una factura original emitida por el contador, la cual será entregada al chofer con su respectiva guía de remisión. Prepararán el pedido y cargarán en el camión.

Transporte

Para el transporte de mercadería se van a alquilar camiones con sus respectivos choferes.

Sus Funciones:

- Transportar de forma adecuada la mercadería.

- Recibir la factura original del pedido por parte del departamento de logística con su respectiva guía de remisión y entregar al cliente.
- Verificar que el pedido este completo.
- Entregar la copia de factura (papel amarillo) al área contable.

Químico

El químico supervisará el desarrollo de la fórmula una vez al mes.

Trabjará conjuntamente con el jefe de calidad.

Sus funciones:

- Controlar y verificar que las proporciones de aditivos sean adecuadas.
- Verificar que el material utilizado este en perfectas condiciones.
- Establecer las normas operativas correspondientes a las diferentes etapas del proceso de fabricación, conservación, almacenamiento.
- Realizar asesoramiento al personal de producción en cuanto a la utilización de aditivos.

Accionistas

Darán el capital inicial para la formación de la empresa, cuando este ya establecida estarán informados de la parte financiera y administrativa, en caso de dificultades también apoyaran económicamente.

Contaremos con cinco accionistas que aportaran con \$20.000 USD.

Supervisores:

- Presidente Ejecutivo CEO
- Accionistas
- Accionista - (Jefe de Producción y Compras)

Inmediatos inferiores:

- Jefe de Ventas – Vendedores
- Jefe de marketing
- Jefe de Calidad
- Contador - Asistente
- Jefe de Mantenimiento – Asistente
- Químico
- Seguridad
- Jefe de producción y compras – Asistentes (limpieza, producción, envasado)
- Jefe de logística - Bodegueros

4.6 POLÍTICAS DE LA EMPRESA

NORMAS Y POLÍTICAS DE HOT FRUITS

- Realizar nuestro trabajo con excelencia y eficacia.
- Puntualidad a la hora de trabajar.
- Brindar trato justo a los clientes, e intentar adaptarse a sus necesidades “El cliente tiene la razón”.
- Respeto con las personas, todo personal de la empresa debe tener un comportamiento ético.
- Todo problema se deberá informar rápidamente a cualquier autoridad de la empresa, para tomar las medidas necesarias.
- **En los contratos del personal habrá una cláusula que prohíbe al empleado crear un producto igual o similar. Esta cláusula se encontrará vigente por el periodo de relación laboral, y luego de diez años de darse por terminada la misma.**
- Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter poli funcional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
- Nuestro personal recibirá capacitación permanente.
- Nuestros productos deberán tener mejoramiento continuo, en mejora de los estándares de satisfacción de nuestros clientes.
- Nuestra empresa asegurará y mantendrá el cumplimiento de los criterios establecidos en el plan de HACCP en todas sus operaciones. (bodega, producción, despacho, etc.)

NORMAS DE SANIDAD DE ÁREA DE PRODUCCIÓN

- Correcto uso del uniforme (limpio y pulcro)/(uso de malla, gorro, delantal, zapatos/ botas antideslizantes, mascarilla, guantes)
- El personal deberá estar siempre bien presentado.
- Lavarse y desinfectarse las manos antes y después de la manipulación de alimentos.
- Deberán tener uñas cortas.
- No usar ningún tipo de accesorio en el cuerpo. (aretes, pulseras, relojes, cadenas, anillos, piercing, etc.)

SANCIONES

Cualquier incumplimiento o infracción mínima cometida a nivel interno de la empresa, será sancionado con una multa económica descontada directamente del sueldo del mes corriente.

El valor de la sanción será definido de acuerdo a la gravedad en el consejo directivo o por el jefe directo, y no podrá ser impugnado bajo circunstancia alguna.

Si dentro de diez minutos después de haber comenzado la jornada laboral, el empleado no asiste a sus labores, se lo tomara como inasistencia voluntaria. La sanción será la siguiente: la persona no podrá asistir a su trabajo en ese día y tendrá un descuento económico equivalentes a 2 días laborables.

POLÍTICAS DE LA EMPRESA

POLÍTICA DE COMPRA 1

Fecha: 2009-10-24

Para: CEO

El excelente equipamiento de nuestra empresa, asegurará una producción de calidad y se dirigirá a una producción pensada a futuro. Nuestras oficinas estarán equipadas para ser relacionadas a nuestra imagen corporativa.

- Adquirir maquinaria que sea de excelente calidad, y permita tener niveles de producción altos.
- Toda la maquinaria deberá tener facilidad de mantenimiento, y que a su vez sea económico.
- Los muebles para oficinas deben tener su utilidad justificada, precios razonables, y calidad duradera.
- El reemplazo de equipos se hará tan solo al momento que el equipo sufra daños extremadamente costosos, y cuyo arreglo no tenga justificación alguna. Para esto también se tomará en cuenta el nivel de depreciación en el que se encuentre.

POLÍTICA DE COMPRA 2

Cualquier proceso de compra requiere como paso previo la definición de las especificaciones: Qué se va a comprar y la previsión de las necesidades (cuánto y cuando).

- Comprar referencias de mercado y no productos a medida.
- Comprar bajo especificación funcional y no por marca comercial.
- Estandarización de referencias.
- Comprar por coste total.

POLÍTICA DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Fecha: 2009-10-24

Para: Jefe de Departamentos de Calidad y Producción

La selección de los proveedores asegurará que nuestro producto sea de alta calidad y que en ningún momento debamos detener la producción por escases. También se deberá basar en el principio de relación precio-calidad.

- Los proveedores deberán cumplir los estándares de calidad exigidos por el Departamento de Calidad de nuestra empresa.
- Se deberá tener por lo menos tres proveedores para cada producto, a los cuales se les harán pedidos de forma rotativa para mantener la fidelidad en todos ellos.
- Nuestros proveedores deberán ser flexibles, ajustándose a fechas y horarios predefinidos en la empresa.

POLÍTICA DE PAGO PROVEEDORES

Fecha: 2009-10-24

Para: Departamento de Contabilidad

Los pagos a proveedores se harán cumpliendo los plazos negociados con los mismos, intentado aprovechar los descuentos de pronto pago, sin afectar nuestra liquidez.

- Nunca podrán haber atrasos en los pagos que nos puedan perjudicar con intereses por mora.
- Todos los pagos se harán con cheque, que deberá ser retirado por una persona autorizada por el proveedor, directamente en nuestras oficinas.

POLÍTICA DE CREDITO PARA CLIENTES

Fecha: 2009-10-24

Para: CEO

Se ofrecerán créditos a los clientes para un incremento en las ventas.

- Se deberá analizar la situación del negocio de cada cliente, para así determinar el tiempo de créditos más adecuado.
- Intentaremos una pronta recuperación de deudas, ofreciendo descuentos de pronto pago.
- Al no pagar de forma puntual una deuda, el cliente deberá cancelar adicionalmente el valor máximo por mora permitido por la ley, y se utilizarán todos los medios legales permitidos para recuperar estos valores.
- Los créditos serán de mínimo quince días, y no podrán ser de más de noventa días.

POLÍTICA DE USO DE UNIFORMES

Fecha: 2009-10-24

Para: Departamento de Producción

El buen manejo y la presentación adecuada de uniformes reflejará nuestra imagen empresarial, por tanto el personal de HOT FRUITS deberá acatar fielmente las siguientes disposiciones:

- Deberá llevar el uniforme limpio y pulcro.
- Se mantendrá un inventario de uniformes entregado al personal.
- Se prohíbe realizar modificaciones de cualquier tipo al uniforme.
- Se prohíbe utilizar el uniforme en sitios y áreas que no correspondan al trabajo.
- Se prohíbe el uso de cualquier accesorio adicional (cadenas, anillos, etc.) que no forme parte del uniforme.

POLÍTICA DE IMAGEN DE LA EMPRESA

Fecha: 2009-10-24

Para: marketing- consumidor (imagen comercial)

Todo el personal (imagen corporativa)

La imagen comercial juvenil y divertida que nuestra empresa proyecta hacia los consumidores, pretende impregnar la marca en su mente y establecernos como pioneros de nuestro segmento.

- La imagen comercial deberán ser diseñadas por el departamento de marketing, y puestas en marcha bajo previa autorización de el/la CEO.
- La imagen corporativa reflejara absoluta seriedad hacia nuestros socios comerciales.

POLÍTICA DE RELACIONES PUBLICAS INTERNAS

Fecha: 2009-10-24

Para: Todo el personal

Su busca la mejora del ambiente laboral, evitando conflictos y generando confianza entre los colaboradores.

- Se prohíbe enteramente la falta de respeto hacia los colaboradores así como también cualquier acto de racismo o discriminación.
- Ofrecer los mismos recursos entre departamentos.
- Respetar opiniones, valores y personalidad de colaboradores.
- El trabajo debe ser organizado y colaborativo para obtener mejores resultados.
- Se necesitará tener una buena comunicación para permitir el flujo de información positiva y negativa, que podrá ser resuelto inmediatamente.

POLÍTICA DE CORTESIA TELEFÓNICA

Fecha: 2009-10-24

Para: Recepción – Todo el personal

La contestación de las llamadas, debe reflejar absoluta seriedad y ofrecer con la mayor amabilidad posible la respuesta y solución al requerimiento de la persona que llama.

- Cualquier llamada se debe contestar inmediatamente si hacer esperar demasiado tiempo a la persona que llama, al igual que se debe evitar hacer esperar demasiado tiempo a una persona en la línea por cualquier razón.
- Nuestras respuestas deben ser de forma educada y expresadas con la mayor claridad posible.
- Si trata con personas de otros países sea claro, entendible y directo.
- Se debe tener mucha paciencia, conservando los buenos modales, a pesar de la actitud del llamante.
- Si las cosas se ponen complicadas, siempre se podrá transmitir la llamada a un superior.

POLÍTICA DE PRECIOS

Fecha: 2009-10-24

Para: Cliente - Consumidor

El precio de nuestros productos deberá reflejar la calidad de los mismos, procurando crear la mayor accesibilidad posible.

- Nuestros precios serán calculados de acuerdo a una rentabilidad fijada por el/la CEO, prohibiéndose también los excesos en los mismos.
- Un precio razonable estimula el crecimiento en las ventas.
- A pesar de no existir competencia nuestro producto no podrá ser extremadamente caro.
- Los precios deberán ser revisados con frecuencia, ya que se pueden reflejar cambios en el mercado que los afecten.
- Nuestros precios no deberán variar con demasiada frecuencia, para mantener la fidelidad con los clientes y no generar desconfianza.

POLÍTICA DE VACACIONES

Fecha: 2009-10-24

Para: Todo el personal

El control de vacaciones del personal, pretende ofrecer su merecido descanso a los colaboradores, sin que esto pueda afectar las labores diarias de la empresa.

- Las vacaciones deberán ser coordinadas y autorizadas en Enero para todo el año, por el jefe del departamento.
- Las vacaciones serán de máximo 15 días hábiles al año, incrementándose un día por año a partir del quinto año de labores en la empresa.
- Los colaboradores deberán tomar de forma obligatoria en el transcurso del año laboral todas sus vacaciones, no habrá pago por días no vacacionados, ni tampoco se podrá acumular vacaciones de un período a otro.
- La inasistencia del personal los días viernes por la tarde, se le computara automáticamente como día completo de vacaciones.
- No se puede pedir días adicionales de vacaciones en el año a cuenta del siguiente período.

POLÍTICA DE PAGO A LOS COLABORADORES

Fecha: 2009-10-24

Para: Todo el personal

Se busca ofrecer sueldos que incentiven a la superación de los colaboradores.

- Remunerar a cada colaborador de acuerdo con el valor del cargo que ocupa.
- Recompensarlo adecuadamente por su desempeño y dedicación.
- Atraer y retener a los mejores candidatos para los cargos.

POLÍTICA DE INGRESOS

Fecha: 2009-10-24

Para: CEO – Junta de Accionistas

Los ingresos serán manejados correctamente para cubrir las necesidades principales de la empresa e impulsar su crecimiento.

- Los ingresos servirán para cubrir las necesidades básicas, así como también todos los gastos de producción o administrativos que se puedan generar.
- Las acciones a tomar con los sobrantes serán decididos por el grupo administrativo y la junta accionaria.

POLÍTICA DE COMIDA PARA EL PERSONAL

Fecha: 2009-10-24

Para: Todo el personal

Se busca satisfacción para el personal y bienestar para los mismos.

- Se ofrecerán los espacios necesarios para que los colaboradores puedan almorzar.
- Todos recibirán media hora diaria para su almuerzo, que será adicionado a la jornada laboral.

SANCIONES

Fecha: 2009-10-24

Para: Todo el personal

Cualquier incumplimiento o infracción mínima cometida a nivel interno de la empresa, será sancionado con una multa económica descontada directamente del sueldo del mes corriente.

El valor de la sanción será definido de acuerdo a la gravedad en el consejo directivo o por el jefe directo, y no podrá ser impugnado bajo circunstancia alguna.

Si dentro de diez minutos después de haber comenzado la jornada laboral, el empleado no asiste a sus labores, se lo tomara como inasistencia voluntaria. La sanción será la siguiente: la persona no podrá asistir a su trabajo en ese día y tendrá un descuento económico equivalentes a 2 días laborables.

INCENTIVOS

Fecha: 2009-10-24

Para: Todo el personal

Se ofrecerán incentivos a los colaboradores, para incrementar su desempeño laboral y mejorar su actitud frente a la empresa.

- Habrá incentivos para los colaboradores que presenten ideas realizables que ayuden en cierta forma a la compañía.
- Los incentivos se ofrecerán de acuerdo a los logros de cada persona, y será el CEO quién decida si ofrecerlo y también su valor.

POLÍTICA DE USO DE INSTALACIONES DEL PERSONAL

Fecha: 2009-10-24

Para: Todo el personal

Nos llevará a una mejor conservación de instalaciones, y ayudará a mantener el la imagen en alto.

- Las instalaciones deberán estar siempre limpias y pulcras.
- Todo daño deberá ser informado inmediatamente.
- Los reglamentos de sanidad y seguridad deberán ser tomados en cuenta siempre.
- El mal manejo de teléfono, luz o agua será sancionado por el jefe inmediato.

POLÍTICA DE CRÉDITO PARA CLIENTES

La política de crédito es una forma de transacción comercial basada en la confianza que se les otorga a los clientes en fechas determinadas. Con esto se busca ofrecer un mejor servicio y mejores precios en nuestros productos.

Disminución de días de crédito

El departamento financiero podrá disminuir los días originalmente otorgados si el cliente se retrasa continuamente en los pagos.

SUSPENSIÓN TEMPORAL DE FACTURACIÓN (DE CRÉDITO Y DE CONTADO).

No se podrá facturar al cliente bajo ninguna circunstancia (sin excepción a esta regla) cuando:

1. Tenga facturas vencidas por más de 7 días
2. Esté por encima de la línea de crédito

Suspensión definitiva de crédito

Se suspenderá la línea de crédito a los clientes créditos, en las siguientes situaciones:

1. Al segundo cheque devuelto
2. Cuando su promedio de pago mensual sea mayor a los 15 días de vencida la factura.

Facturación

1. Es obligatorio que la factura original sea sellada por la empresa cliente y firmada por el representante legal o en su defecto por la persona autorizada por el representante.
2. La factura original debe quedar en el departamento financiero hasta su cancelación.

Cobro de interés por mora

Todo cliente crédito que tenga facturas vencidas por más de 14 días, se le cargará un interés del 0,75% del monto de la factura. Para este caso, el departamento financiero puede darle el monto exacto de los intereses generados. Durante este período de gracia de 14 días no habrá cargo de intereses, pero tampoco se permitirá generar nuevas facturas.

Pagos

1. Si al momento de cancelar la factura existe algún diferencial cambiario se cancelará una factura y se generará una nota de debito que se suma a la deuda pendiente del cliente y que afectará su línea de crédito si no es cancelada a tiempo.
2. Los cheques devueltos por razones imputadas al cliente tendrán un recargo del 2%.

Beneficios por pronto pago

1. Si el cliente cancela su factura una semana antes de su vencimiento (7 días mínimos), tendrá un descuento especial del 3%.

4.7 MANUAL DE SANIDAD E HIGIENE

A) CÓMO ASEGURAR UNA HIGIENE PERSONAL ADECUADA

A.1 Cómo se puede contaminar los alimentos

A.1.1 Buenas Prácticas de Higiene Personal

A.2 Cuándo y cómo lavarse las manos

A.3 Cómo usar los guantes de manera correcta

A.1 COMO SE PUEDE CONTAMINAR LOS ALIMENTOS

Actos simples que causan la contaminación:

- Rascarse la cabeza
- Frotarse la oreja
- Escupir en el suelo
- Tener sucio el uniforme
- Tocarse un grano o lesión
- Limpiarse o tocarse la nariz
- Pasarse los dedos por el cabello
- Toser y estornudar en la mano
- Tocarse los zapatos

A.1.1 BUENAS PRÁCTICAS DE HIGIENE PERSONAL

- Ducharse o bañarse a diario
- Cortarse y limpiarse las uñas y no usar esmalte para uñas ni uñas postizas.

- Quitarse todas las joyas, incluso el reloj y las alhajas con información médica.
- Ponerse ropa limpia

Cada vez que usted esté enfermo, especialmente con diarrea, fiebre, vómitos o con la garganta irritada y con fiebre, debe comunicárselo a su jefe de producción inmediatamente.

Nunca debe comer, beber o fumar mientras prepara alimentos o mientras esté presente en áreas en las que se preparan alimentos o en las que se lavan equipo, materia prima y utensilios. Tal vez pueda beber bebidas de un contenedor cerrado bajo ciertas circunstancias. Consúltelo al jefe de producción.

Nunca debe fumar con el uniforme puesto dentro o fuera de la empresa.

A.2 CUÁNDO Y COMO LAVARSE LAS MANOS

Debe lavarse las manos antes de comenzar a trabajar y después de las siguientes actividades:

- Ir al baño.
- Tocar alimentos crudos (y antes de tocarlos también).
- Tocarse el cabello, la cara o el cuerpo.
- Estornudar, toser o usar un pañuelo o un pañuelo desechable.
- Fumar, comer, beber, o masticar goma o tabaco.
- Manipular productos químicos que podrían afectar la seguridad de los alimentos.
- Sacar la basura.
- Limpiar las mesas de trabajo o tocar superficies sucias.

- Tocar prendas de vestir o delantales.
- Tocar cualquier cosa que pueda contaminar las manos, como equipo, superficies de trabajo y trapos sin sanitizar.
- Ponerse guantes.

Pasos para lavarse las manos de manera correcta

- Mojarse las manos con agua lo más caliente que pueda aguantar (cuando menos 100° F/ 38° C)
- Aplique jabón
- Frotarse vigorosamente las manos y los brazos por lo menos veinte segundos
- Limpie debajo de las uñas con la ayuda de un cepillo exclusivo para uñas y entre los dedos.
- Enjuáguese completamente las manos y brazos bajo el chorro de agua.
- Séquese las manos y los brazos con una toalla de papel de un solo uso o una secadora de aire caliente limpia y sanitizada correctamente.

Nunca se lave las manos en un lavabo para ollas y cacharros o uno para alimentos.

Lávese las manos solo en un puesto designado para el lavado de manos.

A.3 CÓMO USAR LOS GUANTES DE MANERA CORRECTA

Si usted usa guantes, lávese siempre las manos antes de ponérselos, y cuando los cambie por un par nuevo. Es importante que seleccione el tamaño correcto y que use los guantes apropiados para la tarea.

Los guantes deben cambiarse:

- Tan pronto como se ensucien o se rompan
- Antes de comenzar una tarea diferente
- Después de manejar alimentos crudos y antes de manejar alimentos en producción y ya listos.
- Cuando menos 4 horas si se usan continuamente, o con más frecuencia si es necesario.

Los guantes nunca se deben usar en lugar de lavarse las manos. Los guantes que se usan para tocar alimentos son de un solo uso y no se deben lavar y volver a usar. Para quitárselos se los debe tomar por la muñeca y halarlos hacia los dedos, de manera que lo de adentro quede afuera y al mismo tiempo debe evitar tocarlos con la palma de la mano y con los dedos. Si tiene un corte o una llaga, cúbrala con un curita nueva y limpia. Si la cortada está en la mano, cobra el curita con un guante o un dedil, así protegerá y evitará que caiga en los alimentos.

B) LA DIFERENCIA ENTRE LIMPIAR Y SANITIZAR

Existe una gran diferencia entre limpiar y sanitizar.

Limpieza: Es remover y eliminar suciedad gruesa de las superficies, está relacionado con la apariencia.

Sanitización.- Es reducir el número de microorganismos hasta niveles seguros, es un proceso que no se puede ver.

Cuándo limpiar y sanitizar:

- Cada vez que las superficies en contacto con alimentos son utilizados
- Al interrumpir una tarea
- Al cambiar de tipo de alimento
- Lo más frecuente posible si no se cambia de actividad o alimentos, por lo menos cada 4 horas.

Cómo asegurar la efectividad del proceso de sanitización:

- Utilizando la cantidad correcta de sanitizante.
- Controlando la temperatura correcta del agua de proceso.
- Utilizando el tiempo correcto de exposición.

Proceso correcto de limpieza y sanitización:

- Limpiar la superficie con agua y detergente específicos para limpieza (incolores, inodoros, sin olor alguno).
- Enjuagar.
- Rociar sanitizante con cantidades adecuadas y sanitizantes específicos para cada superficie o alimento y dejar tiempo correcto de acción del sanitizante (cloro, yodo, amonios cuaternarios).
- Enjuagar.
- Secar al aire.

CAPÍTULO V

PLAN DE MARKETING

5.1 OBJETIVOS

5.1.1 OBJETIVOS GENERAL

Posesionar la marca y el producto como algo único e irremplazable y dar a conocer a la compañía con una imagen comercial juvenil y divertida, que a su vez no debe ser confundida con nuestra seriedad.

5.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Impregnar la marca en la mente del consumidor.
- Hacer sentir la necesidad de consumir el producto.
- Promocionar las riquezas de nuestro país en conjunto con el producto.

5.2 CONSUMIDOR

5.2.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR

El producto de HOT FRUITS se dirige a un segmento de clase media y media-alta, y busca satisfacer los paladares más exigentes, de personas dispuestas a probar sabores dulcemente picantes.

5.2.2 DESEOS Y NECESIDADES DEL CONSUMIDOR

Las personas tienen tendencia a adquirir productos innovadores que puedan satisfacer sus necesidades. En el Ecuador gran parte de los platos son acompañados por una salsa picante que por lo general no varían mucho su fórmula. Ban-Hot aparece aquí para ofrecer sabores completamente nuevos que se salen de lo común.

5.2.3 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y MARKETING

- **Promotoras en Supermercados:** Ubicar stands dentro de los principales centros comerciales del país, en donde modelos nacionales ofrecerán pequeñas muestras gratuitas de información a los clientes.
- **Volantes:** durante un periodo de 3 meses, a partir de la fecha de lanzamiento, se repartirán aproximadamente 9.000 unidades a nivel nacional. Para asegurarnos de que las volantes lleguen al segmento consumidor de nuestro producto, se lo hará a través de revista a manera de insertos.
- **Auspicios Varios:**
 - Entrega de premios en concursos y competencias.
 - Apoyo a la organización en eventos gastronómicos.

- Auspicios publicitarios en páginas web relacionados al área gastronómica.

5.3 MARKETING MIX

Son herramientas o variables de las que dispone el responsable de la mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la compañía.

4PS:
Producto
Precio
Plaza
Promoción

Producto: Cualquier bien, servicio, idea que se ofrezca en un mercado para su adquisición, que satisfaga una necesidad.

Se debe tomar en cuenta 4 elementos fundamentales:

1. La cartera de productos. (es un grupo de productos, servicios o marcas que son ofrecidos por una compañía para su venta./equilibrio en la oferta y diversificación)
2. La diferenciación de productos
3. La marca
4. La presentación

Precio: Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.

Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Los costes de producción.

- El margen que desea obtener.
- El entorno: principalmente la competencia.

Plaza: Que un producto llegue satisfactoriamente al cliente.

Tomar en cuenta 4 aspectos:

1. Canales de distribución. Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
2. Distribución física. Formas de transporte, almacenes, niveles de stock.
3. Planificación de la distribución. La toma de decisiones para hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
4. Merchandising. Consiste en la presentación y disposición del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta.

Promoción:

La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.
- Que se recuerde o se compre la marca/producto.

La comunicación no es sólo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de comunicación son los siguientes:

- La publicidad.
- Las relaciones públicas.
- La venta personal.
- La promoción de ventas.

5.3.1 IMAGEN CORPORATIVA

Nuestra imagen corporativa está diseñada para ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda despertar interés de parte de los consumidores, posicionándose en la mente del consumidor, generando riqueza de marca y facilite así las ventas del producto.

5.3.2 ESLOGAN

- BORN TO BURN...

5.3.3 LOGOTIPO



5.3.4 DISEÑOS PAPELERÍA



CAPÍTULO VI

ANÁLISIS FINANCIERO

6.1 PRECIO

Producto BAN-HOT	\$ 2.45
------------------	---------

6.2 TABLA DE PRECIOS

(Anexo Financiero)

6.3 CUADROS DE PRESUPUESTOS PARA GASTOS

(Anexos Financiero)

6.4 TABLA DE PRESUPUESTOS DE VENTAS

(Anexos Financiero)

6.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Para poder determinar el punto de equilibrio debemos conocer los costos fijos y variables de la empresa.

Costos variables: Son aquellos que cambian en proporción directa con los volúmenes de producción y ventas, por ejemplo: materias primas, mano de obra a destajo, comisiones, etc.

Costos fijos: Son aquellos que no cambian en proporción directa con las ventas y cuyo importe y recurrencia es prácticamente constante, como son la renta del local, los salarios, las depreciaciones, amortizaciones, etc. Además debemos conocer el precio de venta de él o los productos que fabrique o comercialice la empresa, así como el número de unidades producidas.

Fórmula Punto de Equilibrio en Valor:

P.E. \$=	Costos Fijos	
	1 -	Costos Variables
Ventas Totales		

Fuente: Autor

El resultado obtenido se interpreta como las ventas necesarias para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias, si las ventas del negocio están por debajo de esta cantidad la empresa pierde y por arriba de la cifra mencionada son utilidades para la empresa.

$$\text{P.E. \$=} \frac{18110,56}{1 - \frac{5122,75}{23233,31}}$$

$$\text{P.E. \$=} \frac{18110,56}{1 - 0,2204916}$$

$$\text{P.E. \$=} \frac{18110,56}{0,7795084}$$

$$\text{P.E. \$=} 23233,309 \text{ dólares}$$

Fórmula Punto de Equilibrio en Porcentaje:

P.E. %=	$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}}$	X 100
---------	-------------------------------------------------------------------------------	-------

Fuente: Autor

El porcentaje que resulta con los datos manejados, indica que de las ventas totales, el total del porcentaje es empleado para el pago de los costos fijos y variables y el restante, es la utilidad neta que obtiene la empresa.

$$\text{P.E. \%} = \frac{18110,56}{23233,31 - 5122,75} \times 100$$

$$\text{P.E. \%} = \frac{18110,56}{18110,56} \times 100$$

$$\text{P.E. \%} = 1 \times 100$$

$$\text{P.E. \%} = 100 \text{ por ciento}$$

Fórmula Punto de Equilibrio en Unidades:

P.E. U=	$\frac{\text{Costos Fijos X Unidades Producidas}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}}$
---------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Autor

Para que la empresa esté en un punto en donde no existan pérdidas ni ganancias, se deberán vender cierta cantidad de unidades, considerando que conforme aumenten las unidades vendidas, la utilidad se incrementará.

El Análisis de Punto de Equilibrio nos ayuda a la toma de decisiones en las tres diferentes vertientes sobre las que cotidianamente se tiene que resolver y revisar el avance de una empresa, al vigilar que los gastos no se excedan y las ventas no bajen de acuerdo a los parámetros establecidos.

$$\text{P.E. U} = \frac{18110,56 \times 9393}{23233,31 - 5122,75}$$

$$\text{P.E. U} = \frac{170112490,1}{18110,56}$$

$$\text{P.E. U} = 9393 \text{ unidades}$$

(Anexo Financiero: Gráfico Punto de Equilibrio)

CAPÍTULO VII

7.1 CONCLUSIONES

- Existe una gran variedad de sabores que aún no han sido descubiertos y que gracias a la diversidad de materia prima ecuatoriana pueden nacer.
- Ecuador es un país con gran biodiversidad por lo que la materia prima no tiene un costo alto y es de fácil accesibilidad.
- Tenemos acceso a medios de financiamiento que permiten el crecimiento de una pequeña y mediana empresa (PYMES).

7.2 RECOMENDACIONES

- Incentivar el consumo de productos nacionales.
- Facilitar el acceso de tecnología de punta.
- Apoyar y Fomentar la exportación.
- Capacitar a los productores de materia prima para mejorar sus productos.

BIBLIOGRAFÍA

Libro:

Universidad de las Américas, Manual de Gastronomía .Editorial desconocido, año publicación, p. 29-38

Kotler, Philip (2003). Fundamentos de Marketing (6ta edición).Pearson Educación de México, S.A. de C.V., p. 712.

National Restaurant Association (2010), Guia ServSafe del Empleado (5ta edición). Prentice Hall, p. 3-32

BELTRÁN, Joseph (1997). Marketing Internacional Avanzado, Editorial Mc Graw Hill, España, p.143 -160

Documento de Internet:

ABM Negocios Asociados: Banano. URL:

<http://www.abmnegocios.com/Banano.html> Descarga 24/10/2009

Alimentación Sana: El Plátano o Banana. URL: <http://www.alimentacion-sana.com.ar/informaciones/Chef/banana.htm>

Descarga 24/10/2009

Eroski Consumer: Plátano. URL:

<http://frutas.consumer.es/documentos/frescas/platano/intro.php>

Descarga 24/10/2009

UNIVAR: Políticas de Otorgamiento de Crédito. URL:

http://www.univarmexico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=471&Itemid=165

Descarga 24/10/2009

Aduana del Ecuador: Procedimientos para Exportar desde Ecuador. URL:

<http://www.aduana.gov.ec/contenido/procExportar.html> Descarga 17/12/2009

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual: Formulario de solicitud para

Patentes. URL:

<http://www.iepi.gob.ec/pnTemp/PageMaster/iff7lwfcmkwsetml8c0pmbzhskkq0.doc>

Descarga: 10/01/2010

Artesanosecuador: Misión-Visión, Quiénes somos y beneficios. URL:

<http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=33&submenu1=13&id>

iom=1 Descarga: 13/03/2010

Prefectura del Guayas: Demografía, Historia de la Provincia URL:

<http://www.guayas.gob.ec/demografia> Descarga: 27/10/2011

Club Visitaecuador: Datos Generales de Guayas. URL:

<http://www.visitaecuador.com/costa.php?opcion=datos&provincia=10> Descarga:

28/10/2009

ANEXOS



A. UNIFORMES PARA EL PERSONAL

PRODUCCIÓN

FASE 1: LIMPIEZA MATERIA PRIMA

MALLA PARA EL CABELLO



BOTAS BLANCAS ANTIDESLIZANTES



OVEROL



GORRO



MASCARILLA



GUANTES



FASE 2: ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

MALLA PARA EL CABELLO



ZAPATOS ANTIDESLIZANTES



MANDIL PLÁSTICO BLANCO



CHAQUETA Y PANTALÓN BLANCO



GORRO



GUANTES DESCARTABLES



MASCARILLA



MEDIAS BLANCAS



B. HORARIOS Y SALARIOS

HORARIOS

DE LUNES A VIERNES:

Presidente Ejecutivo:	
	8:30 am – 12:00 pm 12:00 pm – 12:30 pm (almuerzo) 12:30 pm – 17:00 pm

Fuente: Autor

Personal de producción / Jefe de Producción	
	8:30 am – 12:00 pm (producción) 12:00 pm – 12:30 pm (almuerzo) 12:30 pm – 17:00 pm (producción)

Fuente: Autor

Seguridad: (Tercerizado)	
	Las 24 horas (horario rotativo dirigido por la empresa contratada).

Fuente: Autor

Químico: (una vez al mes por contrato)	
	8:30 am – 12:00 pm 15:00 pm – 17:00 pm

Fuente: Autor

Contador / Asistente contable:	
	8:30 am – 12:00 pm 12:00 pm – 12:30 pm (almuerzo) 12:30 pm – 17:00 pm

Fuente: Autor

Jefe de Marketing:	
	8:30 am – 12:00 pm 12:00 pm – 12:30 pm (almuerzo) 12:30 pm – 17:00 pm

Fuente: Autor

Jefe de Calidad:	
	8:30 am – 12:00 pm 12:00 pm – 12:30 pm (almuerzo) 12:30 pm – 17:00 pm

Fuente: Autor

Jefe de Ventas / Vendedores:	
	8:30 am – 12:00 pm 12:00 pm – 12:30 pm (almuerzo) 12:30 pm – 17:00 pm

Fuente: Autor

Jefe de Mantenimiento / Asistente:	
	8:30 am – 12:00 pm 12:00 pm – 12:30 pm (almuerzo) 12:30 pm – 17:00 pm

Fuente: Autor

Jefe de Logística / Bodegueros	
	8:30 am – 12:00 pm 12:00 pm – 12:30 pm (almuerzo) 12:30 pm – 17:00 pm

Fuente: Autor

SALARIOS INICIALES

PUESTO DE TRABAJO	SALARIOS
Presidente Ejecutivo:	\$1.100,00
Jefe de Producción y Compras:	\$390,00
Asistentes de Producción:	\$240,00
Jefe de Marketing:	\$340,00
Jefe de Calidad:	\$370,00
Jefe de Ventas:	\$300,00
Vendedores:	\$250,00
Jefe de Mantenimiento:	\$300,00
Asistente de Mantenimiento:	\$240,00
Contador:	\$320,00
Asistente Contable:	\$240,00
Jefe de Logística:	\$320,00
Bodegueros:	\$240,00
Contrato por seguridad:	\$1.200,00
Contrato inicial Ingeniero en alimentos:	\$1.000,00
Contrato por camiones y choferes:	\$800,00
Químico contrato por servicio:	200,00

Fuente: Autor

Accionistas:

La junta accionaria decidirá a finales de cada año que hacer con las utilidades que les corresponden.

SUELDOS Y SALARIOS

PUESTO DE TRABAJO	SALARIOS	13° SUeldo	14° SUeldo	APORTE AL IESS	SALARIO TOTAL
Presidente Ejecutivo:	\$ 1.100,00	\$ 91,67	\$ 18,17	\$ 102,85	\$ 1.106,98
Jefe de Producción y Compras:	\$ 390,00	\$ 32,50	\$ 18,17	\$ 36,47	\$ 404,20
Asistentes de Producción:	\$ 240,00	\$ 20,00	\$ 18,17	\$ 22,44	\$ 255,73
Jefe de Marketing:	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 18,17	\$ 31,79	\$ 354,71
Jefe de Calidad:	\$ 370,00	\$ 30,83	\$ 18,17	\$ 34,60	\$ 384,41
Jefe de Ventas:	\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 18,17	\$ 28,05	\$ 315,12
Vendedores:	\$ 250,00	\$ 20,83	\$ 18,17	\$ 23,38	\$ 265,63
Jefe de Mantenimiento:	\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 18,17	\$ 28,05	\$ 315,12
Asistente de Mantenimiento:	\$ 240,00	\$ 20,00	\$ 18,17	\$ 22,44	\$ 255,73
Contador:	\$ 320,00	\$ 26,67	\$ 18,17	\$ 29,92	\$ 334,91
Asistente Contable:	\$ 240,00	\$ 20,00	\$ 18,17	\$ 22,44	\$ 255,73
Jefe de Logística:	\$ 320,00	\$ 26,67	\$ 18,17	\$ 29,92	\$ 334,91
Bodegueros:	\$ 240,00	\$ 20,00	\$ 18,17	\$ 22,44	\$ 255,73
Contrato por seguridad:	\$ 1.200,00	\$ 100,00	\$ 18,17	\$ 112,20	\$ 1.205,97
				total:	\$ 6.044,86
Quimico contrato por servicio:	\$ 200,00				
Seguridad por contrato:	\$ 1.200,00				
Contrato camiones y choferes:	\$ 800,00				
TOTAL SUELDOS:	8.244,86				

Fuente: Autor

C. COTIZACIONES

EL UNIFORME

Quicentro Shopping

Tel: 246-1917

ARTÍCULO	PRECIO UNITARIO
CHAQUETA CHEF M/C INDIGO-GAB T/L	\$ 12,32
PANTALON CIRUGÍA UNISEX ALGODÓN	\$ 12,05
DELANTAL PANADERO PLÁSTICO GRANDE	\$ 6,88
MANDIL DE MÉDICO POLIESTER T/L	\$ 11,52
ZAPATO GLOGS	\$ 24,11
GORRO DE BAÑO RED	\$ 2,37
GORRO PANADERO	\$ 2,50
MASCARILLA TELA	\$ 1,96
GUANTES DESCARTABLES X 12	\$ 1,07
OVEROL AVIADOR GABARDINA T/40	\$ 22,55

ALMACENES PICA

BOTAS BLANCAS PLÁSTICAS:	\$8.00
GUANTES PLÁSTICOS:	\$1.10
DELANTAL PLÁSTICO:	\$ 3,12

FÁBRICA COLD – METAL

Conocoto- Ponce Enríquez No. 320 y Entrada al INFA

MESA TRABAJO: \$ 500,00

Mesa de trabajo con espaldar sanitario de 0,17 m, mesón de acero inoxidable mate 0,90 m de altura, 2,00 m de largo y 0,76 m de ancho.

REFRIGERADOR INDUSTRIAL MIXTO 3 PUERTAS: \$ 3.200,00

Refrigerador industrial mixto tres puertas, fondo 0,70 m, alto 1,90 m y largo 2,00 m.

CONGELADOR 3 PUERTAS: \$ 3.420,00

Congelador industrial tres puertas, fondo 0,70 m, alto 1,90 m, y largo 2,00 m.

ESTANTERIAS: \$ 95,00

Estanterías de 1,20 m, de largo, 0,34 m, de ancho, 2,00 m, de alto

FREGADERO 3 POZOS: \$1.060,00

Fregadero 3 pozos de acero inoxidable mate con espaldar sanitario de 0,17 m, 0,90 m de altura, 2,00 m de largo y 0,80 m de ancho, profundidad 0,40 m

ALMACENES MONTERO

Av. 6 de Diciembre y Serrano, esquina.

Una cuadra al norte del estadio Olímpico Atahualpa

CUCHILLO CHEF (CEBOLLERO) PROFESIONAL: \$ 10,12

Cuchillo cebollero (NSF) DE 10" – cabo polipropileno con protección antibacterial Tramontina- Master -modelo 24609-180

B.C.: 7891112053052



LICUADORA INDUSTRIAL: \$583,61

Licuadora industrial 15l COD.207748, 1,5CV, 3500rpm, BASCULANTE SKYM - modelo LAR-15 (15 l.)

B.C.: 7895707207745



BALANZA COMERCIAL ELECTRONICA: \$ 285.56

Balanza electrónica capacidad 15kg; e=2/ 5g; RANGO DE PESO 40~15000gr PRO-MONTERO - modelo R-15P (15 kg.)

B.C.: 7861141313502



TABLA DE COCINA: \$7.70

Tabla de cocina ALT.43.5CM/ ANCH.24.5CM/ GROSOR 1.5SM - modelo 140

B.C.: 7861141307327



BOWLS EN ACERO INOXIDABLE:

- Acabado de lujo y terminado brillante
- Ultra resistentes
- Sirven como ensaladeras y para mezclar alimentos
- Medidas: 24cm, 30cm, 35cm y 40cm

Valor unitario:

24cm: \$4.00

30cm: \$7.00

35cm: \$12.00

40cm: \$16.00



ESPECIERO EN ACERO INOXIDABLE \$ 40.00

- Acabado de lujo
- Excelente presentación
- Extra resistente
- Capacidad 1 lt



CUCHARONES EN ACERO INOXIDABLE:

- **16oz: \$10.00**
- **8oz: \$8.00**
- **2oz: \$5.00**
- Cucharon elaborado a una sola pieza
- En acero inoxidable
- Acabado espejo
- Uso profesional
- Grueso calibre
- Medidas: 16oz, 8oz, 2oz



OLLAS INDUSTRIALES DE ALUMINIO 50LT: \$ 85.00



LLENADORA DE LÍQUIDOS: \$12.900

- Ubicación: **Guayaquil, Guayas, Ecuador**
- Teléfono: **099704408**



MÁQUINA ENVASADORA INDUPAX: \$ 9.900

- Ubicación: **Guayaquil, Guayas, Ecuador**
- Teléfono: **099704408**



\$79

Impresora todo en uno con fax Epson WorkForce. Sólo \$79.



\$449.99

Toshiba - Satellite Laptop / procesador AMD Turion™ II / pantalla de 15.6" / memoria de 4GB / disco duro de 320GB - Negro Helios.



\$45.00

Telefono IP



\$109,99

Acer - Monitor LCD de 18.5" de panel plano y pantalla ancha.

D. ESTADÍSTICAS

ENCUESTAS

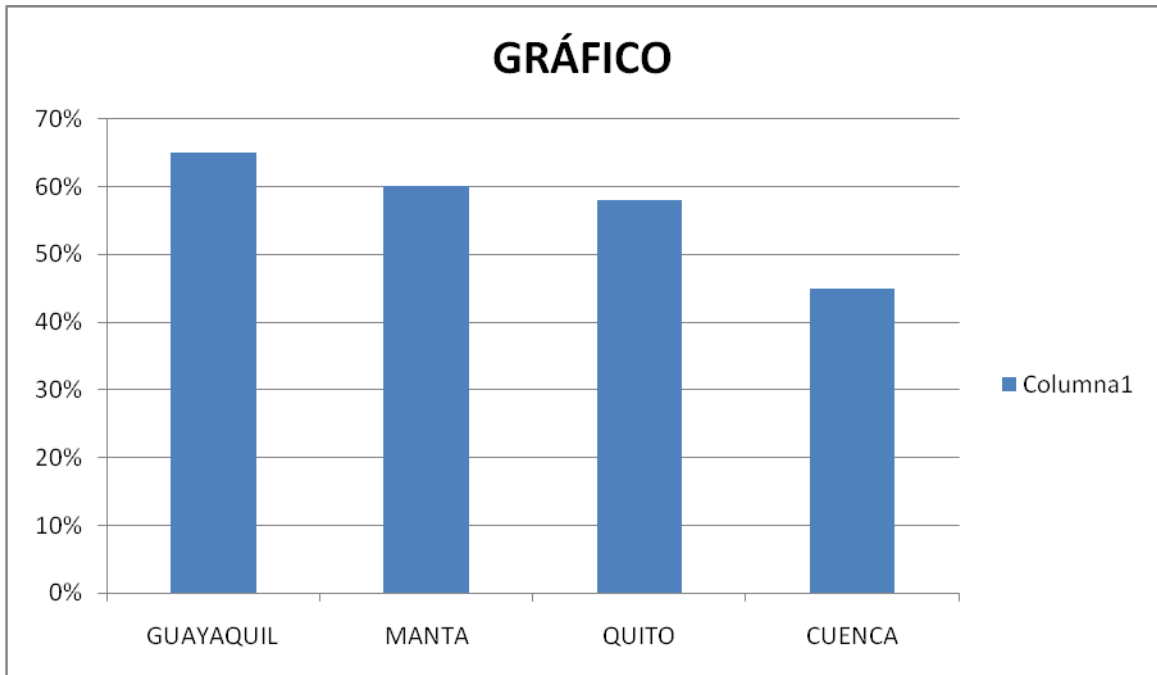
Se realizaron encuestas en las ciudades en donde existen mayor cantidad de clientes potenciales para nuestro producto. Las cuáles son las siguientes: Guayaquil, Quito, Cuenca, Manta. La pregunta que se realizó es:

1. ¿Le gustan los sabores picantes?
2. ¿Le gusta lo dulce?
3. ¿Le gustan las frutas?

Los resultados que pudimos obtener de la encuesta son:

CIUDADES	POBLACIÓN	CANT. PERSONAS ENTREVISTADAS	ACEPTACIÓN
GUAYAQUIL	2.500.000	100	65%
QUITO	2.152.000	100	58%
CUENCA	485.000	100	45%
MANTA	200.000	100	60%
TOTAL	5.337.000	400	57%

Fuente: Autor



Fuente: Autor

La comercialización de nuestro producto se realizará en la ciudad de Guayaquil, ya que tuvo mayor aceptación.

Según el volumen de ventas del primer año en Guayaquil, comercializaremos en las otras ciudades.

E. FINANCIERO

CUADROS DE PRESUPUESTOS PARA GASTOS			
DETALLE DE GASTOS DE LA EMPRESA			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNIT.	TOTAL
MAQUINARIA			
5	Licuada Industrial 15lt	\$ 583,51	\$ 2.917,55
1	Máquina Llenadora de Líquidos	\$ 12.900,00	\$ 12.900,00
1	Máquina Envasadora	\$ 9.900,00	\$ 9.900,00
		TOTAL:	\$ 25.717,55
EQUIPOS DE TRABAJO			
3	Mesas de Trabajo	\$ 500,00	\$ 1.500,00
3	Balanza Electrónica	\$ 285,56	\$ 856,68
1	Refrigerador Industrial	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00
2	Congelador industrial	\$ 3.420,00	\$ 6.840,00
3	Estanterías	\$ 95,00	\$ 285,00
2	Fregadero tres Pozos	\$ 1.096,00	\$ 2.192,00
		TOTAL:	\$ 14.873,68
MENAJE			
6	Cuchillo Cebollero	\$ 10,12	\$ 60,72
12	Tablas Blancas de Cocina	\$ 7,70	\$ 92,40
24	Bowls 40 cm	\$ 16,00	\$ 384,00
24	Bowls 35 cm	\$ 12,00	\$ 288,00
24	Bowls 24 cm	\$ 4,00	\$ 96,00
6	Especiadero	\$ 40,00	\$ 240,00
24	Cucharones 16 onz	\$ 10,00	\$ 240,00
18	Cucharones 8 onz	\$ 8,00	\$ 144,00
12	Cucharones 2 onz	\$ 5,00	\$ 60,00
16	Ollas industriales Aluminio 50 lt	\$ 85,00	\$ 1.360,00
		TOTAL:	\$ 2.965,12
UNIFORMES			
24	Malla de Cabello	\$ 2,37	\$ 56,88
6	Botas Antideslizantes	\$ 8,00	\$ 48,00
12	Overol Aviador	\$ 22,55	\$ 270,60
24	Gorro Panadero	\$ 2,50	\$ 60,00
24	Mascarrillas	\$ 1,96	\$ 47,04
6	Guantes Resistentes Plásticos	\$ 1,10	\$ 6,60
7	Zapatos Antideslizantes	\$ 24,11	\$ 168,77
14	Chaqueta Blanca	\$ 12,32	\$ 172,48
14	Pantalón Blanco	\$ 12,05	\$ 168,70
8	Casco	\$ 8,00	\$ 64,00
3	Botas Punta de Acero	\$ 60,00	\$ 180,00
3	Mandíl Médico	\$ 11,52	\$ 34,56
200	Guantes Descartables x 12	\$ 1,07	\$ 214,00
12	Delantal Plástico	\$ 3,12	\$ 37,44
		TOTAL:	\$ 1.529,07

Gasto Apertura	
\$	55.476,52
PLAZO 5 AÑOS	
\$	924,61

Fuente: Autor

	ÚTILES DE LIMPIEZA		
6	Escoba	\$ 1,20	\$ 7,20
6	Trapiador	\$ 2,00	\$ 12,00
3	Balde 6 lt	\$ 1,60	\$ 4,80
4	Balde 15 lt	\$ 2,00	\$ 8,00
6	Balde 30 lt	\$ 4,20	\$ 25,20
3	Cloro Líquido 4lt	\$ 2,30	\$ 6,90
3	Jabón para manos 4 lt	\$ 4,00	\$ 12,00
3	Desinfectante de Manos 2lt	\$ 5,50	\$ 16,50
9	Rollo Papel Descartable	\$ 2,50	\$ 22,50
6	Jabón para Vajilla 1200gr	\$ 2,00	\$ 12,00
18	Esponja para Vajilla	\$ 0,20	\$ 3,60
6	Rollo Papel Higiénico	\$ 2,05	\$ 12,30
3	Contenedor Jabón Líquido	\$ 15,00	\$ 45,00
3	Contenedor Desinfectante Manos	\$ 15,00	\$ 45,00
6	Aspersores	\$ 0,75	\$ 4,50
3	Manguera 20m	\$ 20,00	\$ 60,00
		TOTAL:	\$ 297,50
	ÚTILES DE OFICINA		
500	Tarjetas Personales	\$ 0,12	\$ 60,00
3	Papelería para oficina (logotipo) x500	\$ 10,00	\$ 30,00
200	Sobres Logotipo	\$ 0,25	\$ 50,00
7	Grapadora	\$ 2,30	\$ 16,10
7	Perforadora	\$ 2,45	\$ 17,15
1	Cinta Adhesiva x12	\$ 10,00	\$ 10,00
7	Grapas caja	\$ 1,20	\$ 8,40
2	Esferos x20	\$ 1,40	\$ 2,80
2	Lápices x20	\$ 1,10	\$ 2,20
1	Borradores x 24	\$ 3,60	\$ 3,60
1	Tinta Correctora x24	\$ 7,20	\$ 7,20
21	Carpetas Archivadoras	\$ 2,30	\$ 48,30
14	Carpetas Simples bincha x 15	\$ 2,55	\$ 35,70
7	Reglas 30cm	\$ 0,20	\$ 1,40
5	Resma Papel Bond 500 - 75gr	\$ 3,20	\$ 16,00
1	Resaltadores x14	\$ 8,40	\$ 8,40
10	Factureros x 100	\$ 8,00	\$ 80,00
		TOTAL:	\$ 317,25
	MUEBLES DE OFICINA		
7	Escritorio	\$ 150,00	\$ 1.050,00
7	Silla para escritorio	\$ 70,00	\$ 490,00
7	Archivador con llave	\$ 98,00	\$ 686,00
		TOTAL:	\$ 2.226,00
	EQUIPOS DE OFICINA		
6	Teléfono IP	\$ 45,00	\$ 270,00
		TOTAL:	\$ 270,00
	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		
7	COPUTADOR LAPTOP	\$ 449,49	\$ 3.146,43
7	IMPRESORA FAX	\$ 79,00	\$ 553,00
1	MONITOR 18,5"	\$ 109,99	\$ 109,99
		TOTAL:	\$ 3.809,42

Fuente: Autor

OTROS GASTOS				
	Gastos por Construcción (Incl. Instalación Cableado y adecuaciones)	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	
		TOTAL:	\$ 5.000,00	
PUBLICIDAD Y MERCADEO				
2500	Insertos Revistas	\$ 0,10	\$ 250,00	
7500	Volantes	\$ 0,03	\$ 225,00	
8	Impulsadoras x día	\$ 40,00	\$ 320,00	
4	Estands	\$ 120,00	\$ 480,00	
4	Gigantografía Adherible 60x35cm	\$ 14,00	\$ 56,00	
4	Permisos centro comercial x día	\$ 100,00	\$ 400,00	
		TOTAL:	\$ 1.731,00	
		TOTAL:	\$ 58.736,59	
GASTOS MATERIA PRIMA PARA 6 FRASCOS				
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UND.	TOTAL (6 frascos)	
PRODUCCIÓN				
0,0695	Banano	kg	\$ 0,18	
0,0005	Ají	kg	\$ -	
0,00933333	Cebolla Perla	kg	\$ 0,02	
0,00333333	Pulpa Maracuya	lt	\$ -	
0,01766667	Vinagre	lt	\$ 0,02	
0,01	Aceite	lt	\$ 0,02	
0,001	Sal	kg	\$ -	
		TOTAL:	\$ 0,24	
EMPAQUE				
1	Frascos Plásticos con Tapa 150ml	und.	\$ 0,30	
1	Etiquetas	und.	\$ 0,10	
1	Cartones	und.	\$ 0,25	mensual
1	Cinta de Embalaje	und.	\$ 0,55	\$ 200,00
		TOTAL:	\$ 1,20	
GASTOS DE REGISTRO				
Registro IEPI	\$ 58,00	\$ 58,00		

Fuente: Autor

GASTOS GENERALES	VALORES
ARRIENDOS	\$ 2.000,00
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 6.244,86
AGUA	\$ 300,00
LUZ	\$ 700,00
TELEFONO	\$ 400,00
INTERNET	\$ 50,00
MAQUINARIA	\$ 25.717,55
EQUIPO DE TRABAJO	\$ 14.873,68
MENAJE	\$ 3.206,70
UNIFORMES	\$ 1.490,23
TRANSPORTE (INCL. CHOFERES)	\$ 800,00
CAPACITACION	\$ 25,00
PRODUCTOS LIMPIEZA	\$ 80,00
SEGURO	\$ 120,00
SEGURIDAD (ALARMA)	\$ 257,00
GUARDINIA	\$ 1.200,00
UTILES DE LIMPIEZA	\$ 200,00
UTILES DE OFICINA	\$ 260,00
PUBLICIDAD Y MERCADEO	\$ 2.896,00
AFILIACION Y SUSCRIPCIONES	\$ 60,00
REPOSICIONES	\$ 500,00
PAGO DE CREDITOS 5 AÑOS PLAZO	\$ 1.224,60
HONORARIOS PROFESIONALES	\$ 150,00
MANTENIMIENTO	\$ 40,00
TOTAL:	\$ 61.356,02

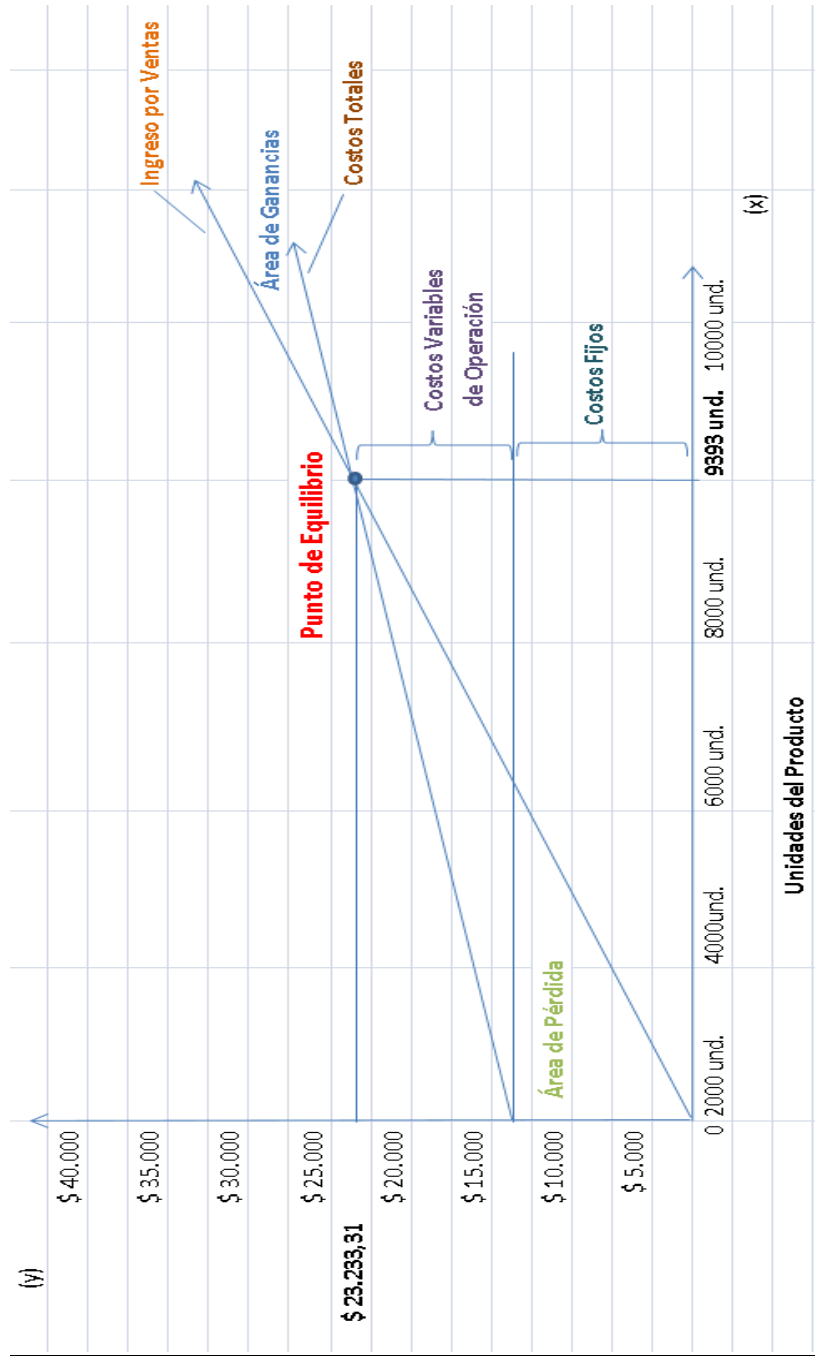
Fuente: Autor

Fuente: Autor

TABLA DE PRESUPUESTOS DE VENTAS													
	31	28	31	30	31	30	31	30	31	30	31	30	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
Squeeze 150ml	\$ 8.680,00	\$ 7.840,00	\$ 11.780,00	\$ 11.400,00	\$ 11.780,00	\$ 14.400,00	\$ 14.880,00	\$ 17.050,00	\$ 16.500,00	\$ 17.050,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 167.960,00
Precio si #1	\$ 2,47	\$ 2,47	\$ 2,47	\$ 2,49	\$ 2,49	\$ 2,49	\$ 2,51	\$ 2,52	\$ 2,52	\$ 2,56	\$ 2,56	\$ 2,56	\$ 2,52
Venta	\$ 21.478,66	\$ 19.400,08	\$ 29.149,61	\$ 28.440,09	\$ 29.390,48	\$ 35.927,27	\$ 37.422,45	\$ 42.883,30	\$ 41.500,00	\$ 43.565,33	\$ 45.999,93	\$ 47.533,33	\$ 422.690,54
Costo	\$ 4.733,90	\$ 4.275,78	\$ 6.424,57	\$ 6.268,20	\$ 6.477,66	\$ 7.918,37	\$ 8.247,91	\$ 9.451,48	\$ 9.146,60	\$ 9.601,80	\$ 10.138,38	\$ 10.476,35	\$ 93.160,99
Gastos													
Rol de pagos	\$ 6.244,86	\$ 6.244,86	\$ 6.244,86	\$ 6.244,86	\$ 6.244,86	\$ 6.244,86	\$ 6.244,86	\$ 6.244,86	\$ 6.244,86	\$ 6.244,86	\$ 6.244,86	\$ 6.244,86	\$ 74.938,32
Publicidad y Mercadeo	\$ 1.011,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 325,00	\$ 475,00	\$ 325,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 475,00	\$ 375,00	\$ 5.586,00
Arriendo	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
Transporte D.	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Uniformes	\$ 1.529,07	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 1.529,07	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 324,52	\$ 1.529,07	\$ 7.507,88
Comisiones Ventas 2%	\$ 429,57	\$ 388,00	\$ 582,99	\$ 568,80	\$ 587,81	\$ 718,55	\$ 748,45	\$ 857,67	\$ 830,00	\$ 871,31	\$ 920,00	\$ 950,67	\$ 8.453,81
Permisos F.	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ -	\$ 400,00	\$ -	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ -	\$ -	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 3.200,00
Utiles de Oficina	\$ 15,00	\$ 14,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 14,00	\$ 17,00	\$ 18,00	\$ 20,00	\$ 16,00	\$ 15,00	\$ 20,00	\$ 23,00	\$ 204,00
Utiles de Limpieza	\$ 67,45	\$ 67,45	\$ 67,45	\$ 67,45	\$ 67,45	\$ 67,45	\$ 67,45	\$ 67,45	\$ 67,45	\$ 67,45	\$ 67,45	\$ 67,45	\$ 809,40
Agua	\$ 300,00	\$ 325,00	\$ 322,00	\$ 340,00	\$ 355,00	\$ 357,00	\$ 352,00	\$ 356,00	\$ 360,00	\$ 364,00	\$ 370,00	\$ 402,00	\$ 4.203,00
Luz	\$ 700,00	\$ 712,00	\$ 708,00	\$ 712,00	\$ 713,00	\$ 716,00	\$ 720,00	\$ 728,00	\$ 730,00	\$ 735,00	\$ 742,00	\$ 755,00	\$ 8.671,00
Teléfono	\$ 400,00	\$ 320,00	\$ 350,00	\$ 402,00	\$ 410,00	\$ 405,00	\$ 402,00	\$ 412,00	\$ 420,00	\$ 415,00	\$ 413,00	\$ 425,00	\$ 4.774,00
Pag. Web	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Internet	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Impulsadoras	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ -	\$ 320,00	\$ -	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ -	\$ -	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 2.560,00
Guardiania	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
Seguro	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
comision tarjeta credito	\$ 457,50	\$ 413,22	\$ 620,89	\$ 605,77	\$ 626,02	\$ 765,25	\$ 797,10	\$ 913,41	\$ 883,95	\$ 927,94	\$ 979,80	\$ 1.012,46	\$ 9.003,31
gastos de act. De apertura 5 años plazo	\$ 1.224,60	\$ 1.224,60	\$ 1.224,60	\$ 1.224,60	\$ 1.224,60	\$ 1.224,60	\$ 1.224,60	\$ 1.224,60	\$ 1.224,60	\$ 1.224,60	\$ 1.224,60	\$ 1.224,60	\$ 14.695,20
capacitación	\$ 75,00	\$ -	\$ -	\$ 75,00	\$ -	\$ -	\$ 75,00	\$ -	\$ -	\$ 75,00	\$ -	\$ -	\$ 300,00
afiliación	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
reposiciones 1.5%	\$ 322,18	\$ 291,00	\$ 437,24	\$ 426,60	\$ 440,86	\$ 538,91	\$ 561,34	\$ 643,25	\$ 622,50	\$ 653,48	\$ 690,00	\$ 713,00	\$ 6.340,36
pago de honorarios	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00
mantenimiento	\$ 40,00	\$ 30,00	\$ 25,00	\$ 35,00	\$ 15,00	\$ 55,00	\$ 10,00	\$ 25,00	\$ 12,00	\$ 20,00	\$ 18,00	\$ 45,00	\$ 390,00
T-G GENERALES	\$ 18.011,23	\$ 16.024,65	\$ 16.599,55	\$ 15.842,61	\$ 16.693,11	\$ 17.438,69	\$ 17.215,31	\$ 17.486,76	\$ 16.535,88	\$ 16.738,16	\$ 17.684,23	\$ 18.962,11	\$ 205.226,29
T-G + COSTOS	\$ 22.745,13	\$ 20.300,43	\$ 23.018,13	\$ 22.110,80	\$ 23.170,78	\$ 25.357,06	\$ 25.463,22	\$ 26.938,24	\$ 25.682,48	\$ 26.339,96	\$ 27.822,61	\$ 29.438,45	\$ 298.387,28
UTILIDAD BRUTA	\$ (1.266,47)	\$ (900,35)	\$ 6.131,48	\$ 6.329,29	\$ 6.219,70	\$ 10.570,22	\$ 11.959,23	\$ 15.945,06	\$ 15.817,52	\$ 17.225,38	\$ 18.177,32	\$ 18.094,88	\$ 124.303,26

*1 (150 ml.)

GRÁFICO PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Autor

F. RECETA ESTÁNDAR

INFORMACIÓN NUTRICIONAL:		900ml		x 4		x 4		x 9	
INGREDIENTES	CANTIDAD	U/M	100 g		Porcentaje Receta				
			CARBOHIDRATOS	PROTEÍNAS	GRASAS	CARBOHIDRATOS %	PROTEÍNAS %	GRASAS %	
Platano seda	41,7	g	19,2	1,5	0,3	80,064	6,255	1,251	
Vinagre	106	g	5	0	0	5,3	0	0	
Cebolla	56	g	7,3	1,5	0,2	4,088	0,94	0,112	
Pulpa de maracuya	20	g	6,2	2,8	0,7	1,24	0,56	0,14	
Ají amarillo	3	g	8,8	0,9	0,7	0,264	0,027	0,021	
Sal	6	g	0	0	0	0	0	0	
Aceite	60	g	0	0	100	0	0	60	
			Kcal.:			369,824	30,728	553,716	
			Kcal. TOTALES:			948,268			

INFORMACIÓN NUTRICIONAL: 150 ml

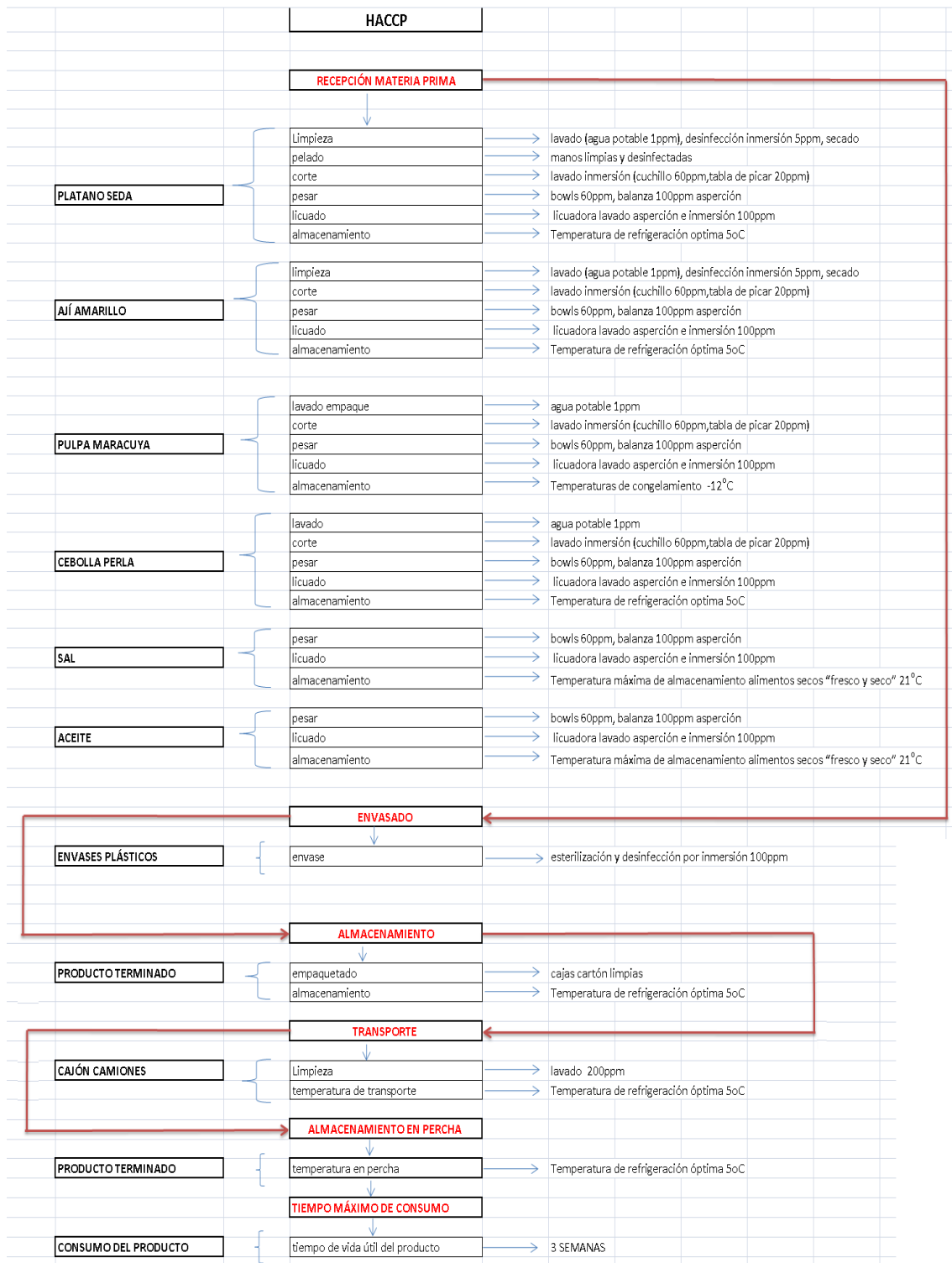
INFORMACIÓN NUTRICIONAL:		150 ml		x 4		x 4		x 9	
INGREDIENTES	CANTIDAD	U/M	100 g		Porcentaje Receta				
			CARBOHIDRATOS	PROTEÍNAS	GRASAS	CARBOHIDRATOS %	PROTEÍNAS %	GRASAS %	
Platano seda	69,5	g	19,2	1,5	0,3	13,344	1,0425	0,2085	
Vinagre	17,6	g	5	0	0	0,88	0	0	
Cebolla	9,3	g	7,3	1,5	0,2	0,6789	0,1395	0,0186	
Pulpa de maracuya	3,3	g	6,2	2,8	0,7	0,2046	0,0924	0,0231	
Ají amarillo	0,5	g	8,8	0,9	0,7	0,044	0,0045	0,0035	
Sal	1	g	0	0	0	0	0	0	
Aceite	10	g	0	0	100	0	0	10	
			Kcal.:			60,606	5,1156	92,2833	
			Kcal. TOTALES:			158,0049			

Etiquetado:

INFORMACIÓN NUTRICIONAL APROXIMADA

Peso del frasco: 150ml		Peso por porción 8 ml		Rinde 19 porciones	
Calorías Totales:	158				
Calorías por porción:	8,31				
Total		Por porción			
Carbohidratos (g)	60,6		3,189473684		
Proteínas (g)	5,11		0,268947368		
Lípidos (g)	92,28		4,856842105		

Fuente: Autor



Fuente: Autor

G. REGISTRO ARTESANAL

artesanosecuador.com
...manos ecuatorianas



¿Qué es artesanosecuador?

artesanosecuador.com, es un portal en internet creado para promocionar los productos y servicios hechos por los Artesanos del Ecuador.

El objetivo principal de este portal es ayudar a los Artesanos Ecuatorianos a conseguir nuevos nichos de mercado en el cual puedan ofrecer sus productos.

En artesanosecuador.com, los Artesanos podrán encontrar algunos consejos útiles en temas relacionados a sus negocios como: Dirección de empresas, ventas, marketing, etc.

Misión – Visión

Misión: Apoyar e impulsar el desarrollo de los Artesanos Ecuatorianos mediante la promoción y difusión de sus productos, bienes o servicios.

Visión: Ser la mejor y más completa guía de productos y servicios hechos por manos ecuatorianas.

Beneficios

La Ley de Defensa del Artesano concede a los Artesanos Calificados los siguientes beneficios:

LABORALES

- Exoneración de pago de decimotercero, decimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices
- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas

SOCIALES

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices
- Acceso a las prestaciones del seguro social
- Extensión del seguro social al grupo familiar
- No pago de fondos de reserva

TRIBUTARIOS

- Facturación con tarifa 0% (I.V.A.)
- Declaración semestral del I.V.A

- Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías
- Exoneración del pago del impuesto a la renta
- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal.

PATENTES

Descripción:

Para que se reconozca la exención del impuesto de patente en beneficio de los artesanos calificados.

Requisitos:

- Formulario de inscripción.
- Copia de la calificación artesanal otorgada por la Junta de Defensa del Artesano, o acuerdo interministerial actualizado.
- Copia del RUC.

Tiempo Estimado de Entrega:

- Inmediato

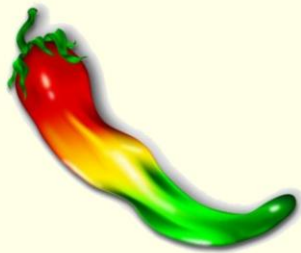
H. LOGOTIPO Y PAPELERÍA



BAN - HOT

born to burn...

HOT FRUITS
pruébame...



HOT FRUITS
URDENOR # MZ335 V17, GUAYAQUIL - ECUADOR
TEL: +593 4 2080369 FAX: +593 4 2330663 MAIL: INFO@HOTFRUITS.COM.EC
WWW.HOTFRUITS.COM.EC

HOT FRUITS

pruébame...

Dessiré Morales Rubio
Presidenta Ejecutiva - CEO



URDENOR II MZ235 V17
Telf.: +593 4 2080369, Fax: +593 4 2330663
Cel. 098 530636
dmorales@hotfruits.com.ec
Guayaquil - Ecuador