



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE  
GUAYAQUIL**

**TESINA EN OPCION AL TITULO DE:**

**Ingeniería Comercio Exterior Mención Negocios Internacionales**

**Proyecto de Exportación de Colada de Malanga a Suecia**

**AUTORES:**

**Romina Román Vargas Machuca**

**Mayra Sacoto Vargas**

**SEPTIEMBRE 2012**

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios. Por haberme permitido llegar hasta este punto y habernos dado la vida para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Cecilia Vargas Machuca De La Torre, quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento de mi inteligencia y capacidad. Es por ella que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

La responsabilidad de este trabajo de investigación,  
Con sus resultados, conclusiones y recomendaciones,  
Pertenece exclusivamente a los autores.

Romina Román

## AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres Laura y Alipio por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

A mi Novio Luis por su apoyo, tiempo, comprensión y amor incondicional, apoyándome en todo lo necesario que se me presentara para cumplir mis metas.

A Mi sobrino, Fabito, para que veas en mí un ejemplo a seguir.

A mí querida Romina que a lo largo de estos casi 5 años de estudios ha estado junto a mí en todo momento y siendo el apoyo incondicional, tenemos muchas experiencias compartidas y una hermosa amistad.

A todos mis compañeros de clases que de una u otra manera compartimos muchas experiencias, conocimientos y alegrías juntos.

Y a todas las personas que de una u otra forma han puesto un granito de arena así sea pequeño para mi formación profesional en distintos ámbitos.

La responsabilidad de este trabajo de investigación,  
Con sus resultados, conclusiones y recomendaciones,  
Pertenece exclusivamente a los autores

Mayra Sacoto Vargas

# PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE COLADA DE MALANGA A SUECIA

<b>INDICE</b>	<b># PÁGINA</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	
1. ANTECEDENTES	
1.1. MACROENTORNO DEL SECTOR	5
1.2. MISIÓN	9
1.3. VISIÓN	9
1.4. VALORES	9
1.5. CULTURA EMPRESARIAL	9
1.6. OBJETIVOS GENERALES	10
1.7. OBJETIVOS ESPECIFICOS	10
1.8. ANALISIS FODA	11
1.9. FACTORES CLAVES DEL ÉXITO	12
1.10. ANALISIS DE LA INDUSTRIA Y LAS 5 FUERZAS DE PORTER	13
<b>CAPÍTULO II</b>	
2. ANÁLISIS DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	
2.1. CARÁCTERÍSTICAS DEL MERCADO	16
2.2. ESTRUCTURA DEL MERCADO	18
2.3. MERCADO OBJETIVO	18
2.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA: ENCUESTAS Y ESTADÍSTICAS	19
2.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA: EMPRESA Y SUS COMPETIDORES	22
2.6. PLAN DE MARKETING	22
2.7. ESTRATEGIAS DE MARKETING	24
2.8. MATRIZ BCG	24
<b>CAPÍTULO III</b>	
3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	
3.1. CONSTITUCIÓN DEL NEGOCIO	25
3.2. ORGANIGRAMA	25
3.3. FUNCIONES	26
3.4. CADENA DE VALOR Y OPERACIONES	27
3.5. DIAGRAMA DE OPERACIÓN	29
3.6. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIO AMBIENTE	30
<b>CAPÍTULO IV</b>	
4. INGENIERÍA DEL PROYECTO	
4.1. DETERMINACIÓN DE RECURSOS	31
4.2. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	32
4.3. INVERSIÓN INICIAL	33
4.4. ESTADO FINANCIERO ANUAL	34
4.5. ESTADO FINANCIERO PROYECTADOS A 5 AÑOS	35
4.6. RAZONES FINANCIERAS	36
4.7. FLUJO DE EFECTIVO, TIR Y VAN	41
4.8. PUNTO DE EQUILIBRIO	42
<b>CAPÍTULO V</b>	
5. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES	43
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	44
<b>ANEXOS</b>	45

# MALANGUITA'S POWER

## CAPITULO I

### 1. ANTECEDENTES

#### 1.1. Macro entorno del sector

##### 1.1.1. Político

Suecia es una monarquía constitucional con una forma parlamentaria de gobierno. El Rey, Carlos XVI Gustavo, desempeña únicamente funciones protocolarias como Jefe del Estado. El Parlamento es unicameral, siendo elegidos los parlamentarios directamente por representación proporcional para legislaturas de cuatro años.

En Suecia rige el sufragio universal desde los 18 años de edad. La participación electoral fue del 81,4% en las elecciones de 1998.

El Partido Socialdemócrata (SAP) se ha mantenido en el poder, unas veces solo y otras en coaliciones, durante los períodos de 1932-1976 y 1982-1991, y también desde 1994, mientras que los partidos no socialistas ejercieron el poder central de 1976-1982 y 1991-1994. Después de las elecciones de 1998, el SAP formó un gobierno de minoría ocupando 131 de los 349 escaños del Parlamento. En 2006 ganó la coalición de centroderecha, que ha revalidado su mandato en 2010.

##### 1.1.2. Económico

La economía de Suecia es la 33.<sup>a</sup> mayor del mundo. Ayudado por su pacifismo y neutralidad durante todo el siglo XX, el país alcanzó un patrón de vida envidiable, bajo un sistema mixto de capitalismo y beneficios sociales. Suecia tiene un moderno sistema de distribución de renta, un excelente sistema de telecomunicaciones interno y con el extranjero, además de una mano de obra bien instruida.

Su economía básicamente se sustenta en la exportación de derivados de petróleo de alto refinamiento, industria farmacéutica y telecomunicaciones.

## RESUMEN ECONÓMICO

Indicadores Básicos		
	<b>CAPITAL</b>	Estocolmo
<b>DEMOGRAFÍA</b>	Población (est. Julio 2012)	9,103,788
	Tasa de crecimiento poblacional anual (est. 2012)	0.17%
<b>PRODUCCIÓN</b>	PIB (Miles de millones de dólares americanos, est. 2011)	571.60
	PIB per cápita (dólares, est. 2011)	62,787
	Crecimiento del PIB (tasa de crecimiento real, est.2011)	4.4%
	Composición del PIB por sector (2011):	
	Agricultura	1.8%
	Industria	26.9%
	Servicios	71.3%
<b>PRECIOS</b>	Inflación anual (est. 2011)	2.5%
	Moneda	Corona
	Tipo de Cambio (Corona por dólar) 2011	6.35
<b>EMPLEO</b>	Tasa de desempleo (% del total de la fuerza de trabajo) 2011	7.6%

Fuentes: CIA The World Fact Book<sub>1</sub>

## PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR SUECIA AL MUNDO



Fuentes: [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec)

### **1.1.3. Sociocultural**

#### **1.1.3.1. Cultura**

La cultura sueca es percibida típicamente como igualitaria, sencilla y abierta a influencias de otros países. El país ha recibido la influencia cultural de otros países e instituciones: la Iglesia Católica y Alemania durante la Edad Media, Francia durante el siglo XVIII, de nuevo Alemania en el siglo XIX y los países de la Anglosfera después de la Segunda Guerra Mundial. De igual manera, su cultura y el desarrollo de la misma se encuentran en una íntima relación con la de los demás países nórdicos.<sup>4</sup>

#### **1.1.3.2. Cultura de Negocios**

- Estructuras horizontales
- Consenso
- Idioma de negocios – inglés
- Contacto directo Negocios, no intimar
- Puntualidad
- Confiable pero lentos

#### **1.1.3.2. Idioma**

El idioma más hablado en el país es el sueco, una lengua germánica relacionada y muy similar al danés y al noruego, pero con diferencias en pronunciación y ortografía. El sueco es comprensible para noruegos y daneses, teniendo los segundos un poco más de dificultad que los primeros. Aunque el sueco es el idioma predominante, la ley sueca no lo considera como el idioma oficial. Los finlandeses que habitan al este son la minoría lingüística más significativa del país. Componen más del 3% de la población y el finés es reconocido como un idioma minoritario. Además, cuenta con otros cuatro idiomas reconocidos como minoritarios: el meänkieli, el sami, el romaní y el yidis. En 2005, se presentó ante el parlamento una propuesta para que el sueco fuera declarado el idioma oficial del país, pero finalmente fue rechazada. <sup>4</sup>

### **1.1.3.3. Religión**

Antes del siglo XI, predominaba la religión nórdica en la que se rendía culto a los dioses Æsir, con su centro en el Templo de Uppsala. Con la cristianización, las leyes del país fueron cambiadas, prohibiendo adorar a otras deidades hasta los últimos años del siglo XIX. En 1530 después de la Reforma Protestante, Olaus Petri, seguidor de las ideas de Martín Lutero, llevó a cabo la separación entre la Iglesia y el Estado sueco, al mismo tiempo que abolió la autoridad de los obispos católicos romanos. De esta manera el luteranismo se adoptó como religión en gran parte del país, proceso que llegó a su fin con el Concilio de Uppsala en 1593.

Durante la era siguiente a la Reforma pequeños grupos de calvinistas de los Países Bajos, la Hermandad de Moravia y hugonotes de Bélgica jugaron un papel importante en la industria y el comercio, y fueron en parte tolerados siempre y cuando mantuvieran un bajo perfil religioso. Los lapones originalmente tenían su propia religión shamánica, pero fueron convertidos al luteranismo por los misioneros suecos en los siglos XVII y XVIII. <sup>4</sup>

### **1.1.4. Tecnológico**

Suecia es uno de los países Europeos más avanzados en cuanto a tecnología, tomando el primer lugar el desarrollo de insumos y equipos médicos, seguido de cerca de la industria automotriz y de electrodomésticos. <sup>2</sup>

## **1.2. Misión**

“Somos una empresa dedicada a la elaboración de colada de malanga con alto contenido nutricional, variedad y sabores”.

## **1.3. Visión**

Estar posicionados en el mercado Sueco, como producto de gran importancia en los hábitos alimenticios, satisfaciendo los requerimientos del consumidor con productos de calidad en un periodo de 3 años.

## **1.4. Valores**

- Honestidad
- Integridad
- Responsabilidad
- Perseverancia

## **1.5. Cultura Empresarial**

La empresa Goodfoodexport S.A., es una empresa dedicada a la elaboración de colada de malanga, dirigida especialmente a los países nórdicos de Europa, ya que dichos países no pueden cultivar alimentos con facilidad.

Estamos comprometidos con los consumidores en brindarles un producto de calidad, con altos niveles nutricionales que puede ser consumido como parte de la dieta diaria.

Nuestro producto es altamente nutritivo, elaborado con calidad para satisfacer las necesidades del consumidor.

Nuestra empresa tiene en alto sus valores como la Honestidad, Integridad, Responsabilidad y Perseverancia, los cuales se ven reflejados en la Elaboración de nuestro producto.

## **1.6. Objetivos Generales**

- Obtener como cliente a los 5 mejores comisariatos de Estocolmo.
- Posicionar en la mente del consumidor nuestro producto como una bebida nutritiva y de consumo diario.
- Expandir la venta del producto a los demás países Nórdicos (Noruega, Finlandia y Dinamarca).

## **1.7. Objetivos Específicos**

- Iniciar el contacto comercial con 10 prospectos de clientes, para seleccionar los 5 mejores, en un plazo no mayor de 6 meses.
- Enfocar nuestro producto como alimento nutritivo, por medio de publicidad de comunicación directa a los clientes la cual tendrá una duración de 1 año 6 meses.
- Empezar a entablar conversaciones con los países vecinos, después de 1 año del lanzamiento del producto y obtener alianzas comerciales favorables.

### **1.7.1. Estrategias**

- Elaboración de producto con estándares de calidad y aportación nutricional en la dieta diaria.
- Precio competitivo por introducción.
- Realizar publicidad BTL en los puntos de venta, desde el lanzamiento del producto hasta 3 meses aproximados. Se destinara el 5% de las ventas para gastos publicitarios.
- Exhibición en cabeceras de góndola.

## 1.8. Análisis FODA

- **Fortalezas**

- ☞ Personal altamente capacitado para negociaciones.
- ☞ Buena estructura organizacional para rápido despacho de pedidos.
- ☞ Sólidos conocimientos de trámites aduaneros.
- ☞ Relación directa con el agricultor.

- **Oportunidad**

- ☞ Falta de cultivos en los países Nórdicos.
- ☞ Apertura a los alimentos elaborados y semielaborados en Suecia.
- ☞ Preferencias Arancelarias SPG+
- ☞ Fácil obtención de certificados sanitarios.
- ☞ Bajo costo de la materia prima.

- **Debilidades**

- ☞ Empresa nueva y poco conocida en el extranjero.
- ☞ Poco plazo de crédito con los proveedores.
- ☞ Nuevo producto poco conocido.

- **Amenazas**

- ☞ Contracción de la economía mundial.
- ☞ Cierre de fronteras a los productos Ecuatorianos.
- ☞ Aumentos arancelarios, imposición de salvaguardias, etc.

### 1.8.1. Matriz FODA

FO	FA	DO	DA
Capacitación constante al personal.	Optimizar procesos para obtener la mayor rentabilidad posible.	Realizar campañas publicitarias de información del producto.	Desarrollo de nuevos productos.
Estructura organizacional estratégica, para obtener la mayor eficiencia.	Búsqueda constante de nuevos mercados.	Obtener plazos de créditos más extensos.	Campañas agresivas de difusión.
Alianza estratégica con los proveedores de materias prima, para obtener el mayor descuento posible.	Desarrollo de presentaciones más económicas.	Mantener relaciones comerciales cercanas con las cadenas de abastecimiento.	Reestructuración de plan de Marketing.
Negociaciones basadas en necesidades.			

### 1.9. Factores Claves del Éxito

- Materia prima económica y abundante.
- Excelentes relaciones con el agricultor.
- No poseer competencia directa, solo productos sustitutos.
- Variedad de sabores del producto.

### 1.10. Análisis de la Industria y las 5 Fuerzas de Porter

- **Poder de negociación de los Compradores o Clientes**

Los países Nórdicos en especial Suecia tienen apertura para los productos alimenticios, en especial los elaborados por su estilo de vida sobrecargada.

Se realizaran negociaciones directas y objetivas con los clientes. Tomando en cuenta sus necesidades alimenticias, con precios justos y a la vez que sean rentables para nuestra empresa.

Siempre orientados a una negociación ganar ganar.

- **Poder de Negociación con los Proveedores o Vendedores**

Es fácil entablar relaciones con los agricultores y obtener los mejores beneficios, pagando el precio justo por la cosecha y obteniendo las malangas de mejor calidad.

Se deberá gestionar crédito directo de 30 a 60 días.

- **Amenazas de nuevos entrantes**

Ya que no hay muchas barreras de ingreso, ni la inversión inicial es muy fuerte. Fácilmente se puede tener nuevos competidores. Por lo cual se debe de tener mucho cuidado en la elaboración del producto y en la calidad del mismo.

- **Amenazas de productos sustitutos**

Hay una amplia gama de productos sustitutos, ya sea por precio o función. Tales como: Jugos de Frutas, Gaseosas, Lácteos, Bebidas de Té, Coladas bebibles, etc.(2)

- **Rivalidad entre los competidores**

No tenemos un competidor directo, es decir otra empresa que se dedique a la elaboración o comercialización de colada de malanga como tal, pero sí de empresas que exportan productos sustitutos.

Dentro de los principales competidores indirectos.(2)

Ecuador:	Extranjeros:
Nestlé Facundo Sunny	Ab Stockmos. Mysmoothie Ab Ridderhein

**1.10.1. Matriz de la Industria y las 5 Fuerzas de Porter**

FACTORES	%	CALIFICACIÓN	TOTAL	RESUMEN
<b>Rivalidad</b>	5%	3	0.15	(Baja) No se tiene competidores directos, ya que no hay empresa que fabrique colada de malanga.  Existe mayor presencia de productos sustitutos.
<b>Amenaza de Nuevos Competidores</b>	10%	5	0.05	(Moderada) Suecia es un mercado atractivo por ser país de renta alta y tener apertura a los productos alimenticios elaborados y semi-elaborados.
<b>Amenaza de sustitutos</b>	25%	7	1.75	(Alta) Existen ya productos sustitutos posicionados en el mercado objetivo, tales como jugos, leches, te helados, etc.
<b>Proveedores</b>	15%	5	0.75	(Moderada) Relación directa con el agricultor, materia prima cultivada en varias provincias a lo largo del Ecuador, tales como Manabí, Los Ríos, Santa Elena, El Oro, etc.
<b>Clientes</b>	15%	5	0.75	(Moderada) Nuestro poder de negociación estará basado en las necesidades, precios competitivos y entregas a tiempo.
<b>Concentración</b>	10%	6	0.60	(Moderada) Existen varias empresas y productos que ya se encuentran posicionados en el mercado sueco como industria alimenticia, pero ninguna como productora de colada de malanga.
<b>Madurez</b>	5%	4	0.20	(Baja) Es una industria creciente en especial para los proveedores de países en desarrollo.
<b>Poder de Fuerza Laboral</b>	10%	6	0.60	(Moderada) Para la operación de la maquina no se necesita personal especializado pero si con experiencia.
<b>Impacto de Variables Externas</b>	5%	9	0.45	(Alta) Imperan los factores Políticos y Económicos de Suecia.
<b>Resumen</b>	100		5.30	Las expectativas por ingresar al Mercado Sueco son moderadas.

### 1.10.2. Grafico de la Industria y las 5 Fuerzas de Porter



## CAPÍTULO II

### 2. ANÁLISIS DE MERCADO Y COMERCIALIZACION

#### 2.1. Características del Mercado

##### Suecia



Suecia, oficialmente Reino de Suecia (en sueco: *Konungariket Sverige*), es un país escandinavo de Europa del Norte que forma parte de la Unión Europea (UE). Limita al norte con Noruega y Finlandia, al este con Finlandia y el golfo de Botnia, al sur con el mar Báltico y al oeste con el mar del Norte y Noruega. Tiene fronteras terrestres con Noruega y Finlandia, y está conectado a Dinamarca por el puente de Oresund. La capital es Estocolmo.

Con 449.964 km<sup>2</sup>, Suecia es el quinto país más grande de Europa. Con una población total de poco más de 9 millones, Suecia tiene una baja densidad de población de 20 habitantes por km<sup>2</sup>. Cerca del 84% de la población vive en zonas urbanas.<sup>2</sup> Los habitantes de Suecia disfrutan de un alto nivel de vida, y el país es generalmente percibido como moderno y liberal

Aunque forman parte de la UE, tienen su propia moneda que es la corona sueca.

Su gobierno es Social-demócrata, de centro izquierda. Tiene una monarquía, el rey se llama Carl Gustaf, la reina Silvia, y las princesas Magdalena y Victoria, pero no tiene poder.<sup>3</sup>

##### Geografía:

El Reino de Suecia está ubicado en la península Escandinava al norte de Europa. Con una superficie de 449.964 km<sup>2</sup> es el tercer país de la EU, con mayor extensión de territorio. Limita al norte con Noruega y Finlandia, al este con Finlandia y el Golfo de Botnia, al sur con el Mar Báltico, y al oeste con el Mar del Norte y Noruega.

El 9% de la superficie del país está cubierta por lagos y el 54% por bosques. Solamente el 8% del territorio es cultivable, adicional a esto la mayoría del año tienen temperaturas inferiores a 0°C, solo 3 meses en el año poseen temperaturas cálidas para realizar cultivos de ciclos cortos.<sup>4</sup>

##### Temperaturas medias

Enero - Julio

Malmö -0,2 ° C +16,8 ° C

Estocolmo -2,8 ° C +17,2 ° C

Kiruna -16,0 ° C +12,8 ° C

## **Población**

Suecia tiene una baja densidad poblacional con relación a su territorio (22,6 habitantes por km<sup>2</sup>) y grandes diferencias de concentraciones por regiones:

- 3 habitantes por km<sup>2</sup> en el norte.
- 304 habitantes por km<sup>2</sup> en la región de Estocolmo.
- El 85% de la población vive en áreas urbanas.

La población en las principales ciudades a Diciembre del 2011 fueron:

Estocolmo 810.120 h. (1.980.000 h. en área metropolitana.)

Gotemburgo 500.197 h. (900.000 h. incluidos suburbios)

Malmö 286.535 h. (600.000 h. incluidos suburbios) <sup>4</sup>

## **Edades**

0-19 años 23,59%

20-64 años 58,63%

65+ años 17,77%

## **Ingreso y Desarrollo Humano**

Los habitantes de Suecia disfrutan de un alto nivel de vida. Su PIB per cápita fue de 37.245 dólares en el 2008. (Paridad de Poder Adquisitivo – PPA), según el Fondo Monetario Internacional (FMI), ocupando el puesto 18 en el mundo.

Suecia se ha ubicado constantemente entre los países con más alto Índice de Desarrollo Humano (IDH), ubicándose en el puesto número 7 en el mundo.

La Esperanza de Vida es de 83 años para las mujeres y de 79 años para los hombres. Suecia se encuentra entre los cinco países con más baja tasa de mortalidad infantil en el mundo.

La Población Económicamente Activa (PEA) es de 4,6 millones de personas. Las dos terceras partes de la PEA tienen estudios superiores.

El sueldo básico por así llamarlo es de \$1200.00 que equivale a 8400 Coronas Suecas mensuales. <sup>2</sup>

## 2.2. Estructura del mercado

Suecia es un país líder en desarrollo tecnológico, denominada a finales del siglo XX como “El Milagro Económico”, ya que la mayoría de sus industrias se habían alcanzado un gran grado de desarrollo tecnológico, lo que permitió mayores ganancias y diversificación de mercado.

Sus ingresos mayoritariamente provienen del desarrollo tecnológico de telecomunicación (Ericsson) y de maquinaria médica. Seguido por el mercado automovilístico (Volvo) y en tercer lugar industria de electrodomésticos (Electrolux).<sup>2</sup>

Poseen una balanza de pagos positiva de aproximadamente \$24 Mil Millones.<sup>2</sup>

Entre los principales rubros que el país sueco exporta son:

- Maquinarias y Equipamiento 27%
- Químicos 11%
- Materia prima 4%

## 2.3. Mercado Objetivo

Los suecos no poseen una cultura propia arraigada, tienen influencias de culturas cercanas.

En cuanto a los gustos y preferencia sobre alimentos el 45% de la población prefiere la alimentación a base de frutas y vegetales.

El 50% una dieta a base de carnes (alce y borrego).

La PEA es de 4'600.000 de los cuales el 60% tiene una alimentación a base de comidas rápidas o congeladas en días laborables.<sup>2</sup>

Por sus cargas labores y ritmo de vida los suecos no disponen de tiempo para elaborar sus comidas, por eso solicitan comida semielaborada o totalmente elaborada.

Aproximadamente el 30% de la población vive un habitante por vivienda por lo que no es recomendable enviar productos en envases de mucha capacidad, hemos elegido de 1 Lt . Que es ideal para que una persona lo termine de 2 a 4 días.

Nos enfocamos en hombres y mujeres de 30 a 44 años, los cuales poseen ingresos estables. Tomando en cuenta una muestra del 2% de esta población la cual sería de 110000 habitantes aproximadamente. El salario básico promedio es de \$1200.00 de los cuales destinan el 30% para alimentos \$360.00 aproximadamente.

Generalmente por su estilo de vida agitado no tienen tiempo para preparar alimentos, pero si les gusta consumir alimentos nutritivos ya elaborados.

## 2.4. Análisis de la demanda: Encuestas y Estadísticas

Se realizó 6 focus group compuesto por 5 personas cada uno para realizar la degustación de producto y saber principalmente el porcentaje de aceptación del mismo, a continuación la tabulación de las encuestas realizadas:

1. ¿Consume usted algún producto a base de lácteos?

SI	83.33%
NO	16.67%

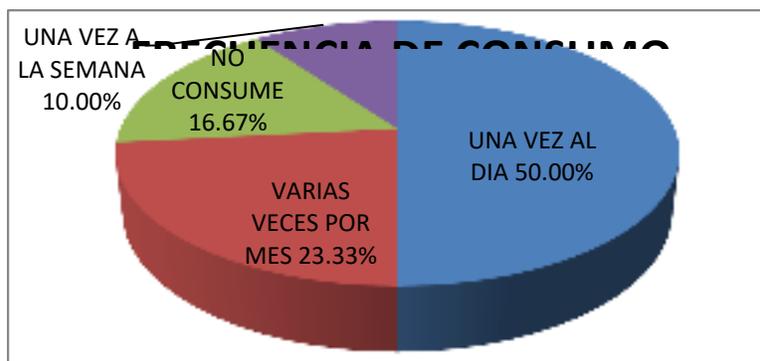


Fuente Primaria

Elaboración: Romina Román

2. ¿Cada cuanto?

<b>UNA VEZ AL DIA</b>	<b>50.00%</b>
<b>VARIAS VECES POR MES</b>	23.33%
<b>NO CONSUME</b>	16.67%
<b>UNA VEZ A LA SEMANA</b>	10.00%



Fuente Primaria

Elaboración: Romina Román

3. Una vez degustado la colada de malanga, "Malanguita's Power. ¿Consumiría este producto?

SI	86.67%
NO	13.33%

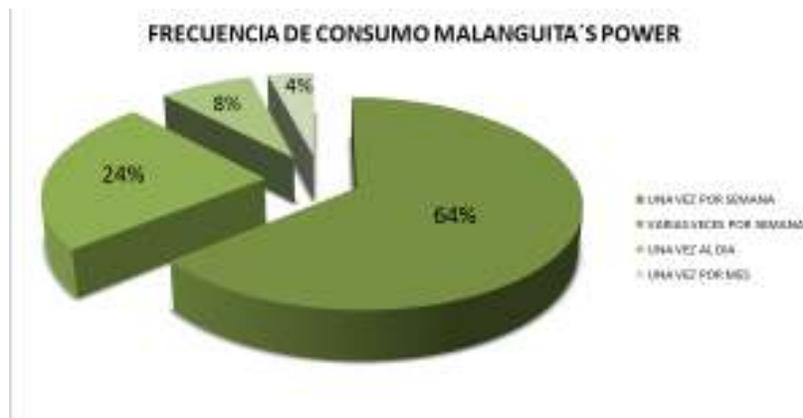


Fuente Primaria

Elaboración: Romina Román

4. Si la respuesta anterior es afirmativa. ¿Cada qué tiempo consumiría Malanguita's Power de 1LT?

UNA VEZ POR SEMANA	64%
VARIAS VECES POR SEMANA	24%
UNA VEZ AL DIA	8%
UNA VEZ POR MES	4%

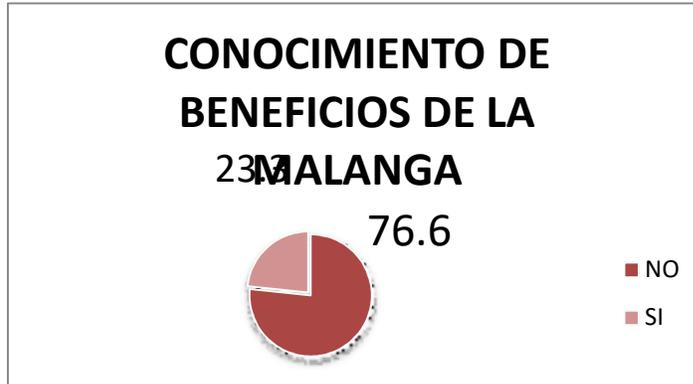


Fuente Primaria

Elaboración: Romina Román

5. ¿Sabía usted que la malanga contiene valores nutricionales?

NO	76.67%
SI	23.33%



Fuente Primaria

Elaboración: Romina Román

6. ¿Recomendaría Malanguita´s Power a sus familiares y amistades?

SI	83.33%
NO	16.67%



Fuente Primaria

Elaboración: Romina Román

En conclusión podemos observar que el producto tendrá una buena aceptación y que será recomendado por las personas que lo consuman. También se aprecia que una gran cantidad de personas no conocen de los beneficios que aporta la malanga, por lo cual dentro de

nuestra campaña de marketing haremos énfasis a dar más información de este producto y todas las bondades que posee.

Como ya lo hemos citado anteriormente Suecia es uno de los países más fríos del continente Europeo, lo cual dificulta la siembra y cosecha de vegetales, tubérculos, frutas, etc. Los suecos disfrutan mucho la cosecha de verano en la cual pueden obtener bayas, peras y manzanas. La mayoría de las verduras las procesan en encurtidos para que perduren en el invierno. Nuestra colada de malanga es ideal ya que contiene muchos nutrientes y vitaminas que se debe de tener en una dieta diaria, es práctica y lista para consumir al instante, para el agitado ritmo de vida de los suecos.

## 2.5. Análisis de la Oferta: Empresa y sus Competidores

Al ser Suecia un país de renta alta existen varias empresas locales y extranjeras supliendo de productos alimenticios de las cuales tenemos las más importantes:

Ecuador:	Extranjeros:
Nestlé Facundo Sunny	Ab Stockmos. Mysmoothie Ab Ridderhein

Nuestra ventaja consiste que de estas empresas no hay alguna que produzca colada de malanga como tal, solo productos sustitutos como jugos, leche, etc.

## 2.6. Plan de Marketing

- **Precio**

Nuestros términos de negociación serán CIF, bajo este término calcularemos nuestros costos y nuestros márgenes de utilidad.

Precio de introducción establecido para Malanguita's Power es de \$1.00 por cada litro.

Solo se efectuaran las importaciones por medio de Carta de Crédito de bancos reconocidos o pagos en efectivo.

Dependiendo del comportamiento de los clientes y los volúmenes que soliciten se les podrá asignar un crédito directo, pero con una garantía que se pueda hacer efectiva en el momento del incumplimiento de lo pactado.

Todo quedara por medio de contrato expreso.

El PVP sugerido es de \$2.00, así la cadena de abastecimiento podrá tener un 30% de ganancia.

- **Producto**

### Colada de Malanga

La malanga es un tubérculo que crece en climas cálidos, se lo puede cosechar en toda época del año su ciclo es de 100 a 200 días. Su color puede ser blanco o lila dependiendo el tiempo que se la haya dejado madurar.

Contiene:

De un 15%-39% de Carbohidrato.

De un 2%-3% de Proteína.

De un 70%-77% de Agua.

Posee un alto contenido de tiamina, riboflavina, vitamina C e hierro, es un excelente alimento por su contenido de proteína.

Actualmente la malanga se la está explotando mayoritariamente como materia prima.

Hemos observado que muy poco se la procesa y se la entrega como producto terminado.

Nosotros con la materia prima la procesamos para hacer colada de Malanga.

### **Ingredientes colada de malanga:**

- ✍ Malanga
- ✍ Agua
- ✍ Especies (Clavo de olor, canela, etc.)
- ✍ Azúcar
- ✍ Leche
- ✍ Chocolate
- ✍ Servato de Sodio

### **Preparación**

Se deja cocinar a fuego medio en un recipiente amplio la malanga limpia, pelada y cortada en cuadros con agua y las especias. Luego de que hierva 5 minutos se la deja reposar hasta que este fría.

Procedemos licuar con leche, endulzar al gusto y agregarle el perseverante que es el servato de sodio. Este nos permitirá que una vez abierto el empaque se conserve por 2 semanas.

Su partida arancelaria: 2009.90.00.00 - Mezcla de Jugos

Arancel 20% descuento SPG+ del 15%.

- **Publicidad**

- ☞ Exhibición en cabecera de góndola.
- ☞ Publicidad BTL en los puntos de venta.
- ☞ Flayers informativos sobre los beneficios del producto.
- ☞ Degustaciones en los puntos de venta.

- **Promoción**

- ☞ Por la compra de un cartón de 6 unidades, 1 Lt gratis.
- ☞ Por la compra de 1000 cartones se hará un 10% de descuento.

- **Plaza**

Dada la naturaleza de nuestro producto hemos elegido la estrategia de Piggy Back, la cual consiste en surtir a las cadenas de abastecimiento más grandes que tenga el país, acoplándonos a sus normas y exigencias.

Tenemos 3 empresas que se encargan del mercado de alimentos en Suecia y son:

- ✍ ICA GRUPPEN con 140 locales.
- ✍ COOP SWEDEN con 78 locales.
- ✍ AXFOOD con 88 locales.

## 2.7. Estrategias de Marketing

Realizaremos nuestra comercialización y distribución por medio de la estrategia de Piggy Back, la cual consiste en abastecer a las cadenas de autoservicios.

Este tipo de comercialización es ideal para nuestro producto ya que es un mercado extranjero en el cual no se ha incursionado anteriormente, los autoservicios abastecen a la mayor parte de los consumidores.

## 2.8. Matriz BCG

<b>ESTRELLA</b> 	<b>INCÓGNITA</b> 
<b>VACA</b> 	<b>PERRO</b> 

Consideramos que nuestra empresa se encontrará en la categoría de incógnita ya que es una empresa productora pionera, con ayuda de la publicidad pasaremos a la categoría de estrella, en la cual con desarrollo de producto y buena calidad nos mantendremos al largo paso.

### CAPÍTULO III

#### 3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

##### 3.1. Constitución del negocio

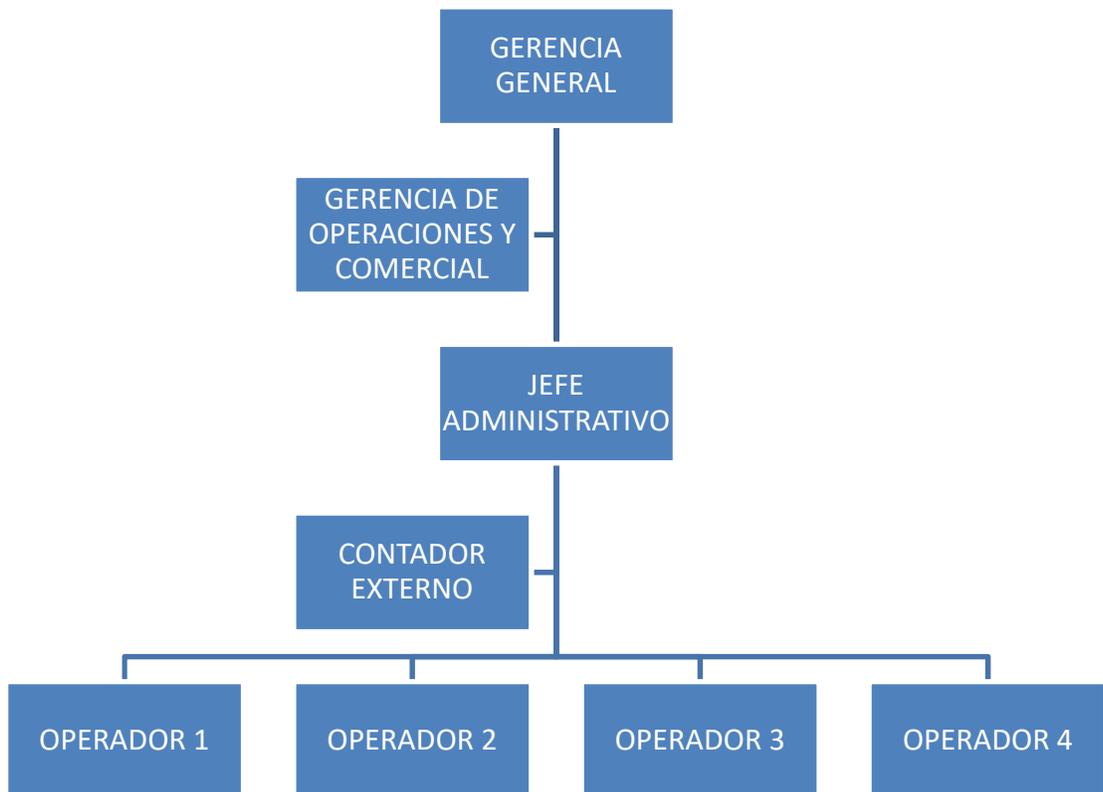
Nuestra empresa estará constituida como una Sociedad Anónima, con un capital pagado de \$5000.00 de aportación igualitaria de las socias: Romina Román y Mayra Sacoto. El nombre de la sociedad será Goodfoodexport S.A. Los trámites de constitución serán iniciados en el último trimestre del año 2012.

La obtención de los permisos sanitarios en Ecuador y en Suecia son pasos fundamentales para empezar con la primera producción y exportación.

Una vez legalmente constituidos estaremos registrados en el IESS y en el MRL para cumplir en el área laboral.

Al ser una Persona Jurídica se declarara mensualmente las retenciones a la Renta, al IVA y el IVA pagado y cobrado.

##### 3.2. Organigrama



### **3.3. Funciones**

#### **Gerente General**

- Representante Legal
- Elaboración de presupuestos
- Revisión de finanzas
- Revisión de cumplimiento de metas
- Relación directa con proveedores

#### **Gerente de Operaciones y comercial**

- Provisión de pedidos a tiempo
- Revisión de producción
- Contacto directo con los clientes
- Búsqueda de nuevos clientes y proveedores.

#### **Jefe Administrativo**

- Control de personal a su cargo
- Ingreso de información sistema contable
- Facturación, elaboración de retenciones
- Roles de pago
- Pagos a proveedores

#### **Contador Externo**

- Elaboración de declaraciones de impuestos
- Elaboración de Estados financieros y balance mensuales
- Firma responsable

#### **Operador**

- Elaboración de producción a tiempo
- Limpieza de maquinaria

### 3.4. Cadena de Valor y Operaciones

Nuestra Ventaja Competitiva consiste en que no hay otra empresa que procese la malanga en forma de colada, teniendo este precedente tendremos como prioridad elaborar un producto de calidad y variedad para cumplir con las expectativas del cliente.

A continuación detallamos nuestra cadena de valor:

- **Abastecimiento**

La malanga se cosecha en climas templados en algunas provincias del Ecuador, los lugares más cercanos de los cuales nos podemos abastecer son: la ciudad de Santa Elena en la provincia de Santa Elena y la ciudad de Valencia en la Provincia de Los Ríos.

Para asegurar el abastecimiento a tiempo y que sea de buena calidad se pre pagará el 50% de de la cosecha que necesitamos.

Se mantendrá una relación directa con el agricultor, así se sentirán relacionados con nuestra labor y se obtendrán beneficios bilaterales.

- **Desarrollo Tecnológico**



Adquiriremos una maquina que realiza el proceso de elaboración y embase, con un valor de \$1000000.00 precio DDP, de procedencia China, cumple con los estándares de calidad de la norma ISO 9001, es operada de forma automática por medio de una computadora principal.

Tiene una capacidad de 1500 a 5000 botellas diarias. 7

- **Recursos Humanos**

Los operadores de la maquinaria obtendrán capacitación para el correcto manejo de la misma. Deberán de tener experiencia en manejo de maquinaria.

La Gerente General debe de poseer experiencia y conocimiento en el área administrativa, financiera, contable y RRHH, idioma inglés indispensable.

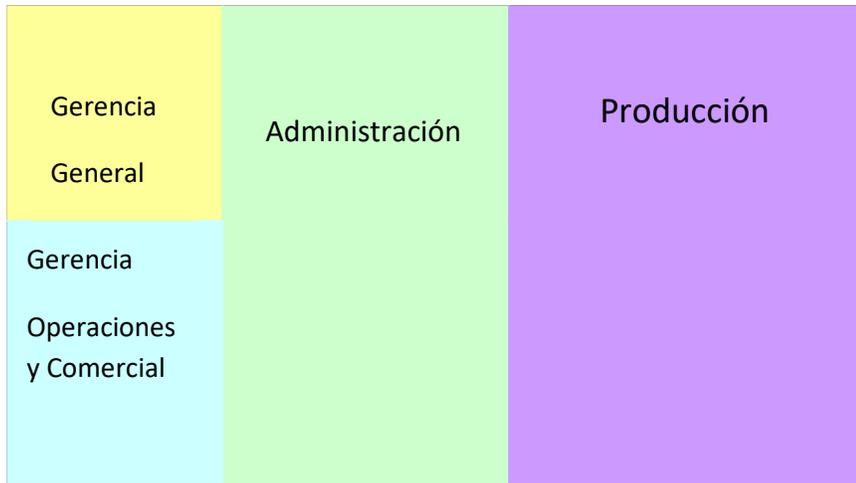
El encargado de las relaciones comerciales tanto con los clientes como con los proveedores es el Gerente Comercial.

El Jefe administrativo debe de tener título universitario y experiencia en Administración, comercio o carreras afines.

Contador externo debe de tener titulo como CPA que lo acredite para firmar.

- **Infraestructura**

La empresa contara con oficinas y área de producción amplia para el buen desempeño de las labores.



- **Logística:** El producto será embasado en cartones de Tetra pack de 1 litro de capacidad y se empaquetaran en cajas que contengan 6 embases, la carga será enviada en contenedores de 40 pies.

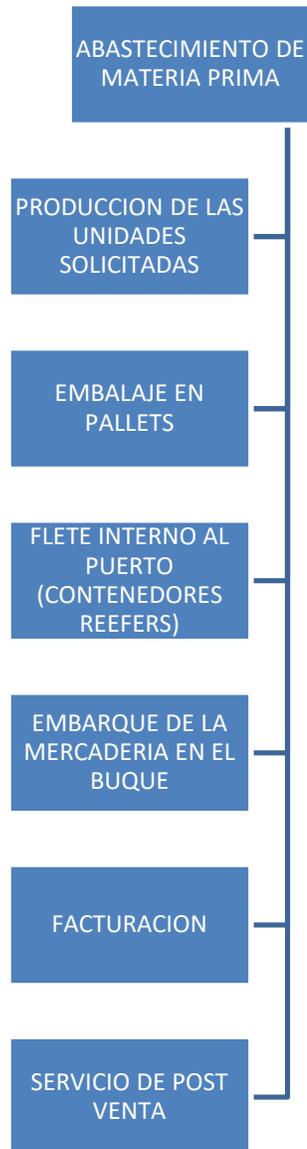
La naviera encargada de llevar el pedido a Suecia y dejarla en el puerto de Estocolmo es Hamburg Sud.

Se realizara servicio de post venta para constatar que la mercadería ha llegado en buen estado y a tiempo.

- **Estrategia de Comercialización:** Piggy Back abastecimiento de grandes cadenas alimenticias.
- **Marketing:** Campaña de introducción con el slogan “The Power Follows you”.

### 3.5. Diagrama de Operaciones

#### DIAGRAMA DE OPERACIONES



### **3.6. Responsabilidad Social y Cuidado del Medio Ambiente**

#### **3.6.1. Responsabilidad Social**

Nuestra responsabilidad social empieza con nuestros empleados con el pago de una remuneración justa por sus labores, respetando su tiempo de esparcimiento.

Se realizaran capacitaciones constantes para mantener el alto nivel profesional de nuestros empleados.

Es muy importante para nosotros la buena relación con nuestros proveedores, en especial los agricultores que nos ofrecen la materia prima, es por tanto que crearemos una relación de apoyo adquiriendo sus productos a un precio justo, impulsando así la economía de las comunidades de las comunas de Santa Elena y Valencia.

Se donaran 200 litros de colada de malanga mensualmente para cada una de las comunas proveedoras de materia prima.

#### **3.6.2. Cuidado del Medio Ambiente**

Las maquinas procesadoras contaminan el medio ambiente por medio del CO2 y el ruido que emiten al funcionar dan paso a la contaminación auditiva.

En Goodfoodexport nos preocupamos por el medio ambiente, por lo cual se realizaran los mantenimientos respectivos para disminuir el impacto negativo lo más posible.

El proceso de elaboración se realizará en un área especializada para evitar que el impacto acústico perjudique a los demás, los operarios que trabajen directamente con la maquinaria recibirán el equipo necesario para su seguridad.

Los desechos que se obtenga de la elaboración serán donados a los microempresarios de las comunas que nos proveen de la materia prima para el desarrollo de abono orgánico.

Se implementara un proyecto de reforestación para disminuir el efecto negativo de los gases de invernadero en la ciudad de Guayaquil.

## CAPÍTULO IV

### 4. INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 4.1. Determinación de Recursos.

A continuación se detalla los suministros, materia prima, recursos humanos etc. Necesarios para la operación del negocio:

<b>4.1.1. Elaboración de Colada de Malanga</b>	
Malanga	
Leche	
Agua	
Azúcar	
Especias (Canela, clavo de olor, pimienta)	
Esencia de Vainilla	
Chocolate	
Maquinaria	1
<b>4.1.2. Embasamiento</b>	
Empaques de Tetra pack	
Cartón	
<b>4.1.3. Oficinas</b>	
Escritorios	3
Central Telefónica	1
Teléfonos	4
Equipos de Computación	3
Impresoras	2
<b>4.1.4. Recursos Humanos</b>	
Gerente General (\$1200.00)	1
Gerente Operativo (\$1100.00)	1
Jefe Administrativo (\$600.00)	1
Operador (\$450.00) c/u	4

## 4.2. Localización Geográfica

Las oficinas y la planta de procesamiento estarán ubicadas en la Cdla. Los Albatros Calle Pelicano 102 y Av. Plaza Dañin, al norte de la ciudad de Guayaquil.

En este lugar se desarrollaran las actividades cotidianas de nuestra empresa tales como:

- ☞ Negociaciones.
- ☞ Recepción y despacho de pedidos.
- ☞ Recepción de materia prima.
- ☞ Elaboración de colada de malanga.

### MAPA DE UBICACIÓN DE OFICINAS



Fuente: Google Earth. <sup>5</sup>

### 4.3. Inversión Inicial

Se detalla los costos de activos fijos necesarios para la operación del negocio. Esta representa la inversión más fuerte que debemos incurrir en nuestro proyecto. Se solicitará crédito a la CFN, por un plazo de 10 años, por el valor total de la inversión inicial con cuotas fijas de \$1515.25. La maquinaria quedará en garantía a favor de la CFN. Como ventaja tenemos la filosofía del actual gobierno de apoyar a la industria nacional y exportar productos para colaborar en el equilibrio de la balanza de pagos.

#### DETALLE DE INVERSIÓN INICIAL

DESCRIPCIÓN	VALOR
MAQUINA 2 EN 1 PRODUCCIÓN VALOR DDP	100000.00
MUEBLES DE OFICINA	5000.00
INSTALACIONES TELEFONICAS	2500.00
EQUIPOS D ECOMPUTACION	2500.00
	<b>110000.00</b>

Elaboración: Romina Román

#### 4.4. Estado Financiero Anual

	2013	Mensual
Valor x Caja	\$ 6.00	\$ 6.00
# de Cajas	120000	10000
<b>Ingreso</b>		0
Venta Anual	\$ 720,000.00	\$ 60,000.00
<b>Costo</b>		
Materia Prima	\$ 240,000.00	\$ 20,000.00
Seguro y Flete	\$ 98,888.00	\$ 8,240.67
Mantenimiento Maquinaria	\$ -	\$ -
<b>Total de Costos</b>	\$ 338,888.00	\$ 28,240.67
<b>Utilidad Bruta</b>	\$ 381,112.00	\$ 31,759.33
<b>Egresos</b>		
<b>Gastos Administrativos</b>		
Alquiler	\$ 12,000.00	\$ 1,000.00
Servicios Básicos	\$ 18,000.00	\$ 1,500.00
Útiles de Oficina	\$ 1,800.00	\$ 150.00
Servicios Contables	\$ 4,200.00	\$ 350.00
Servicios de Limpieza	\$ 1,800.00	\$ 150.00
Servicios de Seguridad	\$ 420.00	\$ 35.00
<b>Gastos del Personal</b>		
Sueldos	\$ 56,400.00	\$ 4,700.00
Decimo Tercero	\$ 4,700.00	\$ 391.67
Decimo Cuarto	\$ 2,044.00	\$ 170.33
Aporte Patronal	\$ 6,288.60	\$ 524.05
Fondos de Reserva	\$ -	\$ -
Otros Beneficios	\$ 7,200.00	\$ 600.00
<b>Gastos Financieros</b>		
Préstamo	\$ 6,399.25	\$ 533.27
Intereses	\$ 11,783.75	\$ 981.98
<b>Gastos de Publicidad</b>		
Publicidad	\$ 36,000.00	\$ 3,000.00
<b>Gastos de Depreciación</b>		
Amortización Gastos de Constitución	\$ 300.00	\$ 25.00
Depreciación Equipo Computación	\$ 833.28	\$ 69.44
Depreciación Maquinaria y Muebles	\$ 10,500.00	\$ 875.00
<b>Total de Gastos</b>	\$ 180,668.88	\$ 15,055.74
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 200,443.12	\$ 16,703.59
<b>15% Participación empleados</b>	\$ 30,066.47	\$ 2,505.54
<b>Utilidad Grabable</b>	\$ 170,376.65	\$ 14,198.05
<b>Impuesto Renta</b>	\$ 37,482.86	\$ 3,123.57
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 132,893.79	\$ 11,074.48

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE COLADA DE MALANGA A SUECIA

**4.5. Estados Financieros Projectados a 5 años**

	2013	2014	2015	2016	2017
Valor x Caja	6.00	6.00	6.03	6.09	6.15
# de Cajas	120000	120000	144000	172800	207360
<b>Ingreso</b>					
Venta Anual	\$ 720,000.00	\$ 720,000.00	\$ 868,320.00	\$ 1,052,403.84	\$ 1,275,513.45
<b>Costo</b>					
Materia Prima	\$ 240,000.00	\$ 288,000.00	\$ 345,600.00	\$ 414,720.00	\$ 497,664.00
Seguro y Flete	\$ 98,888.00	\$ 108,776.80	\$ 119,654.48	\$ 131,619.93	\$ 144,781.92
Mantenimiento Maquinaria	\$ -	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
<b>Total de Costos</b>	\$ 338,888.00	\$ 403,076.80	\$ 471,869.48	\$ 553,285.68	\$ 649,738.96
<b>Utilidad Bruta</b>	\$ 381,112.00	\$ 316,923.20	\$ 396,450.52	\$ 499,118.16	\$ 625,774.50
<b>Egresos</b>					
<b>Gastos Administrativos</b>					
Alquiler	\$ 12,000.00	\$ 19,800.00	\$ 21,780.00	\$ 23,958.00	\$ 26,353.80
Servicios Basicos	\$ 18,000.00	\$ 18,900.00	\$ 19,845.00	\$ 20,837.25	\$ 21,879.11
Utiles de Oficina	\$ 1,800.00	\$ 1,890.00	\$ 1,984.50	\$ 2,083.73	\$ 2,187.91
Servicios Contables	\$ 4,200.00	\$ 4,620.00	\$ 5,082.00	\$ 5,590.20	\$ 6,149.22
Servicios de Limpieza	\$ 1,800.00	\$ 1,890.00	\$ 1,984.50	\$ 2,083.73	\$ 2,187.91
Servicios de Seguridad	\$ 420.00	\$ 441.00	\$ 463.05	\$ 486.20	\$ 510.51
<b>Gastos del Personal</b>					
Sueldos	\$ 56,400.00	\$ 62,040.00	\$ 68,244.00	\$ 75,068.40	\$ 82,575.24
Decimo Tercero	\$ 4,700.00	\$ 5,170.00	\$ 5,687.00	\$ 6,255.70	\$ 6,881.27
Decimo Cuarto	\$ 2,044.00	\$ 2,248.40	\$ 2,473.24	\$ 2,720.56	\$ 2,992.62
Aporte Patronal	\$ 6,288.60	\$ 6,917.46	\$ 7,609.21	\$ 8,370.13	\$ 9,207.14
Fondos de Reserva	\$ -	\$ 5,167.93	\$ 5,684.73	\$ 6,253.20	\$ 6,878.52
Otros Beneficios	\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 8,683.20	\$ 10,524.04	\$ 12,755.13
<b>Gastos Financieros</b>					
Prestamo	\$ 6,399.25	\$ 7,139.77	\$ 1,965.97	\$ 8,887.79	\$ 9,916.27
Intereses	\$ 11,783.75	\$ 11,043.23	\$ 10,217.03	\$ 9,295.22	\$ 8,266.73
<b>Gastos de Publicidad</b>					
Publicidad	\$ 36,000.00	\$ 39,600.00	\$ 43,560.00	\$ 47,916.00	\$ 52,707.60
<b>Gastos de Depresiación</b>					
Amortizacion Gastos de Constitucion	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Depreciación Equipo Computacion	\$ 833.28	\$ 833.28	\$ 833.28	\$ -	\$ -
Depreciación Maquinaria y Muebles	\$ 10,500.00	\$ 10,500.00	\$ 10,500.00	\$ 10,500.00	\$ 10,500.00
<b>Total de Gastos</b>	\$ 180,668.88	\$ 205,701.07	\$ 216,896.70	\$ 241,130.14	\$ 262,248.99
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 200,443.12	\$ 111,222.13	\$ 179,553.82	\$ 257,988.02	\$ 363,525.51
<b>15% Participacion empleados</b>	\$ 30,066.47	\$ 16,683.32	\$ 26,933.07	\$ 38,698.20	\$ 54,528.83
<b>Utilidad Grabable</b>	\$ 170,376.65	\$ 94,538.81	\$ 152,620.75	\$ 219,289.82	\$ 308,996.68
<b>Impuesto Renta</b>	\$ 37,482.86	\$ 19,853.15	\$ 30,524.15	\$ 43,857.96	\$ 61,799.34
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 132,893.79	\$ 74,685.66	\$ 122,096.60	\$ 175,431.86	\$ 247,197.34

#### 4.6. RAZONES FINANCIERAS

Préstamo \$110,000.00 Inversión Inicial

Plazo 10 años

Tasa Efectiva 11%

Entidad: CFN

Amortización para Pago Mensual: **\$1,515.25** sobre 120 meses

Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
1	\$ 1,008.33	\$ 506.92	\$ 109,493.08
2	\$ 1,003.69	\$ 511.56	\$ 108,981.52
3	\$ 999.00	\$ 516.25	\$ 108,465.27
4	\$ 994.26	\$ 520.99	\$ 107,944.28
5	\$ 989.49	\$ 525.76	\$ 107,418.52
6	\$ 984.67	\$ 530.58	\$ 106,887.94
7	\$ 979.81	\$ 535.44	\$ 106,352.50
8	\$ 974.90	\$ 540.35	\$ 105,812.14
9	\$ 969.94	\$ 545.31	\$ 105,266.84
10	\$ 964.95	\$ 550.30	\$ 104,716.53
11	\$ 959.90	\$ 555.35	\$ 104,161.19
12	\$ 954.81	\$ 560.44	\$ 103,600.75
<b>Totales para el año 1</b>			
Usted pagará \$18,183.00 por su obligación en el año 1 \$11,783.75 se irán a INTERESES \$6,399.25 se abonara a la OBLIGACIÓN			
Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
13	\$ 949.67	\$ 565.58	\$ 103,035.17
14	\$ 944.49	\$ 570.76	\$ 102,464.41
15	\$ 939.26	\$ 575.99	\$ 101,888.42
16	\$ 933.98	\$ 581.27	\$ 101,307.14
17	\$ 928.65	\$ 586.60	\$ 100,720.54
18	\$ 923.27	\$ 591.98	\$ 100,128.56
19	\$ 917.85	\$ 597.40	\$ 99,531.16
20	\$ 912.37	\$ 602.88	\$ 98,928.28
21	\$ 906.84	\$ 608.41	\$ 98,319.87
22	\$ 901.27	\$ 613.98	\$ 97,705.88
23	\$ 895.64	\$ 619.61	\$ 97,086.27
24	\$ 889.96	\$ 625.29	\$ 96,460.98
<b>Totales para el año 2</b>			
Usted pagará \$18,183.00 por su obligación en el año 2 \$11,043.23 se irán a INTERESES \$7,139.77 se abonara a la OBLIGACIÓN			

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE COLADA DE MALANGA A SUECIA

Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
25	\$ 884.23	\$ 631.02	\$ 95,829.95
26	\$ 878.44	\$ 636.81	\$ 95,193.15
27	\$ 872.60	\$ 642.65	\$ 94,550.50
28	\$ 866.71	\$ 648.54	\$ 93,901.96
29	\$ 860.77	\$ 654.48	\$ 93,247.48
30	\$ 854.77	\$ 660.48	\$ 92,587.00
31	\$ 848.71	\$ 666.54	\$ 91,920.46
32	\$ 842.60	\$ 672.65	\$ 91,247.82
33	\$ 836.44	\$ 678.81	\$ 90,569.01
34	\$ 830.22	\$ 685.03	\$ 89,883.97
35	\$ 823.94	\$ 691.31	\$ 89,192.66
36	\$ 817.60	\$ 697.65	\$ 88,495.01
<b>Totales para el año 3</b>			
	Usted pagará \$18,183.00 por su obligación en el año 3 \$10,217.03 se irán a INTERESES \$7,965.97 se abonara a la OBLIGACIÓN		
Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
37	\$ 811.20	\$ 704.05	\$ 87,790.96
38	\$ 804.75	\$ 710.50	\$ 87,080.46
39	\$ 798.24	\$ 717.01	\$ 86,363.45
40	\$ 791.66	\$ 723.59	\$ 85,639.86
41	\$ 785.03	\$ 730.22	\$ 84,909.65
42	\$ 778.34	\$ 736.91	\$ 84,172.73
43	\$ 771.58	\$ 743.67	\$ 83,429.07
44	\$ 764.77	\$ 750.48	\$ 82,678.58
45	\$ 757.89	\$ 757.36	\$ 81,921.22
46	\$ 750.94	\$ 764.31	\$ 81,156.91
47	\$ 743.94	\$ 771.31	\$ 80,385.60
48	\$ 736.87	\$ 778.38	\$ 79,607.22
<b>Totales para el año 4</b>			
	Usted pagará \$18,183.00 por su obligación en el año 4 \$9,295.22 se irán a INTERESES \$8,887.79 se abonara a la OBLIGACIÓN		

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE COLADA DE MALANGA A SUECIA

Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
49	\$ 729.73	\$ 785.52	\$ 78,821.70
50	\$ 722.53	\$ 792.72	\$ 78,028.99
51	\$ 715.27	\$ 799.98	\$ 77,229.00
52	\$ 707.93	\$ 807.32	\$ 76,421.68
53	\$ 700.53	\$ 814.72	\$ 75,606.97
54	\$ 693.06	\$ 822.19	\$ 74,784.78
55	\$ 685.53	\$ 829.72	\$ 73,955.06
56	\$ 677.92	\$ 837.33	\$ 73,117.73
57	\$ 670.25	\$ 845.00	\$ 72,272.72
58	\$ 662.50	\$ 852.75	\$ 71,419.97
59	\$ 654.68	\$ 860.57	\$ 70,559.41
60	\$ 646.79	\$ 868.46	\$ 69,690.95
<b>Totales para el año 5</b>			
	Usted pagará \$18,183.00 por su obligación en el año 5 \$8,266.73 se irán a INTERESES \$9,916.27 se abonara a la OBLIGACIÓN		
Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
61	\$ 638.83	\$ 876.42	\$ 68,814.53
62	\$ 630.80	\$ 884.45	\$ 67,930.08
63	\$ 622.69	\$ 892.56	\$ 67,037.53
64	\$ 614.51	\$ 900.74	\$ 66,136.79
65	\$ 606.25	\$ 909.00	\$ 65,227.79
66	\$ 597.92	\$ 917.33	\$ 64,310.46
67	\$ 589.51	\$ 925.74	\$ 63,384.72
68	\$ 581.03	\$ 934.22	\$ 62,450.50
69	\$ 572.46	\$ 942.79	\$ 61,507.71
70	\$ 563.82	\$ 951.43	\$ 60,556.28
71	\$ 555.10	\$ 960.15	\$ 59,596.13
72	\$ 546.30	\$ 968.95	\$ 58,627.18
<b>Totales para el año 6</b>			
	Usted pagará \$18,183.00 por su obligación en el año 6 \$7,119.23 se irán a INTERESES \$11,063.77 se abonara a la OBLIGACIÓN		

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE COLADA DE MALANGA A SUECIA

Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
73	\$ 537.42	\$ 977.83	\$ 57,649.35
74	\$ 528.45	\$ 986.80	\$ 56,662.55
75	\$ 519.41	\$ 995.84	\$ 55,666.71
76	\$ 510.28	\$ 1,004.97	\$ 54,661.73
77	\$ 501.07	\$ 1,014.18	\$ 53,647.55
78	\$ 491.77	\$ 1,023.48	\$ 52,624.07
79	\$ 482.39	\$ 1,032.86	\$ 51,591.21
80	\$ 472.92	\$ 1,042.33	\$ 50,548.87
81	\$ 463.36	\$ 1,051.89	\$ 49,496.99
82	\$ 453.72	\$ 1,061.53	\$ 48,435.46
83	\$ 443.99	\$ 1,071.26	\$ 47,364.20
84	\$ 434.17	\$ 1,081.08	\$ 46,283.12
<b>Totales para el año 7</b>			
Usted pagará \$18,183.00 por su obligación en el año 7 \$5,838.95 se irán a INTERESES \$12,344.06 se abonara a la OBLIGACIÓN			
Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
85	\$ 424.26	\$ 1,090.99	\$ 45,192.14
86	\$ 414.26	\$ 1,100.99	\$ 44,091.15
87	\$ 404.17	\$ 1,111.08	\$ 42,980.07
88	\$ 393.98	\$ 1,121.27	\$ 41,858.80
89	\$ 383.71	\$ 1,131.54	\$ 40,727.26
90	\$ 373.33	\$ 1,141.92	\$ 39,585.34
91	\$ 362.87	\$ 1,152.38	\$ 38,432.95
92	\$ 352.30	\$ 1,162.95	\$ 37,270.01
93	\$ 341.64	\$ 1,173.61	\$ 36,096.40
94	\$ 330.88	\$ 1,184.37	\$ 34,912.03
95	\$ 320.03	\$ 1,195.22	\$ 33,716.81
96	\$ 309.07	\$ 1,206.18	\$ 32,510.63
<b>Totales para el año 8</b>			
Usted pagará \$18,183.00 por su obligación en el año 8 \$4,410.51 se irán a INTERESES \$13,772.50 se abonara a la OBLIGACIÓN			

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE COLADA DE MALANGA A SUECIA

Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
97	\$ 298.01	\$ 1,217.24	\$ 31,293.39
98	\$ 286.86	\$ 1,228.39	\$ 30,065.00
99	\$ 275.60	\$ 1,239.65	\$ 28,825.34
100	\$ 264.23	\$ 1,251.02	\$ 27,574.33
101	\$ 252.76	\$ 1,262.49	\$ 26,311.84
102	\$ 241.19	\$ 1,274.06	\$ 25,037.78
103	\$ 229.51	\$ 1,285.74	\$ 23,752.05
104	\$ 217.73	\$ 1,297.52	\$ 22,454.52
105	\$ 205.83	\$ 1,309.42	\$ 21,145.11
106	\$ 193.83	\$ 1,321.42	\$ 19,823.69
107	\$ 181.72	\$ 1,333.53	\$ 18,490.15
108	\$ 169.49	\$ 1,345.76	\$ 17,144.40
<b>Totales para el año 9</b>			
Usted pagará \$18,183.00 por su obligación en el año 9			
\$2,816.77 se irán a INTERESES			
\$15,366.23 se abonara a la OBLIGACIÓN			
Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
109	\$ 157.16	\$ 1,358.09	\$ 15,786.30
110	\$ 144.71	\$ 1,370.54	\$ 14,415.76
111	\$ 132.14	\$ 1,383.11	\$ 13,032.65
112	\$ 119.47	\$ 1,395.78	\$ 11,636.87
113	\$ 106.67	\$ 1,408.58	\$ 10,228.29
114	\$ 93.76	\$ 1,421.49	\$ 8,806.80
115	\$ 80.73	\$ 1,434.52	\$ 7,372.28
116	\$ 67.58	\$ 1,447.67	\$ 5,924.61
117	\$ 54.31	\$ 1,460.94	\$ 4,463.67
118	\$ 40.92	\$ 1,474.33	\$ 2,989.33
119	\$ 27.40	\$ 1,487.85	\$ 1,501.49
120	\$ 13.76	\$ 1,501.49	\$ 0.00
<b>Totales para el año 10</b>			
Usted pagará \$18,183.00 por su obligación en el año 10			
\$1,038.61 se irán a INTERESES			
\$17,144.40 se abonara a la OBLIGACIÓN			

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE COLADA DE MALANGA A SUECIA

4.7. Flujo de Efectivo

	AÑO 0	2013	2014	2015	2016	2017
Valor x Caja		6.00	6.00	6.03	6.09	6.15
# de Cajas		120000	120000	144000	172800	207360
<b>Ingreso</b>						
Prestamo		\$ 110,000.00				
Venta Anual		\$ 720,000.00	\$ 720,000.00	\$ 868,320.00	\$ 1,052,403.84	\$ 1,275,513.45
<b>Costo</b>						
Materia Prima		\$ 240,000.00	\$ 288,000.00	\$ 345,600.00	\$ 414,720.00	\$ 497,664.00
Seguro y Flete		\$ 98,888.00	\$ 108,776.80	\$ 119,654.48	\$ 131,619.93	\$ 144,781.92
Mantenimiento Maquinaria		\$ -	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
<b>Total de Costos</b>		\$ 338,888.00	\$ 403,076.80	\$ 471,869.48	\$ 553,285.68	\$ 649,738.96
<b>Utilidad Bruta</b>		\$ 381,112.00	\$ 316,923.20	\$ 396,450.52	\$ 499,118.16	\$ 625,774.50
<b>Egresos</b>						
<b>Gastos Administrativos</b>						
Alquiler		\$ 12,000.00	\$ 19,800.00	\$ 21,780.00	\$ 23,958.00	\$ 26,353.80
Servicios Basicos		\$ 18,000.00	\$ 18,900.00	\$ 19,845.00	\$ 20,837.25	\$ 21,879.11
Utiles de Oficina		\$ 1,800.00	\$ 1,890.00	\$ 1,984.50	\$ 2,083.73	\$ 2,187.91
Servicios Contables		\$ 4,200.00	\$ 4,620.00	\$ 5,082.00	\$ 5,590.20	\$ 6,149.22
Servicios de Limpieza		\$ 1,800.00	\$ 1,890.00	\$ 1,984.50	\$ 2,083.73	\$ 2,187.91
Servicios de Seguridad		\$ 420.00	\$ 441.00	\$ 463.05	\$ 486.20	\$ 510.51
<b>Gastos del Personal</b>						
Sueldos		\$ 51,600.00	\$ 56,760.00	\$ 62,436.00	\$ 68,679.60	\$ 75,547.56
Decimo Tercero		\$ 4,300.00	\$ 4,730.00	\$ 5,203.00	\$ 5,723.30	\$ 6,295.63
Decimo Cuarto		\$ 2,044.00	\$ 2,248.40	\$ 2,473.24	\$ 2,720.56	\$ 2,992.62
Aporte Patronal		\$ 5,753.40	\$ 6,328.74	\$ 6,961.61	\$ 7,657.78	\$ 8,423.55
Fondos de Reserva		\$ -	\$ 4,728.11	\$ 5,200.92	\$ 5,721.01	\$ 6,293.11
Otros Beneficios		\$ 7,200.00	\$ 7,200.00	\$ 8,683.20	\$ 10,524.04	\$ 12,755.13
<b>Gastos Financieros</b>						
Prestamo		\$ 6,399.25	\$ 7,139.77	\$ 1,965.97	\$ 8,887.79	\$ 9,916.27
Intereses		\$ 11,783.75	\$ 11,043.23	\$ 10,217.03	\$ 9,295.22	\$ 8,266.73
<b>Gastos de Publicidad</b>						
Publicidad		\$ 36,000.00	\$ 39,600.00	\$ 43,560.00	\$ 47,916.00	\$ 52,707.60
<b>Gastos de Depreciación</b>						
Amortizacion Gastos de Constitucion		\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Depreciación Equipo Computacion		\$ 833.28	\$ 833.28	\$ 833.28	\$ -	\$ -
Depreciación Maquinaria y Muebles		\$ 10,500.00	\$ 10,500.00	\$ 10,500.00	\$ 10,500.00	\$ 10,500.00
<b>Total de Gastos</b>		\$ 174,933.68	\$ 198,952.53	\$ 209,473.30	\$ 232,964.40	\$ 253,266.68
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		\$ 206,178.32	\$ 117,970.67	\$ 186,977.22	\$ 266,153.76	\$ 372,507.82
<b>15% Participacion empleados</b>		\$ 30,926.75	\$ 17,695.60	\$ 28,046.58	\$ 39,923.06	\$ 55,876.17
<b>Utilidad Grabable</b>		\$ 175,251.57	\$ 100,275.07	\$ 158,930.63	\$ 226,230.70	\$ 316,631.65
<b>Impuesto Renta</b>		\$ 38,555.35	\$ 21,057.76	\$ 31,786.13	\$ 45,246.14	\$ 63,326.33
<b>Utilidad Neta</b>	\$ (110,000.00)	\$ 136,696.23	\$ 79,217.31	\$ 127,144.51	\$ 180,984.56	\$ 253,305.32
	\$ (110,000.00)	\$ 258,329.51	\$ 90,850.59	\$ 138,777.79	\$ 191,784.56	\$ 264,105.32
<b>VAN:</b>	\$ 567,104.53					
<b>TIR:</b>	89%					

De nuestro flujo de caja proyectado a 5 años obtuvimos los siguientes resultados:

- VAN: \$567,104.53
- TIR: 89%

Por lo cual podemos determinar que el proyecto es viable financieramente.

La recuperación de la inversión inicial es en un periodo de 1 año aproximadamente.

#### 4.8. Punto de Equilibrio

##### PUNTO DE EQUILIBRIO POR UNIDADES

P.E. Unidades	Precio
10134	\$ 1.75
12571	\$ 1.50
24210	\$ 1.00
45081	\$ 0.75
326834	\$ 0.50

El total de gastos fijos mensuales de nuestra operación es de \$13.073,37, cada litro de colada tiene un costo de 0,46 ctvs., si el precio de venta de es de \$1.00 se deben de vender 24.210 Litros mensuales para cubrir con los gastos fijos. Nosotros tenemos proyectado vender 60000 litros mensuales a un precio de \$1,00 c/u.

En base a nuestro punto de equilibrio hemos calculado el ratio de Margen de Seguridad, esta razón financiera nos indica en porcentaje que tan segura será nuestra operación. Obtuvimos un resultado de 53% que indica que la operación es moderadamente segura, este valor se debe de tener en cuenta y tomar acciones que permitan garantizar el pago de los productos, como pagos por medio de Carta de Crédito, Cobranza, etc.

##### MARGEN DE SEGURIDAD

Margen Seguridad	53%
------------------	-----

## **CAPÍTULO V**

### **5. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES**

#### **5.1. RECOMENDACIONES**

- Se debe de tener una comunicación directa con el cliente, ya que es la cultura empresarial de los suecos.
- Calidad ante todo, dentro de la cultura sueca es un factor importante, aunque sus parámetros son menos rigurosos que los demás países de la Unión Europea, sí poseen algunas instancias de control.
- Mantener una estrecha relación con los proveedores de materia prima, para obtener un producto de óptima calidad y a tiempo.
- Cuidar los tiempos de entrega, la puntualidad es uno de los factores importantes.
- Obtener certificado de origen para acogerse a las preferencias arancelarias SPG+ que se ofrece a los países en vías de desarrollo.
- Realizar encuestas para saber sobre el grado de satisfacción que el consumidor final tiene de la colada Malanguita´s Power.
- A futuro se debe de realizar desarrollo de producto dando otras alternativas a los consumidores como snacks de malanga, mermelada de malanga, etc.
- Buscar un nuevo segmento de mercado como el de los infantes brindando compotas de malanga y colada de malanga en presentaciones para lonchera.

#### **5.2. CONCLUSIONES**

- Podemos acotar que el mercado sueco posee deficiencia alimentaria ya que su clima es muy severo y la mayoría de la población está dedicada al área industrial o de servicio. Con este precedente tenemos apertura en el mercado de los alimentos semielaborados y elaborados por el ritmo de vida que esta población posee.
- Se debe llegar con una estrategia de marketing directa al consumidor y una campaña de educación sobre los beneficios alimenticios y nutricionales de la colada de malanga y la colada “Malanguita´s Power”.
- El proyecto es viable económicamente, dejando un margen de ganancia del 89% a un plazo de 5 años.
- Como ventaja tenemos materia prima económica y abundante lo que nos permite dar un precio competitivo en el mercado.

## BIBLIOGRAFÍA

1. CIA The World Fact Book
2. Cámara de Comercio sueca ([www.cci.se](http://www.cci.se))
3. Página oficial de Suecia [www.sweden.se](http://www.sweden.se)
4. Wikipedia ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org))
5. Google Earth
6. Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones
7. [www.alibaba.com](http://www.alibaba.com)

## ANEXOS

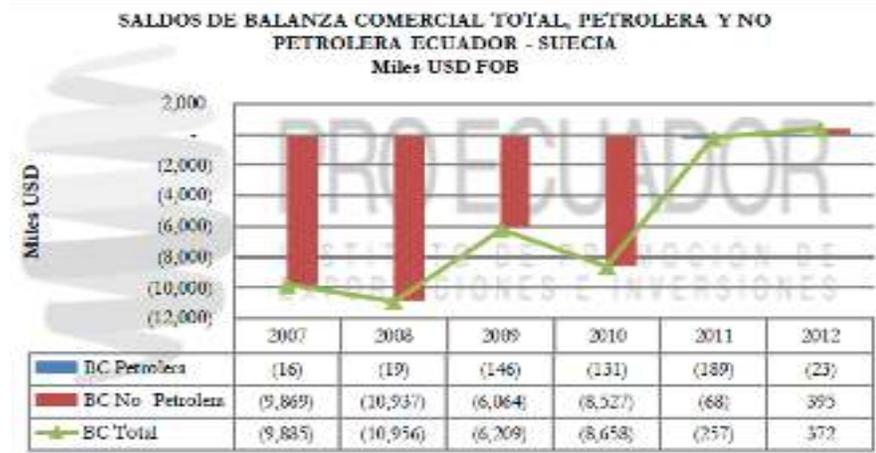
### ➤ Anexo Relaciones Comerciales Ecuador – Suecia

#### EXPORTACIONES ECUADOR - SUECIA



Fuente: Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones

#### BALANZA COMERCIAL ECUADOR – SUECIA



Fuente: Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones

### INVERSIÓN DIRECTA SUECA EN ECUADOR



Fuente: Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones

### INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA DE SUECIA EN ECUADOR



Fuente: Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones

➤ **Anexo Fotos de Materia Prima**



Malanga



Malanga



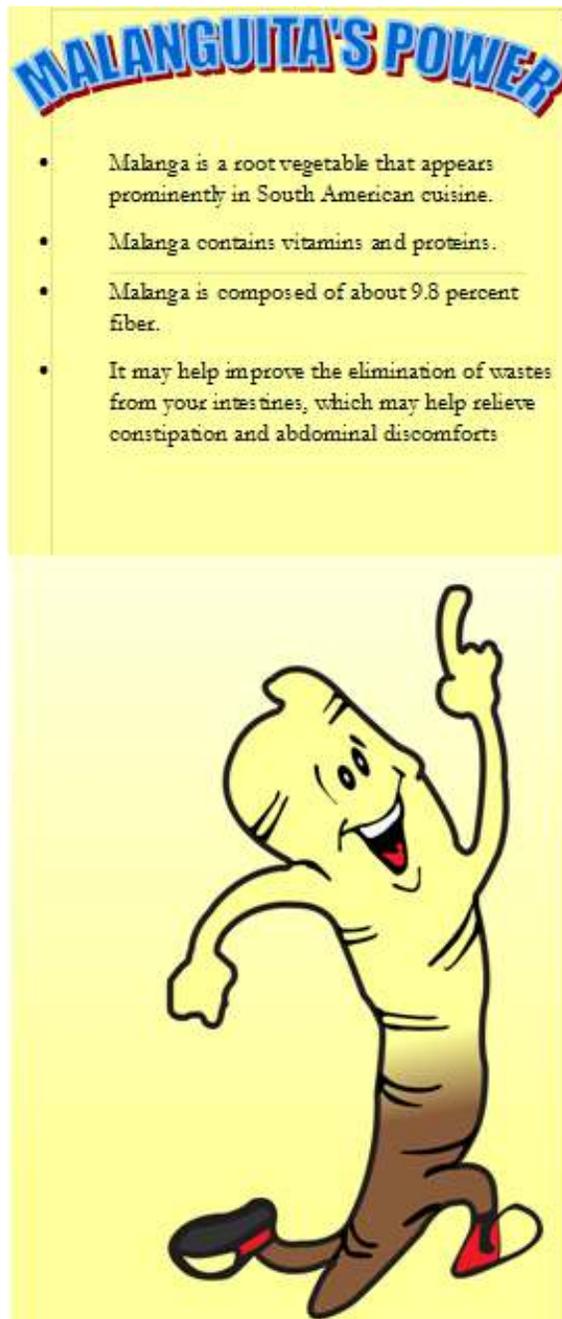
Cultivo de Malanga

➤ **Anexo de Publicidad**

**PANCARTA CON NOMBRE DEL PRODUCTO Y SLOGAN**



## FLAYER INFORMATIVO



**MALANGUITA'S POWER**

- Malanga is a root vegetable that appears prominently in South American cuisine.
- Malanga contains vitamins and proteins.
- Malanga is composed of about 9.8 percent fiber.
- It may help improve the elimination of wastes from your intestines, which may help relieve constipation and abdominal discomforts.



➤ **Anexo Documentación y Trámites para constituir una Sociedad Anónima**

☞ **Aprobación del nombre de la Compañía**

**Trámite**

Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

**Documentación**

Copia de cédula.

Apertura cuenta de Integración de Capital

**Trámite**

- Se debe aperturar una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

**Documentación**

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del Capital.
4. El valor del depósito

**Descarga de Documentos**

- Modelo solicitud apertura cuenta de Ingración de Capital Sociedad Anónima.

☞ **Celebrar la Escritura Pública**

**Trámite**

- Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía

**Documentación**

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco
4. Minuta para constituir la Compañía
5. Pago derechos Notaría

### **Descarga de Documentos**

- Modelo Minuta Constitución Compañía Anónima.

### **Solicitar la aprobación de las Escrituras de Constitución**

#### **Trámite**

- Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías

#### **Documentación**

1. Tres copias certificadas de las Escrituras de constitución
2. Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud
3. Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la Compañía

### **Descarga de Documentos**

- Modelo solicitud aprobación Escrituras.

### **Obtener la resolución de aprobación de las Escrituras**

#### **Trámite**

- La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.

#### **Documentación**

- Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

### **Cumplir con las disposiciones de la Resolución**

#### **Trámite**

1. Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía.
2. Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.
3. Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.

### **Documentación**

Para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:

1. Copia de las Escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio).
3. Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la Empresa.

#### **Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil**

### **Trámite**

- Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.

### **Documentación**

1. Tres copias de las Escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.
2. Patente municipal.
3. Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.
4. Publicación del extracto.
5. Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

#### **Elaborar nombramientos de la directiva de la Compañía**

### **Trámite**

- Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente)

### **Documentación**

- Ninguna

### **Descarga de Documentos**

- Modelo Nombramiento Gerente.
- Modelo Nombramiento Presidente.

### **Inscribir nombramientos en el Registro Mercantil**

#### **Trámite**

- Los nombramientos deberán ser inscritos en el Registro Mercantil

#### **Documentación**

1. Tres copias de cada Nombramiento
2. Copia de las Escrituras de Constitución
3. Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerent

### **Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías**

#### **Trámite**

- Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía.

#### **Documentación**

1. Formulario RUC 01A
2. Fomulario RUC 01B
3. Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil
  
4. Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente y Presidente
5. Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil
6. Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía
7. Publicación del extracto

### **Descarga de Documentos**

- Formulario 01-A.
- Formulario 01-B.

### **Obtener el RUC**

### **Trámite**

- Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC.

### **Documentación**

1. Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías
3. Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
4. Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
5. Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
6. Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.
7. Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
8. Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
9. Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.

### **Descarga de Documentos**

- Modelo de Autorización para obtener el RUC por una tercera persona.
- Modelo carta SRI para uso gratuito de oficina.

### **Retirar la cuenta de Integración de Capital**

### **Trámite**

- Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para aperturar la cuenta de Integración de Capital.

### **Documentación**

1. Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para aperturar la cuenta de Integración de Capital.
2. Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía.
3. Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.

### **Descarga de Documentos**

- Modelo de autorización de retiro de capital del banco.

### **👉 Aperturar una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía**

### **Trámite**

- La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

### **Documentación**

1. Solicitud de apertura de cuenta.
2. Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejaran la cuenta.
3. Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.
4. Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

### **Descarga de Documentos**

- Modelo solicitud apertura cuenta corriente o de ahorros.

☞ **Obtener permiso para imprimir Facturas**

**Trámite**

- Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía.

**Documentación**

1. Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).
2. Permiso de Bomberos.
3. En caso de realizar operaciones de Comercio Exterior, la autorización de la CAE.
4. Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía.
5. Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía.
6. Registro patronal en el IESS.
7. Patente Municipal.
8. Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria.
9. Contrato de compraventa que sustente la propiedad inmobiliaria.
10. Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la Compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma.

ENCUESTA MALANGUITA'S POWER

1. ¿Consume usted algún producto a base de lácteos?

SI  NO

2. ¿Cada cuanto?

Una vez al día

Una vez por semana

Una vez por mes

No consume

3. Una vez degustado la colada de malanga, "Malanguita's Power. ¿Consumiría este producto?

SI  NO

4. Si la respuesta anterior es afirmativa. ¿Cada qué tiempo consumiría Malanguita's Power de 1LT?

Una vez al día

Una vez por semana

Varias veces por semanas

Una vez por mes

5. ¿Sabía usted que la malanga contiene valores nutricionales?

SI  NO

6. ¿Recomendaría Malanguita's Power a sus familiares y amistades?

SI  NO