



PROYECTO DE FINANCIAMIENTO DE ECOFOGON PARA CREDITO DE
CARBONO

INFORME TRIMESTRAL

ENERO – MARZO, 2008

CLIMATE CARE

Elaborado por: Ing. Marlyng Buitrago.
Revisado por: Ing. Rosario Sotelo
Ing. Luis Sonzini M.

Managua, 22 de Abril de 2008

TABLA DE CONTENIDO

INFORME TECNICO

| | |
|---|----|
| INTRODUCCION | 03 |
| COMPONENTE B: Promociones de mercadeo de los Ecofogones | 03 |
| COMPONENTE C: Ventas de cocinas | 13 |
| COMPONENTE D: Monitoreo de mediciones de CO2 | 15 |

| | |
|---------------------------|----|
| <u>INFORME FINANCIERO</u> | 16 |
|---------------------------|----|

| | |
|--------------|----|
| CONCLUSIONES | 17 |
|--------------|----|

INFORME TECNICO

INTRODUCCION

Este documento presenta el cuarto informe técnico financiero, reporta las actividades desarrolladas en el primer trimestre del año 2008 en ejecución (Enero a Marzo del 2008).

A continuación, se detallan por componentes, el avance de las actividades ejecutadas durante este trimestre.

COMPONENTE B

PROMOCION DE MERCADEO DE LOS ECOFOGONES

Las actividades de promoción de Ecofogones en este trimestre se concentraron en capacitaciones, demostraciones y/o presentaciones del uso de las cocinas a micro-financiera, perifoneo y publicidad en medios radiales y escritos.

A continuación, se detallan las actividades realizada por cada uno de los componentes ejecutados como actividades de marketing.

B1- DEMOSTRACIONES.

Las demostraciones desarrolladas en este trimestre tenían como objetivo principal la capacitación a nuevos usuarios. Se realizaron 4 actividades bajo este mismo concepto y que detallamos a continuación:

- ❖ Capacitación sobre el uso y mantenimiento de las cocinas, realizado el día 21 de Febrero en la comunidad de Amatitán ubicado a 10 Km del Municipio de La Paz Centro a un grupo de mujeres beneficiarias con Ecofogones. Estas cocinas fueron adquiridas por medio del organismo hermanos de Nueva York cuyos fondos provienen de iglesias en EEUU. El interés de esta organización es minimizar el consumo de leña y las enfermedades respiratorias agudas en las mujeres de esta comunidad.



FOTO1: Capacitación en la comunidad Amatitán, León.

- ❖ Capacitación a un grupo de beneficiarios en la ciudad de Granada el día 8 de Febrero del corriente año en el condominio Villa Soja (propiedad privada), donde se les hablo a los usuarios del beneficios de las cocinas ecofogón y paralelamente se capacitó a una persona para que realizara las instalaciones de las cocinas modelos tradicionales.



FOTO 2: Capacitación en el condominio Villa Soja, Granada



FOTO 3: Vista del condominio Villa Soja, Granada

- ❖ Con el organismo Juan XXIII en la sede de Villa el Carmen situado a 40 Km de Managua, el día 6 de marzo se efectuó una capacitación con las futuras beneficiaras bajo el programa social y ambiental que están ejecutando dicho organismo en las comunidades rurales y el casco urbano de dicha localidad.



FOTO 4: Capacitación en la comunidad Villa El Carmen, Managua.

- ❖ Capacitación sobre el uso y mantenimiento del ecofogón en el barrio los Martínez en Managua a un grupo de mujeres que serán beneficiadas en este barrio por parte de una iglesia católica Advance Nicaragua, quienes están apoyando a estas humildes familias con la donación de quince cocinas modelos tradicionales y esta manera las mujeres puedan emprender un pequeño negocio de tortillera, pupusas, fritanga etc. y al mismo tiempo la preparación de sus alimentos.

B2- MICRO-FINANCIERAS.

Dentro del marco del convenio suscrito con la institución financiera FDL se ha continuado con las presentaciones en las sucursales del Mercado Oriental y el Mercado el Mayoreo en busca de obtener mayores solicitudes de créditos para los Ecofogones, la dinámica utilizada a sido fusionar las fechas de entrega de desembolsos y aprovechar la mayor afluencias de personas para realizar las presentaciones.

La metodología de trabajo en las demostraciones es similar a la empleada anteriormente con los clientes en cada una de las sucursales donde se han elaborado tortillas con queso en las cocinas y se le ha brindado un vaso de gaseosa. La fecha de presentación fue el 28 de Marzo.

Con respecto a las demás micro-financieras con las que tenemos convenio como son: Finca Nicaragua, FAMA y FODEN no se ha logrado avanzar por la falta de interés que han demostrado dichas financieras. La micro-financiera Finca de Nicaragua en este trimestre ha procedido a la devolución de cocinas que tenían bajo el concepto de consignación por falta de movimiento de las mismas.



FOTO 5: Presentación en sucursal de la micro-financiera FDL, Managua.

B3-VISITA PERSONALIZADA.

En este trimestre, se realizó la visita técnica a las mujeres beneficiadas con Ecofogones por parte la organización FUMUPROSOMUNIC en los sectores ubicados en Pacayita, Masaya y Tonalá, Rivas. Nuestra visita consistió en observar el funcionamiento y mantenimiento de las cocinas en estos dos sectores y de esta forma tener una mejor apreciación del uso de la tecnología.

Se visitó el 80% de las beneficiarias encontrándolas muy contenta y agradecieron la donación que les hicieran la organización FUMUPROSOMUNIC. Cabe señalar que esta organización trabaja con las cocinas solares sin embargo en el periodo de invierno se ven afectadas por la baja radiación solar y les dificulta elaborar sus alimentos por lo que esta organización decidió comprar las cocinas ecofogón de leña y hacer un uso combinado de ambas tecnologías.

A partir de esta evaluación y de acuerdo a los beneficios que han logrado recibir las mujeres y la buena aceptación de las cocinas, la organización FUMUPROSOMUNIC, está contemplando continuar beneficiando a otras familias rurales que no estaban incluidas en la primera fase.



FOTO 6: cocinas instaladas a beneficiarias del organismo FUMUPROSOMUNIC

B4-MEDIOS PUBLICITARIOS.

B4.1 MEDIOS ESCRITOS

En los medios escritos, se realizaron trífolios (brochure), poster y volantes como material escrito para el primer semestre del 2008. El material publicitario se elaboró el día 17 de marzo del 2008.

A continuación detallamos cada una de estas actividades realizadas:

B4.1.1 Trífolios (Brochures)

Se elaboraron 1500 trífolios full color y contienen la siguiente información:

- ❖ Información de la micro-financiera FDL
- ❖ Datos generales de las cocinas
- ❖ Ventajas y beneficios de los Ecofogones
- ❖ Requisitos para el crédito
- ❖ Dirección de las oficinas y/o sucursales de la micro-financiera FDL
- ❖ Dirección de la oficina de Proleña.
- ❖ Datos del promotor y forma de contactarlo.
- ❖ Fotografías de varios modelos de cocinas



FOTO 7: primera cara del trífolio.

Quiénes somos

El Fondo de Desarrollo Local (FDL) es una institución de microfinanzas sin fines de lucro que ofrece servicios financieros a micro, pequeños y medianos empresarios rurales y urbanos. Actualmente FDL tiene presencia en 15 departamentos, con 34 oficinas a nivel nacional.

FDL financia diversas actividades productivas como comercio, servicio, pequeña industria, agropecuario, vivienda, entre otros.

PROLEÑA es una ONG dedicada a la modernización del uso de la leña y producción forestal. Actualmente está desarrollando una línea de cocinas conocidas como Ecofogón.

Ecofogón es un fogón construido con nueva tecnología y con características innovadoras para mejorar el aprovechamiento de la energía de la leña en las cocinas domésticas.

FDL y PROLEÑA firmaron una alianza para financiar la adquisición de cocinas marca ECOFOGÓN a través de una oferta de crédito adaptada a los pequeños negocios que procesan alimentos o a las familias en general.

Ventajas y beneficios de ECOFOGONES

- a- Ahorro efectivo de hasta un 50% de leña.
- b- Eliminación completa del humo dentro del hogar y cero contaminaciones por partículas sólidas respirables.
- c- Permite cocinar varios platos al mismo tiempo.
- d- No llena de hollín utensilios, paredes o techos.
- e- Permite la preparación directa de alimentos en la superficie de la plancha como tortillas, pupusas, etc.
- f- Es móvil, lo que permite a la familia trasladarlo cuando se cambia de casa.
- g- Es práctico y fácil de usar.
- h- Tiene excelente presentación.

Modelos



FOTO 8: segunda cara del trifolio.

B4.1.2 Poster

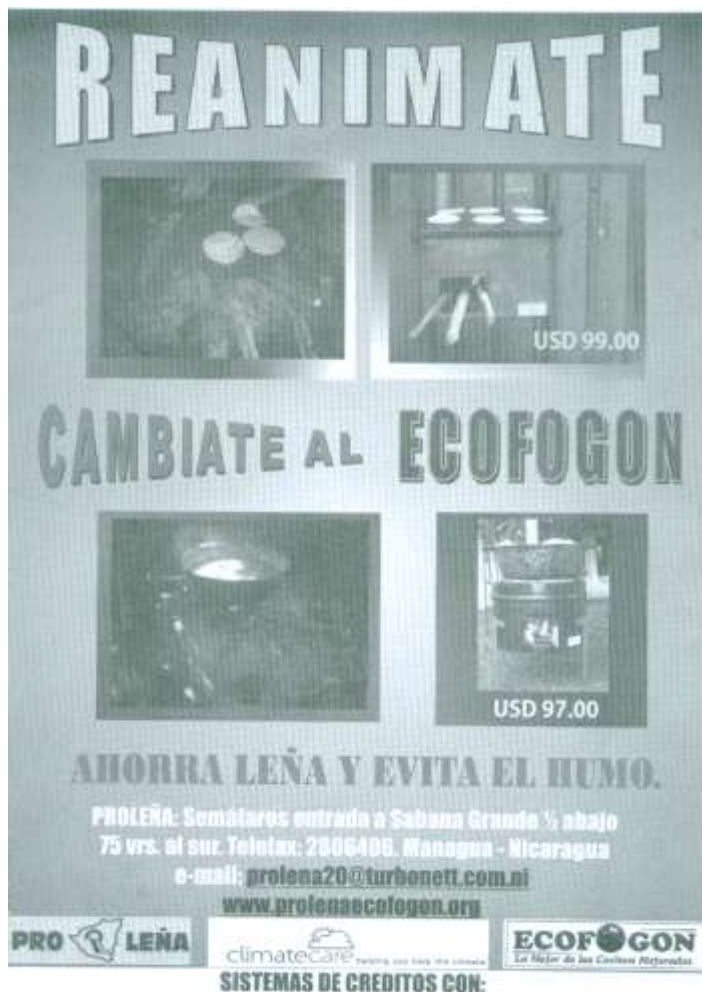


Se elaboraron 1500 poster full color y contienen la siguiente información:

- ❖ Dirección de la oficina de Proleña.
- ❖ Correo electrónico.
- ❖ Pagina web.
- ❖ Espacio para datos del sistema de crédito
- ❖ Fotografías del antes (fogón abierto) y después (modelos ecofogón)

FOTO 9: Poster impreso

B4.1.3 Volante



Se elaboraron 3500 volantes las cuales son iguales a los poster pero en impresión blanco y negro. Contienen la misma información que los posters:

- ❖ Dirección de la oficina de Proleña.
- ❖ Correo electrónico.
- ❖ Pagina web.
- ❖ Espacio para datos del sistema de crédito
- ❖ Fotografías del antes (fogón abierto) y después (modelos ecofogón)

Telefonos: _____

FOTO 10: Volante impresa.

B4.2 MEDIOS RADIAL

Por el período de un mes que comprendió desde el 10 de Marzo al 10 de Abril del 2008, se colocó una cuña en la emisora “La Nueva Radio Ya”. En la cuña se incluye la dirección de PROLEÑA, teléfono y las diferentes micro-financieras con las que estamos trabajando en la línea de crédito de los ecofogones.

El horario de las trasmisiones de las cuñas se estableció a las 6:00 am y a las 5:00 pm. Sin embargo como parte del paquete publicitario, nos permitieron dos

intervenciones en cabina al aire por 20 minutos cada una, para abordar las ventajas de las cocinas mas las promociones que actualmente tenemos en vigencias. En la primera intervención participaron: Marlyng Buitrago Gerente de Proleña y Franklin Guido Hernández como Responsable de Mercadeo y fue realizada el día 28 de Marzo.

La participación consistió en una entrevista al aire con los locutores del programa quienes hacían preguntas puntuales. Durante la entrevista se realizó el anuncio de la rifa de cocinas entre los participantes que llamaran y respondieran preguntas sobre la entrevista. Se recibieron un total de veinte y cuatro llamadas en el aire quienes participaron en la rifa de tres cocinas. Para el sorteo, se llamó en el aire a los señores del benemérito cuerpo de bomberos para que dieran los números ganadores de la rifa, saliendo favorecidas las siguientes personas:

- ❖ Con el número 7: Sra. Consuelo Guido Guadamuz del barrio villa Libertad, Managua (Cocina Tradicional)
- ❖ Con el número 23: Sra. Amparo Hernández Espinoza de la colonia Nicarao, Managua (Cocina Eco-barril)
- ❖ Con el número 05: Sra. Claudia Conto del Departamento de Carazo (Cocina Tradicional)

Quedando pendiente para el mes de abril una segunda intervención, donde se llevara a una beneficiaria que tiene mas de cinco años de estar preparando diferentes alimentos en las cocinas Ecofogón.



FOTO 11: Momentos en que se daba la entrevista al aire en la emisora Radio Ya.

B4.3 MEDIOS TELEVISIVO

Se elaboró una carta solicitud a la Fundación FUNDENIC, para solicitarle un espacio televisivo en al canal 2. Esta fundación posee en el canal 2 de televisión

un espacio de 30 minutos todos los días lunes para abordar temas concernientes a la protección y conservación del medio ambiente mediante la ceración del fondo NATURA.

En nuestra solicitud soportamos como objetivo, anunciar los subsidios que actualmente Proleña está promocionando a las pequeñas familias que se dedican a la preparación y venta de productos alimenticios. Hasta el momento de nuestro cierre trimestral no hemos tenido respuesta, esperamos que en el próximo trimestre se obtenga una positiva repuesta de parte de FUNDENIC.

COMPONENTE C

VENTA DE COCINAS.

Se mantiene siempre la perspectiva de mantener un stock de cocinas en existencia.

Las ventas de las cocinas en este trimestre con el sistema de crédito a través de las micro-financieras continúa moviéndose de manera lenta. En la tabla 2 se muestra el número de cocinas colocadas bajo el sistema de crédito a través de las micros-financieras durante todo el período de ejecución del proyecto.

En la tabla 1, se puede apreciar que con la micro-financiera FINCA en este trimestre colocó 1 cocinas, con la micro-financiera FDL 16 cocinas y finalmente FAMA con 1 cocinas para un total en el trimestre de 18 cocinas colocadas al crédito.

Tabla 1: Consolidado de cocinas colocadas bajo sistema de crédito.

| Micro-financieras | Modelos de Cocinas | | | | Total |
|--------------------|--------------------|------------|--------------|-------|-------|
| | Tradicional | Eco barril | Megaecofogón | Horno | |
| FINCA NICARAGUA | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| F. D. L | 11 | 3 | 1 | 1 | 16 |
| FAMA | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| FODEN | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 12 | 3 | 2 | 1 | 18 |

En la tabla 2, presentamos las cocinas colocadas durante el trimestres bajo la modalidad de subsidio con el proyecto PRO-TORTILLA / TWP, ventas generales de PROLEÑA y bajo el proyecto de Climate Care.

Tabla 2. Detalle acumulativo de cocinas vendidas durante el primer trimestre del 2008.

| PROYECTO | Urbana | | Rural | | TOTAL |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|
| | Comercial | Domestico | Comercial | Domestico | |
| CLIMATE CARE | 46 | 32 | 6 | 8 | 92 |
| TWP | 45 | 1 | 11 | 3 | 60 |
| ROTARIO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| VENTA PROLEÑA | 9 | 3 | 0 | 5 | 17 |
| TOTAL | 100 | 36 | 17 | 16 | 169 |

Tabla 3. Reporte global acumulativo de cocinas vendidas durante el proyecto.

| PROYECTO | Urbana | | Rural | | TOTAL |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|
| | Comercial | Domestico | Comercial | Domestico | |
| CLIMATE CARE | 223 | 106 | 29 | 73 | 431 |
| TWP | 110 | 4 | 27 | 3 | 144 |
| ROTARIO | 77 | 1 | 4 | 2 | 84 |
| VENTA PROLEÑA | 116 | 45 | 23 | 393 | 577 |
| TOTAL | 526 | 156 | 83 | 471 | 1236 |

En la tabla 3 se muestran los datos acumulativos de las ventas de cocinas durante el proyecto que equivalen a 1236 cocinas. También en la misma tabla 3, se puede apreciar que hasta esta fecha hemos alcanzado para el sector comercial un total de 609 cocinas de las cuales 526 corresponden al sector urbano y 83 al sector rural. Esta cantidad de cocinas, representan el 57% de nuestra meta.

Para el sector doméstico hemos colocado la cantidad de 627 cocinas de las cuales 156 corresponden al sector urbano y 471 al sector rural.

Las ventas efectivas directas realizadas bajo el proyecto Climate Care se mantuvieron bajo un pequeño subsidio equivalente a USD \$ 6.00 dólares por cocinas. Para el caso del proyecto PRO-TORTILLA /TWP, las ventas se continúan haciendo bajo el subsidio de USD \$ 30.00 dólares por cocina. Y para el caso de las ventas realizadas por Proleña, se contemplan a las personas que no desearon

someterse a las evaluaciones de emisiones durante el período del proyecto con Climate Care.

En documento anexo se encuentran los soportes de los cálculos realizados por mes que soportan los datos de las tablas 2 y 3. Además aparecen detalles del cliente, tipo de cocina, región y cantidades.

COMPONENTE D

MONITOREO DE MEDICIONES DE CO2.

En este trimestre no se realizó ningún monitoreo de emisiones.

INFORME FINANCIERO

En el informe financiero se presentan la aplicación de fondo por componente.

Tabla 4. Reporte financiero acumulativo por los meses de Enero hasta Marzo del 2008.

| | | 20 | 21 | 22 |
|----------|----------------------------|----------|----------|----------|
| | | ENERO | FEBRERO | MARZO |
| 4 | MANAGING FUND | | | |
| | PRESUPUESTADO | | | |
| | PROMOTOR | 520,00 | 520,00 | 520,00 |
| | EJECUTADO | 799,77 | 601,56 | 567,84 |
| | CONTADOR | 78,00 | 78,00 | 78,00 |
| | EJECUTADO | 153,00 | | 306,00 |
| | PAPELERIA Y UTILES | | - | 190,00 |
| | EJECUTADO | 259,42 | | 64,19 |
| | COMUNICACIÓN | | 132,00 | |
| | EJECUTADO | 325,28 | 26,66 | |
| | COMBUSTIBLE | 7,86 | | |
| | EJECUTADO | | | |
| | TRANSPORTE | 187,00 | 187,00 | 187,00 |
| | EJECUTADO | 60,75 | 203,14 | 159,73 |
| | VIATICOS | 66,00 | 66,00 | 66,00 |
| | EJECUTADO | 54,23 | 18,18 | |
| | TOTAL EJECUTADO | 1.652,45 | 849,54 | 1.097,76 |
| | TOTAL PRESUPUESTADO | 858,86 | 983,00 | 1.041,00 |
| 5 | MARKETING MATERIALS | | | |
| | PRESUPUESTADO | | | |
| | T.V/ RADIO | 93,00 | | |
| | EJECUTADO | | | 230,37 |
| | POSTER / TRIFOLIOS | - | 207,00 | |
| | EJECUTADO | | | 114,00 |
| | VOLANTE | - | - | 170,00 |
| | EJECUTADO | | | 51,84 |
| | DEMOSTRACIONES/ PERIFONEO | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| | EJECUTADO | | 18,18 | 156,52 |
| | INCENTIVO MICROFIANCIERA | 1.147,00 | 1.147,00 | 1.147,00 |
| | EJECUTADO | | | |
| | BROCHURE | 175,00 | | |
| | EJECUTADO | | | 68 |
| | DONACION COCINA | 197,00 | | |
| | EJECUTADO | | | |
| | TOTAL EJECUTADO | - | 18,18 | 620,73 |
| | TOTAL PRESUPUESTADO | 1.537,00 | 1.454,00 | 1.417,00 |
| | CONSTRUCCION DE COCINAS | | | |
| | EJECUTADO | | | |
| | GASTOS FINANCIEROS | 9,90 | | |
| | EJECUTADO | | | |
| | PRESTAMO A PROLEÑA | 2.000,00 | | 2.000,00 |
| | EJECUTADO | | | |
| | TOTAL EJECUTADO | 1.662,35 | 867,72 | 1.718,49 |
| | SUB TOTAL | | | |

La tabla 4 expresa los fondos ejecutados por rubros en color azul, y en color rojo lo presupuestado. Al final de cada actividad principal, aparecen los totales generales ejecutados y presupuestado por cada mes.

En cuanto al crédito extendido a Proleña, en la tabla 4, se refleja los abonos realizados por Proleña durante el trimestre. El saldo pendiente al 31 de Marzo es de USD \$ 6,689.90 dólares.

CONCLUSIONES

- ❖ Unas de las dificultades mayores para alcanzar la meta propuesta ha sido el incremento en los costos de las cocinas debido al aumento del precio del hierro, lo que limita cada vez más la adquisición de las cocinas en las familias de escasos recursos que están usando leña, siendo la mayoría de la población que se encuentran en los barrios marginales de Managua y los departamentos.
- ❖ La participación de las micros-financieras en contribuir a financiar nuestro producto ecofogón (FODEM, FINCA NICARAGUA) se ha mantenido muy baja. El incentivo de USD \$ 6.00 (seis dólares) que le hemos ofrecido no es aun atractivo para el manejo del crédito. Se ha realizado esfuerzos con algunas micros-financieras en los departamentos de León (Promujer, Espino Blanco) y Chinandega (Fundación Coen) Obteniendo negatividad a financiar nuestro producto, sin embargo la Micro-financiera ACODEP de las sucursales Nagarote y La Paz Centro están muy interesadas en financiar nuestro producto y próximamente se estará firmando un nuevo convenio de crédito
- ❖ Requerimos de ampliar el presupuesto de Marketing para hacer actividades de promoción más significativa que conlleven tener un mayor espacio publicitario y elevar un mayor número de venta de las cocinas a nivel de Managua como en los departamentos.