SEDE GUAYAQUIL

PLAN DE TRABAJO DE GRADO
PREVIA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL CON MENCIÓN EN MARKETING Y COMERCIO EXTERIOR

TEMA DE TESIS:

PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y DISTRIBUIDORA DE CAFÉ EN FORMA DE TABLETA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A DESARROLLARSE ENTRE EL AÑO 2010 Y 2011

AUTORES:

OSCAR ANDRES GALIANO LINDAO
CONSTANTINO JAVIER VASCONES NAULA

DIRECTOR DE TESIS: ING. JERRY ITÚRBURO

SEPTIEMBRE 2011

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

La presente Tesis contiene información pertinente a investigaciones que fueron realizadas de manera veraz en el cual los conceptos desarrollados, análisis realizados y conclusiones efectuadas en el presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Guayaquil, 05 de Octubre del 2010

Oscar Andrés Galiano Lindao.

Constantino Javier Vascones Naula.

DEDICATORIA

El presente trabajo, se lo dedico a Dios, a mis padres y familiares por el apoyo brindado, y a mi esposa por su compañía y colaboración.

A Dios por guiar cada paso que doy y bendecir cada decisión tomada, a mis padres bastón principal para hacer de mí una persona de bien, a la familiares por los consejos y apoyo brindado, a mi esposa por su existencia.

OSCAR ANDRES GALIANO LINDAO

Este proyecto de tesis se lo dedico a Dios por todas bendiciones brindadas, a mis padres por el apoyo y la inyección de fortaleza, a mis maestros los cuales me enseñaron muchos conocimientos los cuales me han servido en mi vida laboral, ha tener principios, ser ético y humanista.

CONSTANTINO J. VASCONES N.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN..... vii

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....9
1.1. Formulación del Problema. 9
1.2. Justificación.....9
1.3. Objetivos. 11
1.3.1. General. 11
1.3.2. Específicos.....11
1.4. Bases teóricas. 12
1.4.1. Marco teórico.....12
1.4.2. Metodología.....18
1.5. Antecedentes.....19
1.5.1. Historia del café en el Ecuador.....19

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y EL MERCADO DE CAFÉ. 23
2.1. Valores de la organización.....23
2.1.1. Proceso de constitución de una empresa sociedad anónima.....24
2.2. Plan Estratégico.....25
2.2.1. Visión. 25
2.2.2. Misión.....25
2.3. Objetivos del plan estratégico. 26
2.3.1. Objetivo general. 26
2.3.2. Objetivos específicos.....26
2.4. Análisis del mercado y comercialización.....26
2.4.1. Análisis de la industria. 27
2.4.2. Análisis de madurez de la industria.....28
2.5. Factores para la matriz interna y externa. 32
2.5.1. Análisis interno.....32
2.5.2. Análisis externo. 33
2.5.3. Matriz interna y externa.....34
2.5.4. Matriz F.O.D.A.....35
2.5.5. Ejecución del proyecto. 36

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.....37
3.1. Investigación de mercado.....37
3.2. Objetivos de proceso de investigación.....37
3.3. Valor de la información. 38
3.4. Población y muestra. 38
3.4.1. Población. 38

3.4.2. Muestra de la población.....39
3.4.3. Tamaño de la muestra.....40
3.5. Variables de la segmentación de mercado de consumo.....42
3.5.1. Interpretación de la encuesta.....43
3.5.2. Elaboración del Focus Group.....54
3.6. Plan de marketing y mix del marketing.....56
3.6.1. Estrategias del producto.....56
3.6.2. Componentes de la mezcla del producto.....57
3.6.3. Decisiones del producto.....59
3.6.4. Estrategia de posicionamiento.....59
3.6.5. Marca.....59
3.6.6. Estrategia de precio.....60
3.6.7. Plaza.....61
3.6.8. Promoción y publicidad.....61
3.7. Presupuesto de gastos.....63
3.8. Comercio exterior.....64
3.8.1. Introducción.....64
3.8.2. Análisis de mercado internacional.....65
3.8.3. Partida arancelaria.....68
3.8.4. Proceso de comercialización del producto.....69
3.8.5. Procedimiento para la exportación.....71
3.8.6. Países de destino del café ecuatoriano.....72

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO.....75
4.1. La ubicación de la planta:.....75
4.2. Definición del proceso (Logística).....76
4.2.1. Proceso de logística del producto K-FE.....77
4.3. Infraestructura.....77
4.4. Ingeniería del proyecto.....78
4.5. Tecnología.....78
4.5.1. Equipos a utilizar.....78
4.5.2. Proceso productivo.....80
4.5.3. Descripción del proceso productivo.....82
4.5.4. Organigrama de la empresa GALVAS S.A.....86

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA – ECONÓMICA.....89
5.1. Proyecto de Inversión.....89
5.1.1. Depreciación de Activos.....90
5.1.2. Detalle de Activos en Inversión.....90
5.1.3. Detalle de Amortización y depreciación de inversión de activos.....91
5.2. Financiamiento.....91
5.2.1. Detalle de Amortización del financiamiento.....92
5.3. Proyección de ingresos.....92
5.4. Proyección de Egresos.....93

5.4.1. Proyección de costos y gastos operacionales. 94
5.5. Estados Financieros proyectados. 96
5.6. Indicadores Financieros. 99
5.6.1. Análisis del estudio financiero. 101

Conclusión 102
Recomendaciones 103
Referencias bibliográficas. 104
Referencias electrónicas. 104

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA NO. 1.1. Coffea arábica en una plantación en Brasil. 13
FIGURA NO. 1.2. Frutos del cafeto (coffea arábica) madurando. 14
FIGURA NO. 1.3. Coffea canephora. 14
FIGURA NO. 1.4. Coffea libérica. 15
FIGURA NO. 1.5. Historias sobre el café - Kaldi y el descubrimiento del café. 16
FIGURA NO. 1.6. Mapa dinámico del ecuador de las plantaciones de café. 22

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA NO. 1.1. Proyección de la cosecha de café en Ecuador año 2010. 21
TABLA NO. 2.1. Valores de la organización. 23
TABLA NO. 2.2. Análisis industria del café 27
TABLA NO. 2.3. Análisis de la madurez de la industria. 29
TABLA NO. 2.4. Análisis atractividad de la industria. 30
TABLA NO. 2.5. Matriz análisis factores interno 32
TABLA NO. 2.6. Matriz análisis factores externos 33
TABLA NO. 2.7. Matriz factores internos y externos. 34
TABLA NO. 2.8. Matriz foda (fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas) 35
TABLA NO. 3.1. Población. 39
TABLA NO. 3.2. Muestra de la población. 40
TABLA NO. 3.3. Fórmula tamaño de la muestra 41
TABLA NO. 3.4. Cálculo muestra poblaciones finítas 41
TABLA NO. 3.5. Variables de segmentación. 42
TABLA NO. 3.6. Componentes de la mezcla del producto 57
TABLA NO. 3.7. Atributos del producto. 58
TABLA NO. 3.8. Desiciones de productos. 59
TABLA NO. 3.9. Marca. 60
TABLA NO. 3.10. Presupuesto de gastos publicidad 63
TABLA NO. 3.11. Exportación de café primer semestre del 2011. 66
TABLA NO. 3.12. Exportación de café ecuatoriano por calidad. 67
TABLA NO. 3.13. Partida arancelaria. 68
TABLA NO. 3.14. Proceso de comercialización del producto al EXTERIOR. 70
TABLA NO. 3.15. Procedimiento para la exportación. 71
TABLA NO. 3.16. Destino de las exportaciones del café ecuatoriano año 2011 73
TABLA NO. 3.17. Detalle exportaciones de café 2011. 74
TABLA NO. 4.1. Análisis ubicación de la planta. 75

TABLA NO. 4.2. Proceso logística producto K-FE. 77
TABLA NO. 4.3. Plano infraestructura industria GALVAS S.A. producto K-FE.....79
TABLA NO. 4.4. Flujo del proceso de producción del producto K-FE. 81
TABLA NO. 4.5. Organigrama jerárgico industria GALVAS S.A. 88

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 3.1. PREGUNTA 1 ENCUESTA. 43
GRÁFICO 3.2. PREGUNTA 2 ENCUESTA. 44
GRÁFICO 3.3. PREGUNTA 3 ENCUESTA. 45
GRÁFICO 3.4. PREGUNTA 4 ENCUESTA. 46
GRÁFICO 3.5. PREGUNTA 5 ENCUESTA. 47
GRÁFICO 3.6. PREGUNTA 6 ENCUESTA. 48
GRÁFICO 3.7. PREGUNTA 7 ENCUESTA. 49
GRÁFICO 3.8. PREGUNTA 8 ENCUESTA. 50
GRÁFICO 3.9. PREGUNTA 9 ENCUESTA. 51
GRÁFICO 3.10. PREGUNTA 10 ENCUESTA. 52
GRÁFICO 3.11. PREGUNTA 11 ENCUESTA. 53

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS CAPÍTULO II

REGISTRO MERCANTIL 106
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍA. 108
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS 147
M.I. MUNICIPALIDAD 148
BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS 152
CÁMARA DE COMERCIO Y CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA 153
CÁMARA DE COMERCIO 153
CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA. 154
MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA 159

ANEXOS CAPÍTULO III

ESTUDIO MERCADO 160
GRÁFICOS POBLACIÓN TOTAL. 160
FORMATO ENCUESTAS PROYECTO CAFÉ EN TABLETAS 170
FOCUS GROUP 172

ANEXOS CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO. 174
INVERSIÓN DE ACTIVOS 174
TABLA DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS 175
TABLA AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO 176
COSTO DE NÓMINA 181
COSTOS DE PRODUCCIÓN 182

INTRODUCCIÓN.

El objetivo de este proyecto es la creación de una industria procesadora y comercializadora de una nueva versión del café (café en tabletas) en la ciudad de Guayaquil, cuya finalidad será incentivar la cultura de tomar café mediante esta nueva opción que será muy práctica para los futuros clientes potenciales.

El proyecto está orientado a viajeros, oficinistas y personas en general que gusten del café como bebida, ya que en la actualidad el ritmo de vida de las personas es muy acelerado por lo cual necesitan procedimientos que les permita realizar sus actividades de manera eficaz, por lo cual surge la idea de crear un producto práctico, higiénico y de fácil preparación, llamado K-FE.

K-FE, es un producto que se idealiza para satisfacer esas necesidades, además de revolucionar en la industria cafetera que se encuentra en la actualidad muy tradicional con respecto a la preparación de la bebida; ya que con una nueva presentación del café para los potenciales consumidores será más atractiva, dinámica y sencilla la preparación de esta bebida considerada como un antioxidante natural (atrasa el proceso de envejecimiento celular), previene los problemas cardiacos (siempre y cuando no haya exceso en su consumo)[1], no tiene calorías, ayuda a prevenir enfermedades neurodegenerativas e incluso ayudar como protector frente a la **diabetes** tipo 2, retrasaría el desarrollo del **mal de Parkinson** y ayuda a reducir el riesgo de padecer **Alzheimer[2].**

Las expectativas de este proyecto a mediano y largo plazo se direccionan a no solo producir para satisfacer las necesidades locales con respecto al café en tabletas sino también la internacionalización de nuestro producto y la diversificación de nuestro portafolio de negocios creando nuevos productos derivados del café.

[1] *CASTELLÓN, Alejandro, "Beneficios del café", publicado el 27/01/2009, http://www.cosasdesalud.es/beneficios-cafe/*

[2] *ALIMENTACIÓN SANA, "Las propiedades desconocidas del café", http://www.alimentacion-sana.com.ar/Portal%20nuevo/actualizaciones/cafeprop.htm*

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1. Formulación del Problema.

¿Por qué desarrollar una nueva presentación para la preparación de la bebida llamada café?

¿En una era globalizada, se requiere de productos prácticos?

La vida actual de las personas es muy agitada, por tal razón su tiempo es corto para poder degustar de las cosas y momentos que mas prefieren. Por esa razón las personas hoy en día requieren de productos que se acoplen al ritmo de vida que la era global les exige, K-fe, es un producto pensando en las personas que requieren de productos prácticos adaptados a su ritmo de vida.

1.2. Justificación.

Hoy en día las personas en el mundo viven en una época donde los procesos y las actividades necesitan que se las realicen de manera rápida y la costumbre de tomar café está en auge; ya que esta bebida brinda a sus consumidores con energía y vitalidad para realizar las actividades diarias.

El tiempo que requieren las personas para preparar su café es muy limitado y por ende necesitan un producto que se adapte al ritmo vida de las personas es por tal motivo se necesitan que los productos actuales sean prácticos y adaptable a las necesidades que se vayan presentando, con un producto innovador y que cuide tanto la higiene como el medio ambiente.

El producto K-FE (café en tableta) es un producto innovador con un aroma que enamorará a nuestros clientes potenciales y único en este tipo de presentación.

El producto llamado K-FE es un producto 100 % higiénico con una presentación sumamente práctica (café en forma de tableta) y con la cual nuestros clientes potenciales que serían principalmente las personas ejecutivas, oficinista y viajeros podrán preparar su café de manera fácil y rápida.

Una de las problemáticas más importantes que enfrentan los consumidores de café es no contar con nuevas alternativas para degustar el mismo, debido a esto se plantea la idea de una nueva versión del café.

K-FE, es una tableta endulzada al gusto de los consumidores para que puedan disfrutar de él en cualquier instante. Ideal para ejecutivos, oficinistas, viajeros y público en general.

El producto K-Fe, surge de la idea de satisfacer una necesidad de los ejecutivos, oficinistas, viajeros y público en general que gustan del café, es decir tener a su alcance un producto innovador como es la de una tableta de café azucarado al gusto de los consumidores; debido a que el mismo tendrá varias presentaciones de acuerdo a las necesidades de los consumidores.

Siendo K-Fe un producto innovador pretende convertirse en la primera alternativa de los potenciales consumidores; debido a que el café es una bebida cotizada a nivel mundial y en Ecuador la costumbre “de tomar café” está creciendo, por consiguiente existen más personas que les gusta tomar café porque se considera al café una bebida proveedora de energía para el cuerpo humano.

La empresa y el producto pretenden posicionarse en el mercado llegando a liderar la industria cafetera, convirtiéndonos en la opción preferida para los potenciales consumidores.

1.3. Objetivos.

1.3.1. General:

Elaborar un Plan de negocios de una Empresa Procesadora y Distribuidora de Café en forma de tableta en la Ciudad de Guayaquil en el año 2010 y 2011 que permita invertir en el sector cafetero generando fuentes de empleo para impulsar el desarrollo del país, incentivando a la costumbre del café en la ciudad de Guayaquil por medio de un producto innovador que tendrá una presentación práctica, higiénica, de fácil preparación y cuya producción no perjudique el medio ambiente.

1.3.2. Específicos:

- Incentivar la cultura del café por medio de un nuevo producto llamado K-FE, el cual será práctico, higiénico y de fácil preparación.
- Fomentar la inversión en el sector cafetero.
- Generar fuentes de empleo para impulsar el desarrollo del país.
- Desarrollar una industria que no perjudique el medio ambiente, estableciendo planes de control para el mismo.

1.4. Bases teóricas.

1.4.1. Marco teórico.

El café es denominado un alimento que es consumido habitualmente como bebida, esta se obtiene por una infusión de los frutos y semillas del cafeto (Coffea). La planta de café es llamado cafeto y pertenece a la familia de las rubiáceas.[3]
La taxonomía[4] del cafeto es:

Reino: Vegetal.
División: Magnoliophyta.
Clase: Dicotyledoneae.
Subclase: Asteridae.
Orden: Rubiales.
Familia: Rubiáceas.
Género: Coffea.

Los cafetos son arbustos que pueden tener una altura aproximada de 12 metros de altura, con excepciones de algunas variedades salvajes que pueden llegar hasta los 20 metros. En algunas plantaciones son podados entre 2 y 4 metros de altura para la proliferación de sus frutos. El tronco del cafeto es recto, liso, es considerado también como un árbol leñoso. Del tronco salen ramas primarias y secundarias, en las cuales ambas generan hojas junto con el tallo. Por cada nudo hay un par de hojas que tienen 12 cm de largo y 6 de ancho, estas hojas son de forma elípticas y onduladas. Cabe mencionar que las ramas secundarias producen flores que son de color blanco.

Un cafeto necesita de tres años para florecer y cinco años para producir su primera cosecha. Estas florecen dos veces al año, pero dependiendo de la humedad pueden florecer hasta 8 veces dependiendo del territorio y es por esto que en la misma planta se podrá observar frutos con distintas etapas de madurez. El fruto del cafeto demora en

[3] *DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO OCEANO UNO COLOR, Edición 2002, MMII OCEANO GRUPO EDITORIAL, S.A., Barcelona, España. Pag.268.*
[4] *Taxonomía: Parte de la historia natural, que trata de la clasificación de los seres. Fuente: DICCIONARIO ENCICLOPEDICO UNIVERSAL AULA, Edición 1996, Editorial Cultura, S.A., Madrid España.*

madurar aproximadamente 28 semanas luego de que florecen, el fruto tiene forma elíptica con una medida aproximada de 1,5 cm de largo. En materia de Botánica es una cereza puesto que la semilla contiene almidón, aceites esenciales y alcaloides que es la cafeína.

Existen dentro del género de las coffeas 25 especies, de las cuales las más importantes tenemos: Coffea Arábica, Coffea Canephora o conocida como Robusta y Coffea Libérica.

La **Coffea Arábica** o **café arábigo** es procedente de Etiopía, tiene forma de arbusto, con una copa piramidal y hojas elípticas. Esta variedad es una de las más conocidas y dicha producción representa el 70% de la producción mundial. Dentro de la Coffea Arábica tenemos tres sub-variedades que serán detalladas a continuación:

Coffea Arábica Nacional, tiene una vida de cincuenta años, es de alta calidad, posee una productividad baja y susceptible al ataque de plagas.

Coffea Arábica Caturra, tiene mayor productividad, susceptible al ataque de plagas y es por esto que debe tener mayor cuidado.

Coffeas Catuaí, Pacas y Borbón, son cultivadas en menor proporción.

FIGURA NO. 1.1. COFFEA ARÁBICA EN UNA PLANTACIÓN EN BRASIL.

Fuente: Foto tomada por Fernando Rebelo **s**egún portal, http://www.actionbioscience.org/esp/ambiente/trautmann.html, visualizada el 10/07/2011.

FIGURA NO. 1.2. FRUTOS DEL CAFETO (COFFEA ARÁBICA) MADURANDO.

Fuente: Foto tomada por Fernando Rebelo **s**egún portal, May-2005, http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:FruitColors.jpg, visualizado el 10/07/2011.

La **Coffea Canephora** o **café robustas** es un árbol o considerado un arbusto liso, esta tiene hojas anchas corrugadas cortas de una dimensión de treinta centímetros de largo y quince centímetros de ancho, esta especie puede ser cultivada en zonas que se encuentra a nivel del mar. Las racimas de bayas de este árbol poseen una dimensión aproximada de hasta 16 centímetros.

FIGURA NO. 1.3. COFFEA CANEPHORA.

Fuente: Foto tomada por Wouter Hagens, Octubre-2001, **s**egún portal http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Coffea_robusta_A.jpg?uselang=es, visualizado el 10/07/2011.

La **Coffea Libérica** o café libérica es un árbol pequeño cuya altura máxima es siete metros sus hojas tienen casi el mismo tamaño de la coffea canephora pero la diferencia radica en que estas hojas son brillantes y sus vainas son ovaladas, cortas, delgadas, con un tamaño de veinte centímetros de largo por diez de ancho. Su procedencia del occidente de África.

FIGURA NO. 1.4. COFFEA LIBÉRICA.

Fuente: Tradewindsfruit, http://www.tradewindsfruit.com/liberian_coffee.htm

Podemos citar otras variedades de café para conocimiento general que no tienen tanta transcendencia que las mencionadas anteriormente: Coffea Dewevrei, Coffea Stenophylla, Coffea Congensis, Coffea Abeokutae, Coffea Klainii, Coffea Zanguebariae y Coffea Racemosa[5].

Estos frutos y semillas contienen una sustancia estimulante para el cuerpo humano llamada cafeína (trimetilxantina es el nombre científico de la sustancia alcaloide llamada café) el porcentaje que posee esta sustancia es de 0.8% a 2.00%[6], por consecuencia de aquello se designa como nombre de cafetería en español al lugar donde se consume esta bebida mundialmente conocida. Las plantas[7] de Café son de origen africano exactamente de Etiopía, con facilidad las personas tienden a confundir el

[5]*CORONEL, Manuel,* Estudio del Café especial ecuatoriano, *Quito, 4 de noviembre del 2010*
[6] *LA MESA ABIERTA, publicado el 11/05/2005, http://mesaabierta.blogspot.com/2005/05/del-kawahal-caf.html*
[7] *Plantas: hacemos referencial en materia de botánica al ser orgánico que no se puede mover por voluntad propia. Según Autores*

verdadero origen del café; pues antiguas leyendas indican que el cultivo y costumbre de beber café se originó en Arabia.

Existen algunos escritos muy antiguos que relatan sobre el café y uno de ellos es "The Success of Coffee[8]" escrito por un hombre llamado Abu Bek cuya procedencia era La Meca (Mecca[9]) a inicios del siglo XV y fue traducido por Antoine Galland que fue el primer occidental en deslumbrarse con Las mil y una noches, y emprendió su traducción al francés en el año 1704[10].

A continuación se citará la más difundida de las leyendas del café titulada Kaldi y el descubrimiento del café:

FIGURA NO. 1.5. HISTORIAS SOBRE EL CAFÉ - KALDI Y EL DESCUBRIMIENTO DEL CAFÉ.

FUENTE: (Dominio público) según el Portal El Tamiz, http://eltamiz.com/2010/08/05/el-cafe/,

[8] *The Success of Coffee: traducido al español "El éxito del café". Traducción de Autores.*
[9] *Mecca: Ciudad de Arabia occidental, capital de Hedjaz y de Arabia Saudí. Fuente: DICCIONARIO ENCICLOPEDICO UNIVERSAL AULA, Edición 1996, Editorial Cultura, S.A., Madrid España.*
[10] *REVISTA VIRTUAL AXOLOTL, http://revistaaxolotl.com.ar/otrassent18.htm,*

La más aceptada de esas leyendas es la de un pastor de nombre Kaldi, quien observó el extraño comportamiento de sus cabras –saltando a su alrededor muy excitada- luego de haber comido las frutas, muy parecidas a las cerezas, de cierto arbusto. Kaldi decidió probar y al cabo de un rato también se sintió lleno de energía. Entonces llevó algunos frutos de ese arbusto a un monasterio y le contó al Abad la historia de lo sucedido. Éste decidió cocinar las ramas y las cerezas, mas el resultado fue una bebida tan amarga que la arrojó al fuego. Cuando las frutas cayeron en las brasas empezaron a hervir y de las arvejas verdes que tenían en su interior emanó un delicioso aroma que inspiró al Abad para hacer un néctar a partir del fruto tostado. Y así nació la bebida del café[11].

Los árabes fueron los descubridores de las virtudes y las posibilidades de comercialización del café, en consecuencia de esto ellos desarrollaron los procesos de cultivación y procesamiento del café e inclusive lo mantuvieron en secreto.

Este fruto empezó a conquistar el mundo como la bebida preferida del continente Europeo, llego a la bella Italia en el año 1645 a través de Veneciano Pietro Della Valle que fue un comerciante de la época. En Gran Bretaña fue introducido por el comerciante Daniel Edwards, pero otras versiones según el ensayo del autor H.J.E. Jacob dice que esta bebida empieza en la ciudad de Viena cuando los turcos u otomanos al mando de Kara Mustafa invadieron la ciudad bañada por el río Danubio[12].

Los colonizadores europeos encontraron en Sudamérica un clima ideal para el cultivo de planta de café por ende lo reexportaron en el siglo XVIII a la parte sur del continente Americano[13].

Las coffeas están compuestas de ochenta especies las cuales son originarias de los continentes de Asia y África teniendo entre las más importantes coffeas las robustas y arábicas. El origen de estas plantas son las montañas del occidente de Etiopía y los bosques que se encuentran entre los 1400 y los 2000 metros de altura de los países Kenia y Sudán. Los persas y árabes llevaron las semillas a Arabia y Yemen, en cambio los nativos africanos en los mismos años a mediados del siglo 5 d.C. y a finales del siglo 8 los nativos africanos llevaron el café a las zonas de Mozambique y Madagascar.

---

[11] *CARABÁS, David, Aromas y sabores del Trópico, Primera Edición, Editorial Pleyco Editores, Aragua, Venezuela.*
[12] *ZAMORANO, Ingrid, Historia del café y Economía del Café en Colombia (Ensayo), http://www.monografias.com/trabajos7/cafe/cafe.shtml*
[13] *DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO OCEANO UNO COLOR, Edición 2002, MMII OCEANO GRUPO EDITORIAL, S.A., Barcelona, España. Pag.268*

Los europeos empezaron a pugnas por conseguir las semillas del café pero los fueron los holandeses en los años 1616 quienes llevaron plantas y las cultivaron. Motivo por el cual Holanda en esa época llegó a dominar la producción mundial del café. Existen indicios que los holandeses llevaron estas semillas a su colonia en América "Guayana Holandesa" hoy en día conocida como Surinam, y es así que estas semillas se fueron propagando en el continente Americano y es por esto que las colonias holandesas se convirtieron en las proveedoras de café en Europa. En el año 1713 llegan las semillas al jardín botánico de Francia luego llevaron a su colonia en la Isla Martinica en el año 1720 y será desde esta isla la proliferación a países como México, Brasil, Colombia, Venezuela y los demás países centroamericanos[14].

1.4.2. Metodología.

Dentro del marco metodológico utilizaremos el método inductivo y la metodología de los datos cualitativos y cuantitativos, mediante el focus group y encuestas.

En base a estos métodos, se obtendrá de una forma más abstracta los puntos claves del plan de negocios del proyecto.

La definición de la presentación del producto será evaluada mediante encuesta y analizada por costos incurridos.

El proyecto se desenvolverá en distintos escenarios como lo son el industrial, comercial (distribución) y Comercio exterior en este se realizará un estudio de mercado internacional en un corto o mediano plazo luego de la puesta en marcha del proyecto, el cual medirá la factibilidad para la comercialización del producto K-FE en el internacionalizar nuestro producto.

[14] *CORONEL, Manuel,* Estudio del Café especial ecuatoriano, *Quito, 4 de noviembre del 2010.*

1.5. Antecedentes.

De los antecedentes del café, se detalla información relacionada a la historia del café en el mercado Ecuatoriano, las principales zonas cafeteras y los tipos de café que en el Ecuador se producen.

Dentro de las zonas que más producen café se encuentra Jipijapa en la región costa, en tanto que la ciudad de Loja en la sierra es la ciudad que mas produce café, en la amazonia la ciudad que cultiva gran cantidad de café es Sucumbíos.

En el Ecuador se producen dos tipos de café los cuales son:

- Café Arábigo.
- Café Robusta.

1.5.1. Historia del café en el Ecuador.

En el año 1830 cuando Ecuador comenzaba a ser República se introdujeron las semillas empezando a cultivar este producto en la ciudad de Jipijapa (provincia de Manabí), convirtiéndose este en el punto de partida para que empiece la proliferación en los demás lugares de Ecuador. La variedad que se cultivaba al inicio era la Coffea arábica, en el año 1850 ingresa la Coffea Canephora (café robustas) alcanzó a difundirse en las zonas húmedas de la costa ecuatoriana y en la región amazónica en el año 1970.

Según algunos conocedores del tema, por los años 1871 y 1876, este cultivo se encontraba en una etapa incipiente. Pero al abrirse el comercio mundial se dio un impulso significativo a las pequeñas plantaciones, alcanzando un cierto grado de desarrollo, hasta constituirse el café en un producto de exportación importante no solo para las familias que se dedican al cultivo, por el mejoramiento de sus ingresos, sino también para la economía del país en general. Este fenómeno se dio casi de manera conjunta con otro producto de similares características, el Cacao.

Por el año 1903 se tienen datos que sostienen que el cultivo del Café pierde importancia y es abandonado por quienes se dedican a esa actividad, pero dos años más tarde se retoma su cultivo cuya producción se exporta a los países europeos, desde el puerto de Manta.

El cultivo, producción, comercialización, industrialización y exportación del café, constituyen un sector relevante en la economía del país, por lo que es necesario que los sectores privado y público trabajen mancomunadamente, a fin de lograr un desarrollo sostenido y alcanzar un mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de los agricultores dedicados a esta actividad, así como el fortalecimiento y ampliación de las exportaciones y el crecimiento del aporte en divisas para la economía ecuatoriana.

La superficie cafetalera cultivada en Ecuador es 213.175 hectáreas de café, de las cuales 145.575 (68,29% de las hectáreas cafeteras.), corresponden a café Arábigo y 67.600 (31,71 % de las hectáreas cafeteras.), a café Robusta.

La productividad del café arábigo es 5,28 quintales hectárea.

La productividad del café robusta es mayor que la del arábigo alcanzando niveles de 5,48 quintales hectárea.

Ecuador produce aproximadamente 650.000 sacos de café verde, equivalente a 39.000 toneladas.[15]

Según el Consejo Cafetero Nacional las hectáreas sembradas con café en Ecuador son aproximadamente 213.175 las cuales están repartidas 68.29% de la variedad Coffea Arabica y el 31.71% de Coffea Canephora.

[15] ***Información obtenida de:*** *Compañía de elaborados de café, El Café C.A., http://www.cafeelcafe.com/es/default2.php?siteid=9&sec=Ecuador%20Cafetero&tit=Historia%20del%20Caf%C3%A9%20en%20Ecuador*

TABLA NO. 1.1. PROYECCIÓN DE LA COSECHA DE CAFÉ EN ECUADOR AÑO 2010.

anecafé
asociación nacional de exportadores de café

PROYECCIÓN DE COSECHA DE CAFÉ

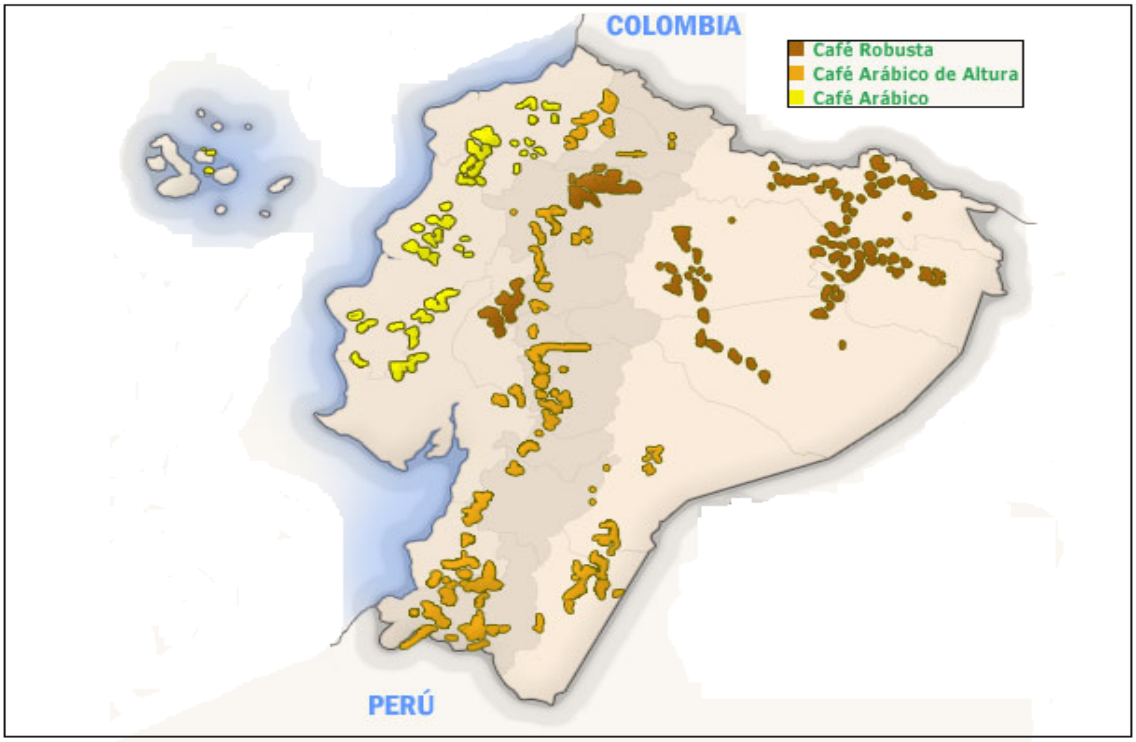
ECUADOR, AÑO 2010

PROVINCIA	CAFÉ ARABIGO					CAFÉ ROBUSTA			TOTAL NACIONAL		
	SUPERFICIE Hectáreas	PRODUCCION QUINTALES Lavado	Natural	Subtotal	Sacos 60 kg	SUPERFICIE Hectáreas	PRODUCCIÓN SUBTOTAL Quintales	Sacos 60 kg	SUPERFICIE Hectáreas	PRODUCCIÓN Quintales	Sacos 60 kg
Esmeraldas	1.800	0	3.645	3.645	2.761	6.345	12.849	9.734	8.145	16.494	12.495
Manabí	70.050	82.381	164.763	247.144	187.230	0	0	0	70.050	247.144	187.230
Santa Elena	1.800	973	1.918	2.892	2.191	0	0	0	1.800	2.892	2.191
Guayas	11.195	0	17.632	17.632	13.358	425	669	507	11.620	18.302	13.865
Los Ríos	4.770	1.399	14.876	16.275	12.330	6.610	37.395	28.330	11.380	53.670	40.659
El Oro	9.730	14.905	29.810	44.715	33.875	0	0	0	9.730	44.715	33.875
Carchi	195	731	731	1.463	1.108	0	0	0	195	1.463	1.108
Imbabura	300	416	416	833	631	0	0	0	300	833	631
Pichincha	1.300	1.256	2.093	3.349	2.537	1.300	4.875	3.693	2.600	8.224	6.230
Santo Domingo	0	0	0	0	0	5.300	28.223	21.381	5.300	28.223	21.381
Cotopaxi	2.000	3.297	4.203	7.500	5.682	1.600	9.345	7.080	3.600	16.845	12.761
Tungurahua	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bolívar	3.410	3.692	11.076	14.768	11.188	3.780	20.423	15.472	7.190	35.190	26.659
Chimborazo	880	930	2.558	3.488	2.642	0	0	0	880	3.488	2.642
Cañar	370	0	749	749	568	0	0	0	370	749	568
Azuay	420	210	893	1.103	835	0	0	0	420	1.103	835
Loja	29.345	50.142	75.213	125.355	94.966	0	0	0	29.345	125.355	94.966
Sucumbíos	0	0	0	0	0	17.320	75.540	57.227	17.320	75.540	57.227
Orellana	0	0	0	0	0	20.000	88.395	66.966	20.000	88.395	66.966
Napo	120	0	251	251	190	4.800	18.315	13.875	4.920	18.566	14.065
Pastaza	150	0	754	754	571	0	0	0	150	754	571
Morona Santiago	290	432	1.008	1.440	1.091	120	533	403	410	1.973	1.494
Zamora Chinchipe	6.350	19.388	19.388	38.775	29.375	0	0	0	6.350	38.775	29.375
Galápagos	1.100	3.754	3.754	7.508	5.688	0	0	0	1.100	7.508	5.688
TOTAL	**145.575**	**183.906**	**355.730**	**539.636**	**408.815**	**67.600**	**296.561**	**224.667**	**213.175**	**836.196**	**633.482**

FUENTE: Asociación Nacional de Exportadores de Café (ANECAFE), http://www.anecafe.org.ec/cafe-ecuador/estadistica

Ecuador es un país con una extensión de 256.370 km^2 de los cuales y tiene cuatro regiones las cuales son Litoral o Costa, Interandina o Sierra, Amazonía y Región Insular. En el centro y norte del litoral poseen el clima propicio para la cultivo de Coffea Arábico, en la zona interandina, amazónica y litoral sur se cultivan la Coffea Arábica de altura y la Coffea Canephora.

FIGURA NO. 1.6. MAPA DINÁMICO DEL ECUADOR DE LAS PLANTACIONES DE CAFÉ (COREFAC).



FUENTE Y ELABORACIÓN: Asociación Ecuatoriana de Cafetaleros (COREFAC), http://www.corecaf.org/interna.php?IDPAGINA=90&TIPOPAS=Mapa interactivo.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y EL MERCADO DE CAFÉ.

El presente capítulo se enfoca en los valores que tendrán la organización y los beneficios con el que contará el producto que se desarrollará en el presente proyecto, así como también comprender algunos factores en relación a la industria del café en el mercado ecuatoriano. Dentro de los valores de la organización también se hace énfasis a que la industria se encamine hacia la nueva tendencia de la era **VERDE**, innovando y contribuyendo para ser participes de una nueva era para la sociedad Ecuatoriana y mundial.

2.1. Valores de la organización.

TABLA NO. 2.1. VALORES DE LA ORGANIZACIÓN.

VALORES DE LA ORGANIZACIÓN	CONCEPTUALIZACIÓN DE LA PALABRA VALOR EN LA ORGANIZACIÓN
CONCIENCIA AMBIENTAL	Involucra a la sociedad con el medio ambiente en: "contribuir con organizaciones vinculadas a la protección del medio ambiente". La utilización de materiales biodegradables que serán utilizados para la elaboración del empaque.
INNOVACIÓN	Se creará una nueva opción que será novedosa y útil en el mercado
CUIDAR LA SALUD	Estudios médicos indican que el café sin exceso es anti cancerigeno y previene ataques cardiacos por los beneficio que brinda el café por medio de los antioxidantes que posee.
PROACTIVIDAD	Estimular al empleado con la empresa para que este realice su trabajo con eficiencia y eficacia, siendo este participe del crecimiento de la empresa.

ELABORACIÓN: PROPIA.

2.1.1. Proceso de constitución de una empresa sociedad anónima.

Para la constitución de la compañía GALVAS S.A. se deben realizar mediante ciertos parámetros legales para la inscripción de sociedades.

Estas normas legales correspondían a varios organismos en los cuales se debe dejar puesta la existencia de una sociedad legalmente constituida en el Ecuador con capacidad legal para contratar y adquirir derechos y obligaciones.

Estos organismos reguladores son los siguientes:

- **Registro mercantil.-** Entidad en la cual se debe registrar todo compañía para poder operar en el territorio ecuatoriano. (ver anexos).
- **Superintendencia de compañía (S.I.C.).-** Organismo encargado de regular a las compañías constituidas en el Ecuador. Regulando su actividad y estableciendo el monto de capital el número de acciones, el valor de las acciones.etc.

  Para saber los requisitos a cumplir en la inscripción de una compañía (ver anexos).
- **Servicio de rentas Internas (S.R.I.).-** Organismo encargado con el aspecto tributario, ente encargado de recolectar los impuestos generados por la operación comercial por la compra venta bienes, así como la transformación de materia prima.

  Para obtener el R.U.C. (Registro Único de Contribuyente) que es el documento que emite el Servicio de Rentas Internas, que es un código en el cual se establecen las obligaciones tributarias que debe cumplir toda sociedad. (Ver anexo)
- **Municipalidad.-** Organismo encargado de emitir permiso para el funcionamiento de las sociedades mediante el cobro de un impuesto (1,5 por mil) y los permisos de funcionamiento pertinentes como son el uso de suelo, desechos sólidos y patentes.

  Para saber qué requisitos se necesitan para la obtención de los permisos municipales. (Ver anexos).
- **Cuerpo de bomberos.-** Organismo encargado de verificar que una compañía cumpla con los parámetros establecidos en lo referente a seguridad contra incendio.

  Este requisito es fundamental al ser GALVAS S.A., una industria de consumo. Para saber el documentos que se necesitan en este permiso. (Ver anexos).
- **Cámara de Industria y Comercio.-** Afiliación a estos entes para estar al tanto de industria y del comercio. Cuya finalidad es pertenecer a un gremio.

  Estas cámaras solicitan cierta documentación para su afiliación, para saber que requisitos se requieren. (Ver anexos)

- **Ministerio de Salud Pública.-** Este organismo regula a las empresas las cuales en su proceso tendrán que manipular bienes destinados a la digestión del ser humano.

  Este permiso de este ministerio también se aplica a GALVAS S.A.; ya que es una industria y requiere ser monitoreada por esta institución.

  Para saber qué requisitos se deben cumplir para solicitar el permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública. (Ver anexos).

2.2. Plan Estratégico.

El plan estratégico se basará en tres ejes principales con los cuales la Industria GALVAS S.A., se presentará en el mercado marcando su propia identidad.

Estos tres ejes son: **VISIÓN, MISIÓN, OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.**

2.2.1. Visión.

La Visión de GALVAS S.A., es lograr posicionar la marca en el mercado, apuntando no solo captar el mercado local, también el mercado internacional con estrategias que colaboren a lograr el objetivo establecido, que es el de incentivar la cultura del café a través de un producto innovador y protegiendo el medio ambiente.

2.2.2. Misión.

La Misión de GALVAS S.A., es la proporcionar una nueva opción a la hora de tomar café. Logrando satisfacer las necesidades de nuestros clientes, con calidad y un buen servicio.

2.3. Objetivos del plan estratégico.

2.3.1. Objetivo general.

Lograr resultados en un mediano plazo, posicionando no solo la marca en el mercado sino también a nuestra Industria "GALVAS S.A.". Con una visión innovadora lograr penetrar en mercados internacionales dando nuevas opciones al momento de degustar la bebida del café, promoviendo los beneficios con los que cuenta el grano de café.

2.3.2. Objetivos específicos.

- Posicionar la marca K-FE, en el mercado local.
- Mantenernos como pioneros de la innovación en la industria.
- Diversificar nuestro portafolio de productos.
- Penetrar en el mercado internacional en un mediano plazo.
- Aumentar nuestra capacidad instalada en un plazo no mayor a 6 años.

2.4. Análisis del mercado y comercialización.

A continuación evaluaremos algunas variables que se considerarían dentro del estudio de la industria y mercado de café, analizando el comportamiento, ventajas y desventajas de la industria del café en el mercado Ecuatoriano.

2.4.1. Análisis de la industria.

La matriz de **análisis de la industria,** muestra los factores que se determinarán para el análisis de la industria del café. Por medio de esta matriz se puede conocer cómo reacciona la industria ante la creación de una oportunidad de negocio, también como se puede considerar a la industria, si es un monopolio, oligopolio, etc.

TABLA NO. 2.2. ANÁLISIS INDUSTRIA DEL CAFÉ

FACTOR					JUSTIFICACIÓN
BARRERAS DE ENTRADA	F	C	C		No tenemos barreras de entrada puesto que en la industria existen muchos competidores, los cuales ofrecen el mismo tipo de producto y además no existe innovación del producto en este tipo de industria.
ECONOMÍAS DE ESCALAS	R	O	O		Los costos de producción de la tableta pueden variar de acuerdo al incremento de los insumos por la existencia de varios competidores.
CURVAS DE EXPERIENCIAS	A	N	N		La tecnología y el Know-how es muy importante en esta industria; ya que se tiene que buscar la forma de siempre ser la primera opción al momento de que el cliente elija.
COSTOS DE TRANSPORTE	G	C	C		El costo de transporte para la comercialización del producto puede variar de acuerdo a factores externos tales como incremento al precio del combustible.
DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO	M	E	E		Al ser el producto único en el mercado la diferenciación radicará en el impacto que genere en el consumidor.
VENTAJAS EN COMPRAS	E	N	N		La ventaja es que para la fabricación del producto la gran parte de los insumos se los consigue dentro de Ecuador.
NECESIDADES DE MERCADO	N	T	T		La exigencia de los consumidores a productos prácticos que se acoplen con su ritmo de vida en esta era globalizada.
TIPO DE ADMINISTRACIÓN	T	R	R		Por lo general las empresas dentro de la industria están divididas en acciones; ya que se necesita de capital para la puesta en marcha, es por esto que se determino que GALVAS será sociedad anónima.
REGULARIZACIÓN GUBERNAMENTAL	A	A	A		Actualmente en Ecuador, El Gobierno está apoyando a la industria nacional y es por eso que este tipo de proyectos son financiados por el estado.
NÚMERO DE PARTICIPANTES	D	B	D	POLIPOLIO OLIGOPOLIO DUOPOLIO LIDERAZGO MONOPOLIO	Es fragmentada porque en esta industria existe muchos competidores y concentrada porque no existe competidores con este tipo de producto.
	A	L	A		
		E			

FRAGMENTADAS:	Se consideran fragmentadas cuando existen decenas o cientos de participantes con participaciones similares, ninguno es líder en el mercado.
CONCENTRABLES:	Se consideran concentrables cuando el número de participantes está disminuyendo por razones estructurales.
CONCENTRADAS:	Son aquellas en que un número reducido de competidores, participa con más del 75% de participación de mercado. Las hay de cinco tipos diferentes: Polipolio, Oligopolio, Duopolio, Liderazgo y Monopolio.

ELABORACIÓN: PROPIA.

INTERPRETACIÓN DE LA TABLA DE ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA:

Elaborado el análisis de la industria, podemos determinar las necesidades insatisfechas de nuestros futuros consumidores, mismo factor que nos permitió determinar cómo satisfacer los requerimientos y necesidades de los mismos, a que target realizar el proyecto y sobre todo a qué precio ofertarlo, sin afectar sus ingresos y su capacidad adquisitiva. Al mismo tiempo este estudio nos permite obtener datos más claros y específicos de lo que quiere la gente y cuanto está dispuesto a pagar por ello.

2.4.2. Análisis de madurez de la industria.

La matriz de **madurez de la industria,** muestra las variables para determinar el crecimiento de los productos en la industria del café, asignando factores preponderantes en el entorno de la misma.

Mediante la matriz de la madurez de la industria se puede determinar cuan beneficioso puede ser el mercado para un producto nuevo, como lo es el propuesto en el presente proyecto. Dando a conocer un posible ciclo de vida del producto para poder desarrollar estrategias que conlleven a una permanencia prolongada en el mercado.

TABLA NO. 2.3. ANÁLISIS DE LA MADUREZ DE LA INDUSTRIA.

FACTOR	EMBRIÓNICO			CRECIMIENTO			MADUREZ			ENVEJECIMIENTO			JUSTIFICACIÓN
	A	M	B	A	M	B	A	M	B	A	M	B	
DEMANDA							X						A LO LARGO DE LOS ANOS SE EXPLOTA CADA DIA MÁS LA INDUSTRIA DEL CAFÉ.
VOL. PRODUCCIÓN					X								ES UN PRODUCTO DE EXPORTACIÓN.
LEALTAD CLIENTES					X								POR SER UNA INDUSTRIA CLÁSICA Y DE CONSUMO, LOS CLIENTES NO TIENEN EMPRESAS O MARCAS PREFERIDAS.
PRECIOS				X									LOS PRECIOS PARA REALIZAR ESTAS ACTIVIDADES SON ALTOS PARA LOS CONSUMIDORES.
PARTICIPANTES							X						HAY MUCHOS EMPRESARIOS CAFETEROS PERO NINGUNO LIDERA EL MERCADO.
PARTICIPACIONES							X						LOS CLIENTES ESTAN REPARTIDOS EN EL PASTEL DEL MERCADO; YA QUE TIENEN DIFERENTES PREFERENCIAS.
PENETRACIÓN MERCADO					X								POR EL MOMENTO ES FÁCIL ENTRAR YA QUE NO EXISTEN LIDERES.
LÍNEA PRODUCTO				X									EL PRODUCTO ES ESTÁNDAR, NADIE TIENE INNOVACIONES.
CALIDAD				X									LOS QUE TIENEN MAYOR CAPITAL DE INVERSIÓN TRATAN DE OFRECER PRODUCTOS DE MEJOR CALIDAD CON LA FINALIDAD DE GANAR MERCADO PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO.
TECNOLOGÍA				X									ESTE MERCADO NO OFRECE MAYOR TECNOLOGÍA EN EL MEDIO
FUNCIÓN CLAVE						X							EN EL MERCADO CAFETERO, LOS COMPETIDORES NO MANEJAN MUCHA PUBLICIDAD Y NO INVIERTEN EN INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO.
FLUJO				X									LA NECESIDAD DE INVERTIR EN ESTE NEGOCIO ES ALTA POR LO QUE LOS PRECIOS DEL MISMO TAMBIÉN SON ALTOS.
RIESGO				X									LOS INVERSIONISTAS CON MAYOR CAPACIDAD ADQUISITIVA.
CONCLUSIÓN	LA INDUSTRIA ESTA EN CRECIMIENTO, YA QUE ES FÁCIL INGRESAR AL MERCADO A PESAR DE QUE HAY GRAN CANTIDAD DE PARTICIPANTES AÚN NO EXISTE UN LIDER. LO QUE NOS DA VENTAJA; YA QUE AL CONTAR CON UN VALOR AGREGADO QUE AL MISMO TIEMPO ES INNOVADOR NOS DARÁ EL PRIMER LUGAR EN LA INDUSTRIA.												

ELABORACIÓN: PROPIA.

INTERPRETACIÓN DE ATRACTIVIDAD DE LA INDUSTRIA

La matriz de la **atractividad de la industria,** nos permitirá determinar que tan factible será el producto cuando este puesto en marcha el proyecto GALVAS S.A., tomando en consideración factores directos del mercado tales como: Poder del cliente, Productos sustitutos, Rivalidad entre las industrias del mercado, etc.

Estos factores son los que se analizan para poder conocer cuan atractiva es una industria y así poder invertir en ella.

TABLA NO. 2.4. ANÁLISIS ATRACTIVIDAD DE LA INDUSTRIA.

ATRACTIVIDAD ← →											
FACTOR	%	REDUCE			NIVELADA			INCREMENTADA			TOTAL
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
PODER DE CLIENTES	35									X	3,15
PODER DE PROVEEDORES	25					X					1,25
AMENAZA DE NUEVOS INGRESOS	20			X							0,60
PRESIÓN DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	5					X					0,25
RIVALIDAD ENTRE COMPETIORES	15	X									0,15
ATRACTIVIDAD	100%	N	I	V	E	L	A	D	A		5,40

ELABORACIÓN: PROPIA.

INTERPRETACIÓN:	
PODER DE LOS CLIENTES:	Los Clientes quieren el producto pero nadie lo ofrece a cambio de un valor que lo clientes estén dispuestos a pagar.
PODER DE LOS PROVEEDORES:	Al no ser un producto típico los proveedores de insumos elevan el costo real del grano.
AMENAZA DE NUEVOS INGRESOS:	La posibilidad de nuevos competidores obliga a mantener una inversión constante para mantenerse en el mercado.
PRESIÓN DE PRODUCTOS SUSTITUTOS:	Obligan a mantenerse siempre a la vanguardia con calidad y variedad manteniendo precios de los sustitutos que a su vez es lo que los clientes buscan.
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES:	Si aumentaran los competidores podríamos encontrar competencia con mayor capacidad de inversión, además de enfrentarnos a una competencia desleal.
ATRACTIVIDAD:	La industria se encuentra en un nivel de ATRACTIVIDAD NIVELADA CON TENDENCIA A ELEVARSE, porque es un mercado explotado pero con diferentes necesidades que suplir, es decir que los consumidores están interesados pero no hay opciones para facilitar la bebida del café.

2.5. Factores para la matriz interna y externa.

La matriz de factores externos e internos, nos permite visualizar la aceptación del producto y su posible intervención en el mercado, determinado factores que afectan directamente a la operación de la industria. Ponderándolos y determinando una variable que indicara la oportunidad que tendrá el producto en el mercado.

Esta oportunidad que reflejará la matriz, es aquella a la cual se le aplicará la estrategia de: Penetración e mercado, posicionamiento del producto, precio y plaza, las cuales se evaluarán en el desarrollo del proyecto.

2.5.1. Análisis interno.

TABLA NO. 2.5. MATRIZ ANÁLISIS FACTORES INTERNO

FACTORES INTERNOS CLAVES			
FORTALEZAS	**VALOR**	**CLASIFICACIÓN**	**VALOR PONDERADO**
1.- Reconocimiento de marca: Publicidad agresiva para lograr captar un posicionamiento de mercado con la marca K-FE.	0,16	4	0,64
2.- Estrategia Publicitaria: Por medio de regalos y obsequios a los consumidores.	0,10	3	0,3
3.- El modelo de negocio: tiene la posibilidad de aumentar producción y ventas.	0,12	4	0,48
4.- Diversificación: innovación en la presentación del producto.	0,09	3	0,27
5.- Servicios Web: el servicio WEB, mediante el cual permiten a terceros informarse de mejor manera sobre el producto.	0,08	2	0,16
DEBILIDADES	**VALOR**	**CLASIFICACIÓN**	**VALOR PONDERADO**
1.-Estrategia basada en bajos precios: el mayor incentivo de la empresa son sus bajos precios.	0,10	2	0,2
2.-Complejidad del negocio: al ser nuevos en el mercado nos encontramos con barreras debido que no conocen el producto	0,15	3	0,45
3.-Costo de mantenimiento: Durante el tiempo que funcione la empresa es necesario dar manteniendo a los equipos y las máquinas procesadoras de café	0,20	3	0,6
TOTAL	**1**		**3,1**

ELABORACIÓN: PROPIA.

2.5.2. Análisis externo.

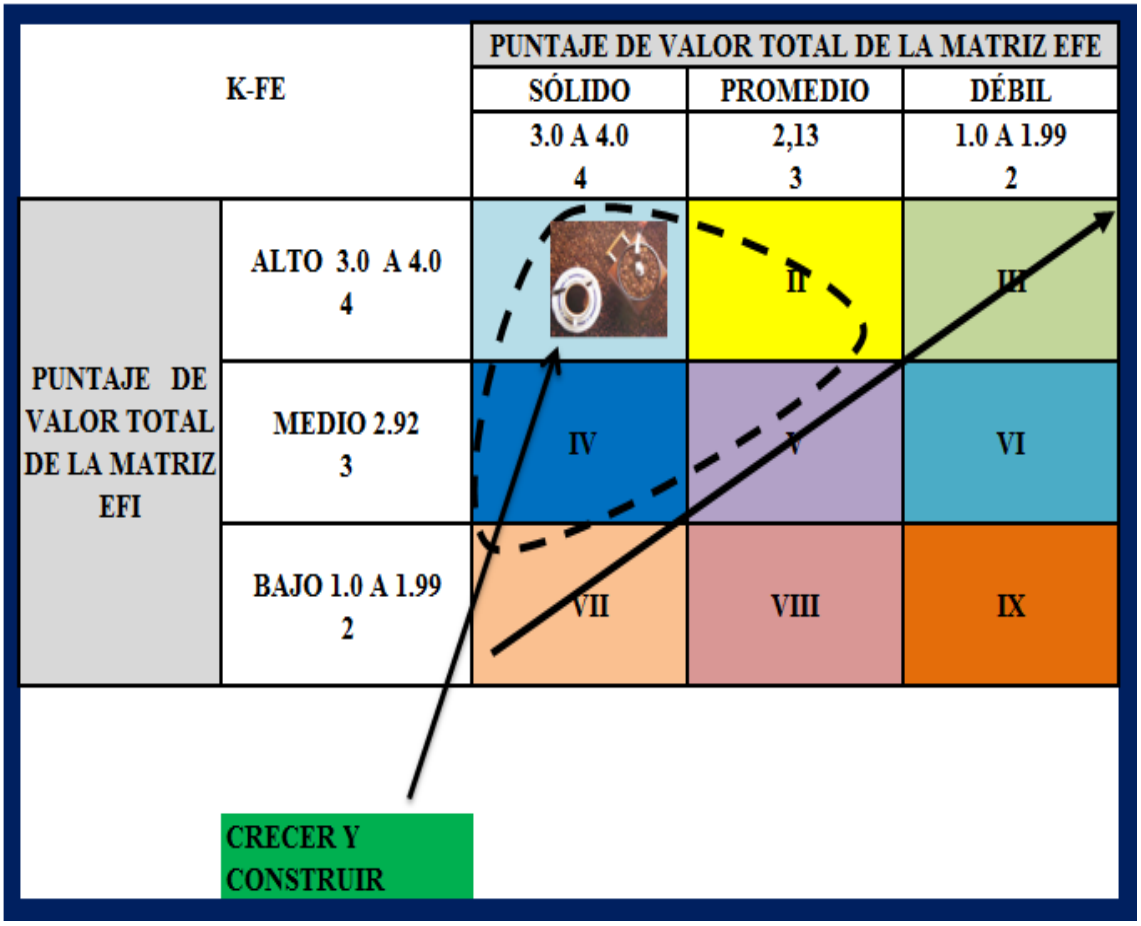
TABLA NO. 2.6. MATRIZ ANÁLISIS FACTORES EXTERNOS.

FACTORES EXTERNOS CLAVES			
OPORTUNIDADES	**VALOR**	**CLASIFICACIÓN**	**VALOR PONDERADO**
1.- Aprovechar la tecnología de apoyo disponible para crear un producto tecnológico.	0,20	4	0,80
2.- No existe competencia en el mercado.	0,21	4	0,84
3.- Evolución del negocio: durante los últimos años, se ha reinventado continuamente los diseños del producto, mejorando constantemente el sabor del café.	0,10	3	0,30
4.- Ubicación Estratégica: Es importante la zona donde estará ubicada ya que facilita nuestros canales de distribución.	0,12	4	0,48
AMENAZAS	**VALOR**	**CLASIFICACIÓN**	**VALOR PONDERADO**
1.- Creciente competencia indirecta: Por ser un producto nuevo en el mercado la competencia será inmediata ya que los líderes intentarán poner barreras de mercado.	0,16	3	0,48
2.- Dificultad con las autoridades para los permisos.	0,08	1	0,08
3.- Resistencia de nuestros clientes a este nuevo producto.	0,08	3	0,24
4.- Tráfico de la ciudad al momento de distribuir el producto.	0,05	2	0,10
TOTAL	**1**		**3,32**

ELABORACIÓN: PROPIA.

2.5.3. Matriz interna y externa.

TABLA NO. 2.7. MATRIZ FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS.



ELABORACIÓN PROPIA.

MEFI (Matriz Evaluación de Factores Internos)**: 3.10**

MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Externos)**: 3.32**

Interpretación de la matriz interna y externa.
Crecer y construir El producto nos ha demostrado que puede ser elaborado para lograr crecer y consolidarnos en el mercado además de poder construir una empresa fuerte, líder en el mercado cafetero logrando así satisfacer las necesidades que tienen los consumidores prácticos y ejecutivos al momento de beber una taza de café de manera rápida, e higiénica sin complicaciones y poder saciar su deseo de beber café en cualquier momento y hora que le apetezca**.**

2.5.4. Matriz F.O.D.A.

TABLA NO. 2.8. MATRIZ FODA (FORTALEZA, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS)

ANÁLISIS F.O.D.A.		
	FUERZA – F	DEBILIDADES-D
	* Reconocimiento de marca. * No existe competencia en el mercado. * El modelo de negocio. * Diversificación. * Evolución del negocio.	* Estrategia basada en bajos precios. * Complejidad del negocio. * Costo de mantenimiento.
OPORTUNIDADES – O	ESTRATEGIAS F- O	ESTRATEGIAS D-O
* Aumentar la entrega de muestras gratis. * Estrategia multi-funcional. * Servicios Web. * Ubicación estratégica.	* Posicionamiento del mercado por medio de la preventa, fortaleciendo la presencia de la compañía mediante la tecnología de nuestro servicio, logrando mediante esta forma obtener objetivos obteniendo así la evolución del negocio contando una ubicación estratégica. * Utilizar diferentes estrategias multi-funcionales.	* Por medio de muestras gratis a nuestros clientes se captará mayor cantidad de consumidores, para contrarrestar el bajo precio de lanzamiento y a su vez mantener el funcionamiento eficiente y eficaz en la elaboración del producto. * Establecer alianzas con los agricultores de café para conseguir la venta del insumo a un precio asequible y granos de buena calidad.
AMENAZAS –A	ESTRATEGIAS F-A	ESTRATEGIAS D-A
* Creciente competencia indirecta. * Dificultad de los agricultores a vender su producto a empresas pequeñas. * Resistencia de nuestros los competidores fuertes para dejar ingresar un nuevo producto.	* Aprovechando la nueva era en la cual el tiempo de las personas cada vez es más limitado el objetivo es lograr captar posibles consumidores ubicando el producto en diferentes sectores del país haciéndoles entender a los futuros compradores que el producto K-FE es totalmente confiable.	* Realizar una campaña agresiva por medio de tv y volantes indicando como es el proceso de producción del producto llamado K-FE y de esta manera darles a conocer a los futuros consumidores la calidad con la que se realiza el producto. * Además cada producción estaría supervisada por el Ministerio de Salud Pública para poder demostrar la higiene con la cual se elabora el producto.

ELABORACIÓN: PROPIA.

2.5.5. Ejecución del proyecto.

El desarrollo del proyecto comenzará cuando consigamos con el financiamiento para la puesta en marcha del proyecto que será por medio de instituciones financieras. El actual gobierno que preside el economista Rafael Correa, está apoyando a muchos proyectos de inversión con la finalidad de que la economía ecuatoriana este en constante incremento a través de la CFN (Corporación Financiera Nacional).

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.

3.1. Investigación de mercado.

La investigación se realizará para conocer si el producto tendrá la aceptación del consumidor en el mercado, es por medio de encuesta. En la encuesta se establecerán variables como el precio que están dispuesto a pagar, si les gusta la idea del nuevo producto, las preferencia del consumidor y la frecuencia con la que degustan del café.

3.2. Objetivos de proceso de investigación.

Los objetivos de la investigación son la parte básica para la puesta en marcha del proyecto, puesto que es aquí donde determinaremos todo lo que queremos saber de la empresa. Dentro de los objetivos tenemos los siguientes:

- Saber si los consumidores están dispuestos a comprar nuestro producto innovador.
- Determinar el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por el producto.
- Determinar las preferencias de los consumidores tales como marcas, presentación y tipo de preparación (cantidad de café y niveles de azúcar).
- Determinar la frecuencia con la cual los consumidores degustan la bebida del café.

Estos objetivos ayudarán a resolver la hipótesis: de ofrecer una nueva opción en el mercado de las bebidas realizadas con café, de ser resultados favorables la empresa tendría muy buena aceptación y posibilidades de un posicionamiento sólido en el mercado del café, mediante esta información se tendría una visión o perspectiva más exacta y amplia de lo que las personas prefieren al momento de beber café.

3.3. Valor de la información.

La información sobre este proyecto es de alta relevancia, debido que en el país no existe un producto con las características que ofrecerá este nuevo producto.

Esta información o asesoramiento puede incurrir en costos muy altos debido a la importancia de la misma para la empresa.

3.4. Población y muestra.

Para la población y muestra del proyecto se establece como dato universo la población del Ecuador, se establece como muestra a la población en edad de trabajar (PET).

3.4.1. Población.

La población será considerada solo por las personas económicamente productivas (Mercado laboral), de la cual se determinará y se trabajará con los datos de la región costa.

Para fines del proyecto se utilizarán los datos secundarios, proporcionados por el **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INEC),** información recolectada hasta el mes de Diciembre del 2010.

TABLA NO. 3.1. POBLACIÓN.

CONDICIÓN DE ACTIVIDAD	NACIONAL URBANO
Población total	**9.475.345**
Población en edad de trabajar	**7.958.943**
Población económicamente activa	**4.342.647**
Ocupados	
Ocupados plenos	1.980.367
Subempleados	4.077.357
Visibles	410.401
Otras formas	1.636.158
Ocupados no clasificados	**182.583**
Desocupados	
Desempleo abiertos	195.923
Desempleo oculto	69.367

FUENTE: ESTADÍSTICAS DEL INEC.
ELABORACIÓN: PROPIA.

3.4.2. Muestra de la población.

Para efectos de muestreo de este proyecto se segmentará la cantidad PET **(POBLACIÓN EN EDAD DE TRABAJAR)** que Ecuador posee en la región costa, y de la cual se establecerá el número de encuestas a elaborar para recolectar la información necesaria en la elaboración del plan de negocios de una empresa procesadora y distribuidora de café en forma de tableta.

TABLA NO. 3.2. MUESTRA DE LA POBLACIÓN.

CONDICIÓN DE ACTIVIDAD	COSTA
Población total	**5.257.724**
Población en edad de trabajar	**4.329.999**
Población económicamente activa	**2.321.743**
Ocupados	
Ocupados plenos	975.632
Subempleados	2.157.189
Visibles	272.224
Otras formas	901.527
Ocupados no clasificados	**88.091**
Desocupados	
Desempleo abierto	122.131
Desempleo oculto	42.424

FUENTE: ESTADISTICAS DEL INEC.
ELABORACIÓN: PROPIA.

3.4.3. Tamaño de la muestra.

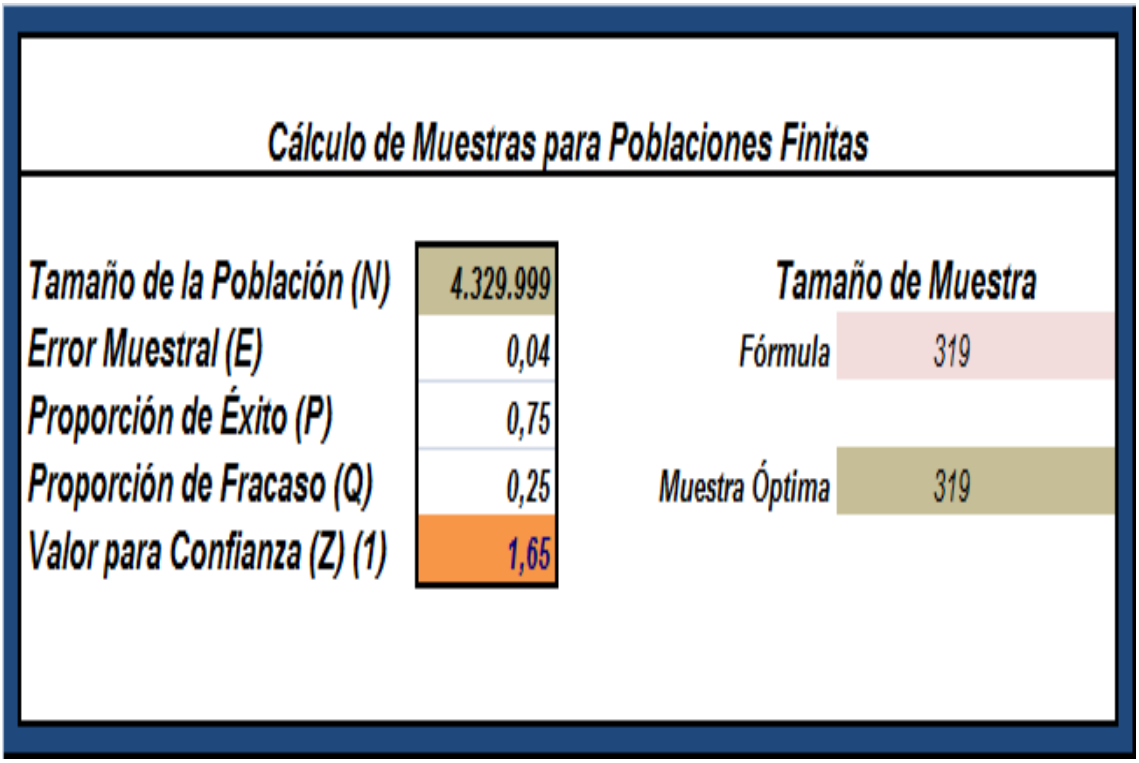
En referencia a el tamaño de muestra, se realizarán las encuestas en la ciudad de Guayaquil, de los datos proporcionados de la encuesta se procederá a segmentar la información, y se la proyectará a nivel nacional.

Con la información obtenida se planificará la demanda nacional de los futuros potenciales consumidores del producto.

TABLA NO. 3.3. **FÓRMULA TAMAÑO DE LA MUESTRA**

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$$

TABLA NO. 3.4. **TÍTULO: CÁLCULO MUESTRA POBLACIONES FINÍTAS**



FUENTE: INEC (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS)
ELABORACIÓN: PROPIA.

3.5. Variables de la segmentación de mercado de consumo.

El siguiente gráfico detallará las variables consideradas para la segmentación. Estos factores se analizarán para determinar la estrategia de marketing a evaluar, mediante la cual se llegará el mercado meta que son los ejecutivos, viajero y oficinistas de esta manera se identificará de una mejor forma las necesidades de la sociedad.

TABLA NO. 3.5. VARIABLES DE SEGMENTACIÓN.

VARIABLES	FACTORES	JUSTIFICACIÓN
GEOGRÁFICA	Región del mundo, tamaño y clima.	Por costumbres las personas de la costa son aquellas que más consumen café.
PSICOGRÁFICA	Personalidad, estilo de vida, valores y actitudes.	Debido al ritmo de vida de las personas, estas requieren productos prácticos que se acoplen a su diario vivir
DEMOGRÁFICA	Edad, género, ingresos, nivel educativo y profesión.	Para el uso de nuestra encuesta serán utilizados los siguientes factores para determinar quienes aceptarán o estarán dispuestos a comprar nuestro producto.
CONDUCTUAL	Tasa de consumo, búsqueda del beneficio, utilización del producto final, ocasiones de compra y unidad de toma de decisión.	Con estos factores podemos determinar los beneficios que requieren los consumidores y la frecuencia de consumo de las personas.

ELABORACIÓN: PROPIA.

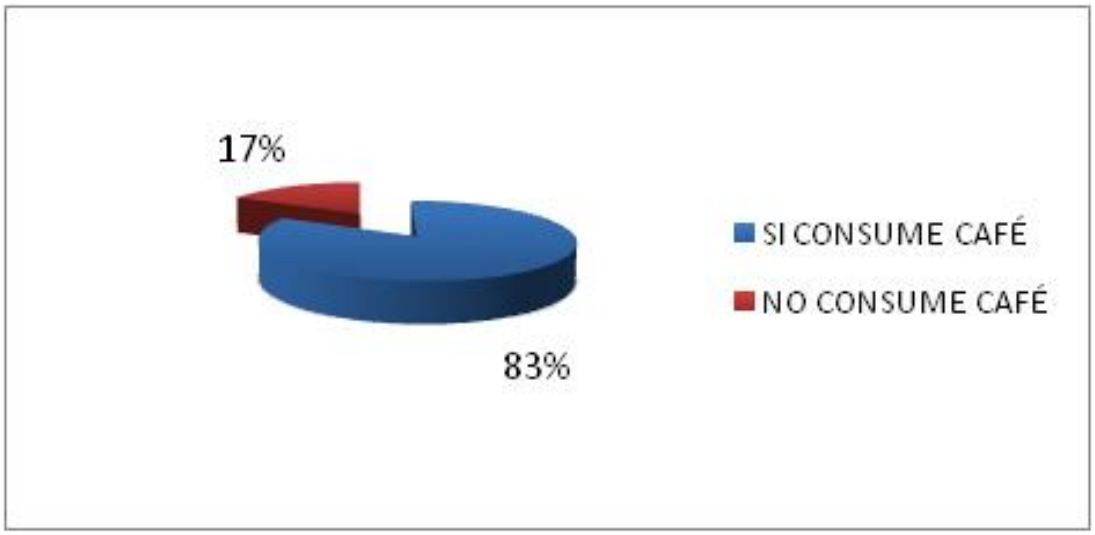
3.5.1. Interpretación de la encuesta.

Para la realizar de la encuesta se considero el dato proporcionado por el tamaño de la muestra, el cual determinó que el número de encuestas a realizar es de 319 y cuyos resultados se detallarán mediante la tabulación a continuación detallada:

Pregunta No. 1 de Encuesta realizada: ¿CONSUME UD. CAFÉ?

GRÁFICO 3.1. PREGUNTA 1 ENCUESTA.

1	SI CONSUME CAFÉ	NO CONSUME CAFÉ
ENCUESTADOS	265	54
%	83%	17%



ELABORACIÓN: PROPIA.

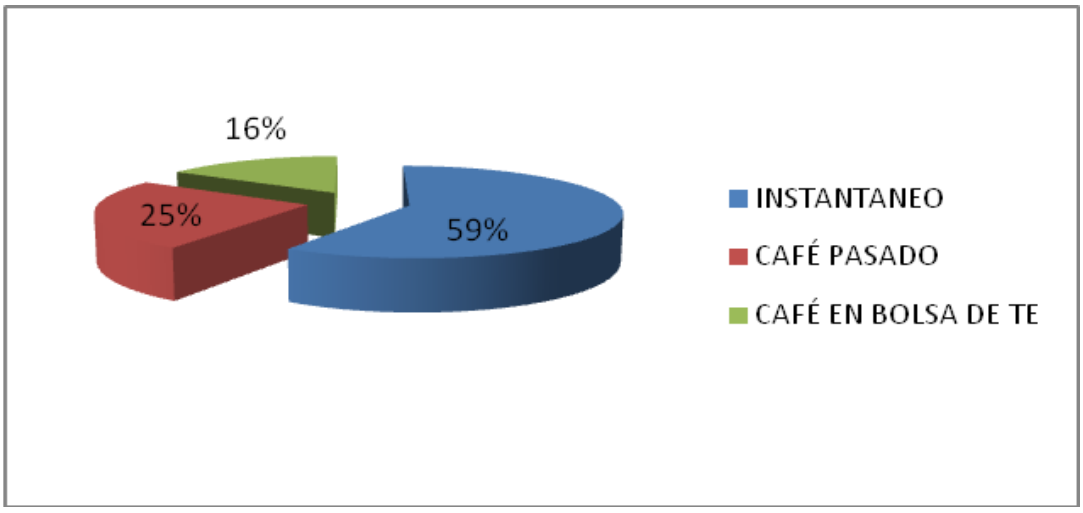
Interpretación pregunta 1.- De los 319 encuestados se puede observar que el 17 % **NO** consume café debido a asuntos de religión o porque toman un sustituto como el té o aguas aromáticas.

El 83 % (265 personas) de los encuestados toman café y con este dato se comenzará a medir el nivel de aceptación de nuestro producto K-FE (Café en tableta).

Pregunta No. 2 de Encuesta realizada: ¿QUÉ TIPO DE CAFÉ UD. CONSUME?

GRÁFICO 3.2. PREGUNTA 2 ENCUESTA.

2	CAFÉ INSTANTANEO	CAFÉ PASADO	CAFÉ EN BOLSA DE TE
NO. PERSONAS	156	66	43
%	59%	25%	16%



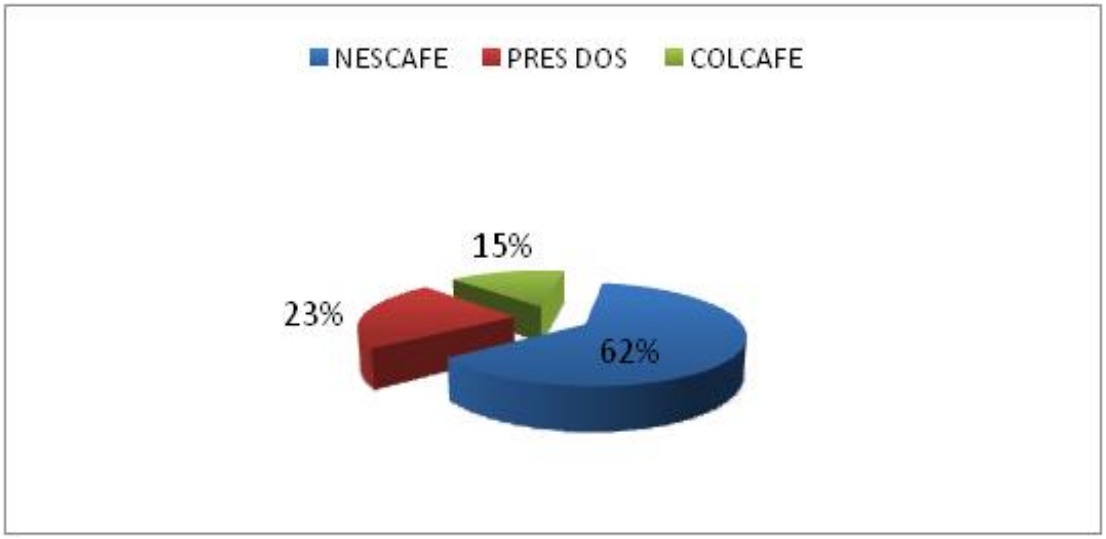
ELABORACIÓN: PROPIA.

Interpretación pregunta 2.- De los 265 personas que son las que beben café se puede determinar cuáles son los gustos y preferencias en cuestión de presentaciones del producto, con lo cual se obtuvo como resultado que el 59 % (156 personas encuestadas) prefieren el café instantáneo por su preparación y conservación. El 25 % representan a las personas que tienen como preferencia el café pasado, teniendo como este una pequeña desventaja el uso de una máquina para poder degustar y los restantes (16 %) usa café en bolsa de té, pero la desventaja de este tipo de presentación es que el aroma que proporciona no perdura el aroma. Sabiendo que el café es una bebida apetecida no solo por los beneficios que otorga sino también por su aroma.

Pregunta No. 3 de Encuesta realizada: ¿QUÉ MARCA DE CAFÉ UD. CONSUME?

GRÁFICO 3.3. PREGUNTA 3 ENCUESTA.

3	NESCAFÉ	PRES DOS	COLCAFÉ
NO. PERSONAS	164	61	40
%	62%	23%	15%



ELABORACIÓN: PROPIA.

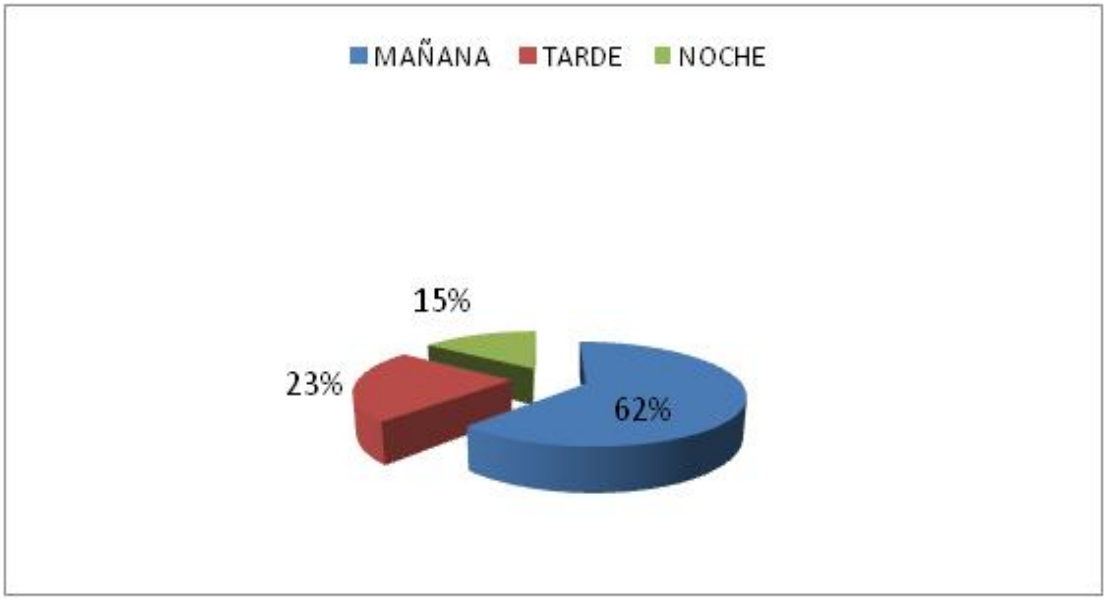
Interpretación pregunta 3.- Según los resultados obtenidos de las personas encuestadas y que toman café se puede notar cuales son las marcas que pertenecen a la competencia de K-FE (nombre del producto de este proyecto) teniendo como marca preferida por los consumidores NESCAFÉ con un porcentaje 62%, seguido por la marca PRES DOS con 23% y por último a la marca COLCAFÉ con 15%.

Podemos sacar en conclusión que la marca NESCAFÉ es líder en el mercado pero cabe recalcar que la materia prima la importan de Brasil y solo envasada por Nestlé Ecuador. De acuerdo a las campañas de nacionalista de "CONSUME LO NUESTRO" se ha decidido que la materia prima y procesos sean 100% ecuatoriano.

Pregunta No. 4 de Encuesta realizada: ¿EN QUÉ MOMENTO DEL DÍA CONSUME CAFÉ?

GRÁFICO 3.4. PREGUNTA 4 ENCUESTA.

4	MAÑANA	TARDE	NOCHE
NO. PERSONAS	164	61	40
%	62%	23%	15%



ELABORACIÓN: PROPIA.

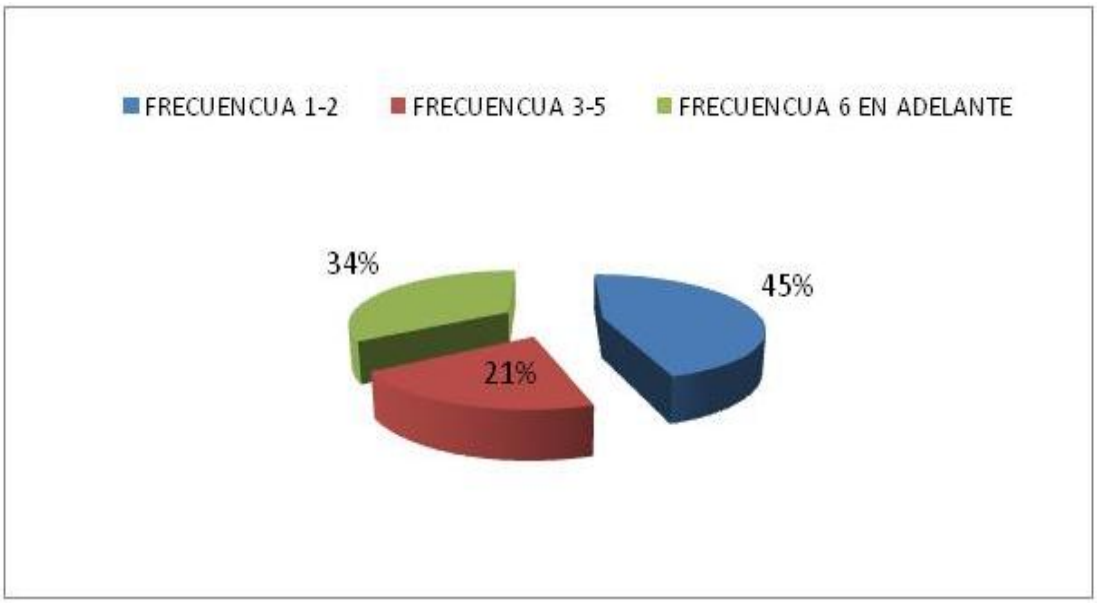
Interpretación pregunta 4.- Con esta pregunta se puede denotar, en qué momento del día las personas degustan el café, teniendo como resultado que el 62% de las personas prefirieren tomar está bebida en las mañanas.

El 23% de las personas prefieren tomar café en la tarde por el motivo de que necesitan una base de energía extra por los trabajos en los cuales involucra la parte intelectual y 15 % restante deciden tomar esta bebida en las noches por costumbre porque es considerado como parte de la cena.

Pregunta No. 5 de Encuesta realizada: ¿CON QUÉ FRECUENCIA TOMA CAFÉ EN EL DÍA?

GRÁFICO 3.5. PREGUNTA 5 ENCUESTA.

5	FRECUENCUA 1-2	FRECUENCUA 3-5	FRECUENCUA 6 EN ADELANTE
NO. PERSONAS	119	56	90
%	45%	21%	34%



ELABORACIÓN PROPIA.

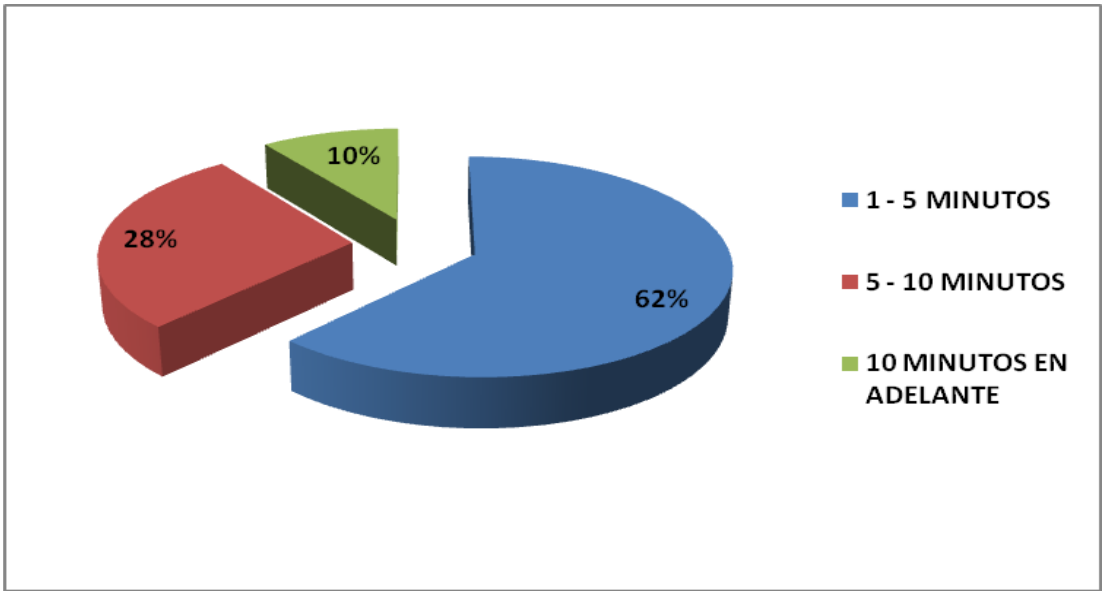
Interpretación pregunta 5.- Se puede observar en la gráfica la frecuencia de los consumidores de café y por lo cual determinamos que el 45 % de las personas toman café de 1 a 2 tazas de diarias, el 21 % de 3 a 5 tazas al día y el 34 % de 6 tazas o más de esta bebida durante el día.

Esta pregunta es fundamental en el estudio del proyecto; ya que por medio de los resultados de esta pregunta se puede determinar la proyección de ventas de K-FE producto perteneciente a GALVAS S.A.

Pregunta No. 6 de Encuesta realizada: ¿CUÁNTO TIEMPO SE DEMORA EN LA PREPARACIÓN DE SU CAFÉ?

GRÁFICO 3.6. PREGUNTA 6 ENCUESTA.

6	DE 30 SEGUNDOS A 1 MINUTO	DE 1 MINUTO A 1,5 MINUTOS	DE 1,5 MINUTOS A 2 MINUTOS
NO. PERSONAS	164	74	27
%	62%	28%	10%



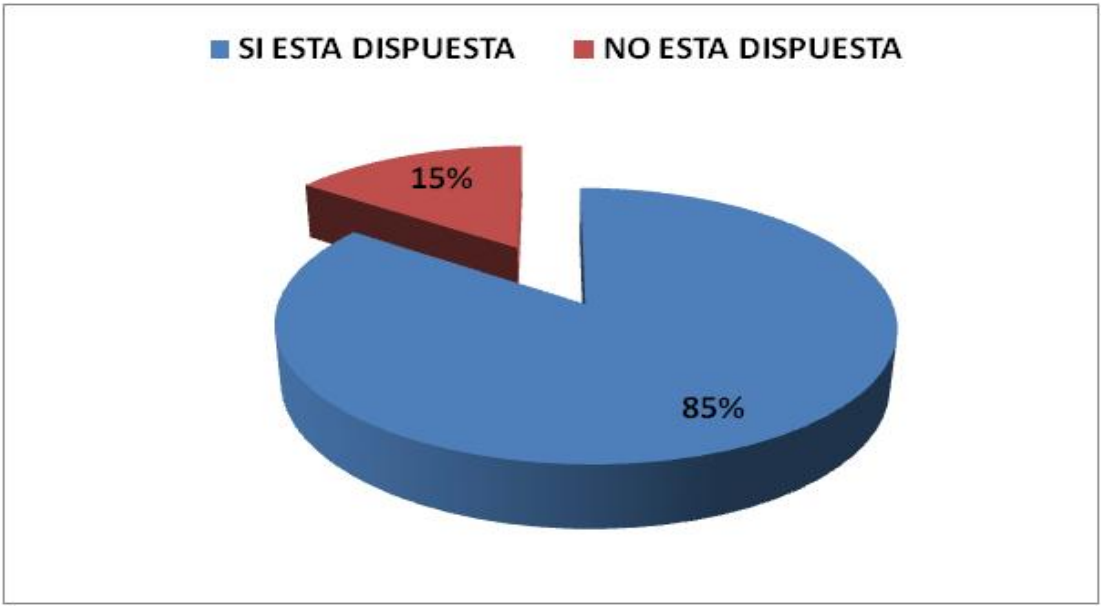
ELABORACIÓN: PROPIA.

Interpretación pregunta 6.- Debido a que este proyecto trata de realizar un producto de excelente calidad, de presentación novedosa y cuyo tiempo de preparación supere las expectativas de los consumidores asiduos de café, se decidió formular esta pregunta en nuestra encuesta, por lo cual logramos denotar que el 62% de las personas demoran en dicha preparación un tiempo aproximado de 30 segundos a 1 minuto, el 28 % prepara su café en 1 a 1,5 minutos (minuto y medio) y el resto que representado por un 10% demora en preparar su bebida más de minuto y medio. Estos tiempos considerados en la presente encuesta dependerán de lo cerca que tengan el café y el endulzante.

Pregunta No. 7 de Encuesta realizada: ¿ESTARÍA DISPUESTO A CONOCER UNA NUEVA OPCIÓN PRÁCTICA, RÁPIDA E HIGIÉNICA A LA HORA DE PREPARAR EL CAFÉ "TABLETAS DE CAFÉ"?

GRÁFICO 3.7. PREGUNTA 7 ENCUESTA.

7	SI ESTA DISPUESTA	NO ESTA DISPUESTA
NO. PERSONAS	225	40
%	85%	15%



ELABORACIÓN: PROPIA.

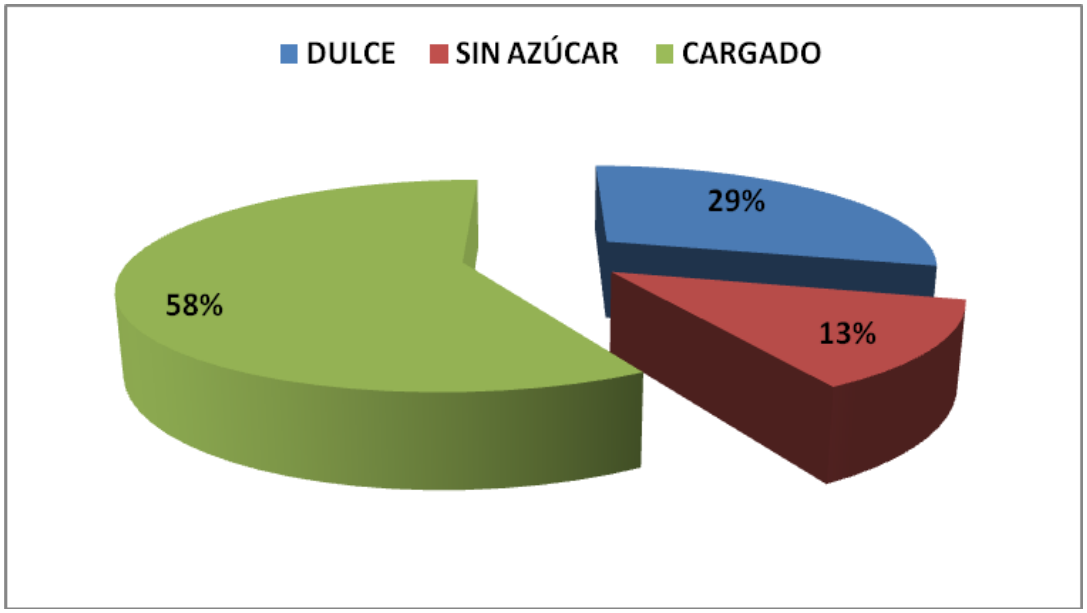
Interpretación pregunta 7.- Esta pregunta es fundamental; ya que dependiendo de una respuesta positiva de los encuestados nos dará luz verde a la realización de este novedoso proyecto. De acuerdo a lo tabulado, estos porcentajes ayudan a medir la aceptación del producto K-FE cuando ya este puesto en marcha el proyecto.

Los resultados de la tabulación denotados en la gráfica fueron: el 15 % no estarían dispuestos a probar el producto, pero el 85 % de los encuestados indicaron que estarían dispuesto a conocer este nuevo producto, por lo cual nuestro índice de aceptación sería positivo.

Pregunta No. 8 de Encuesta realizada: ¿CÓMO TOMA SU CAFÉ?

GRÁFICO 3.8. PREGUNTA 8 ENCUESTA.

8	DULCE	SIN AZÚCAR	CARGADO
NO. PERSONAS	77	34	154
%	29%	13%	58%



ELABORACIÓN: PROPIA.

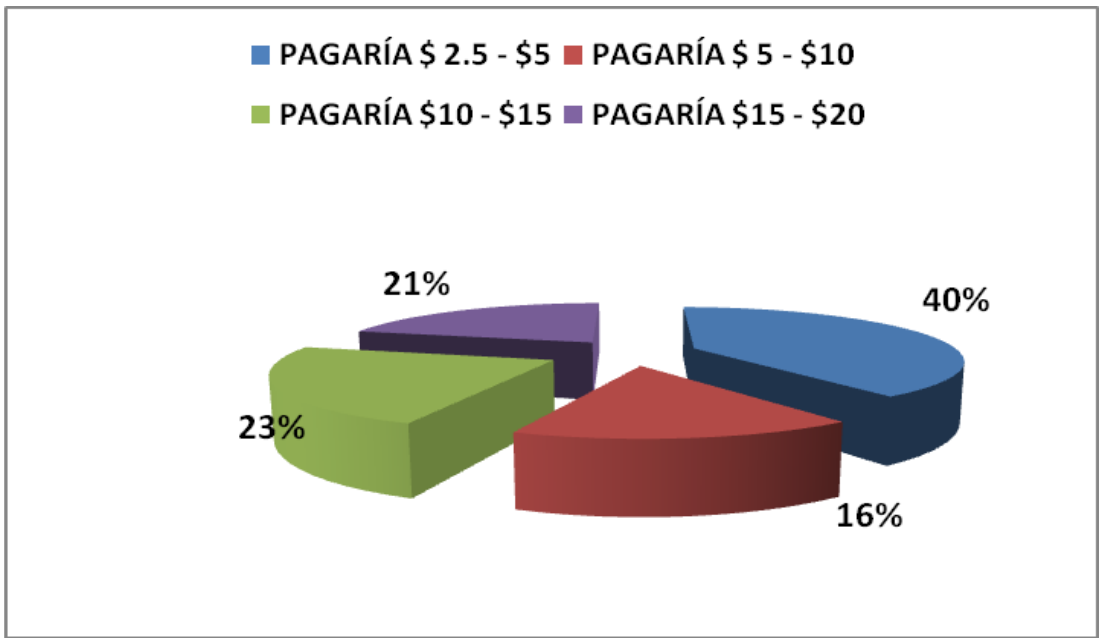
Interpretación pregunta 8.- La gráfica demuestra que el 58% de las personas encuestadas le gusta el café cargado, el 29% degustan su café dulce y el 13% lo toman sin azúcar.

Esta pregunta ayuda a determinar los gustos y preferencias referente a cómo toman su café los futuros consumidores de K-FE; por lo cual se realizará el producto al gusto de los mismos, en tres tipos, por lo cual la producción de las presentaciones (dulce, sin azúcar y cargado) estará atada al porcentaje de lo arrojado en esta tabulación y en caso de haber variaciones de preferencias para no mantener un nivel de inventario alto, los lotes de producción se irán ajustando según estudios y análisis de las ventas realizadas.

Pregunta No. 9 de Encuesta realizada: ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR 10 TABLETAS DE ESTE PRODUCTO?

GRÁFICO 3.9. PREGUNTA 9 ENCUESTA.

9	PAGARIA $ 2.5 - $5	PAGARIA $ 5 - $10	PAGARIA $10 - $15	PAGARIA $15 - $20
NO. PERSONAS	106	42	61	56
%	40%	16%	23%	21%



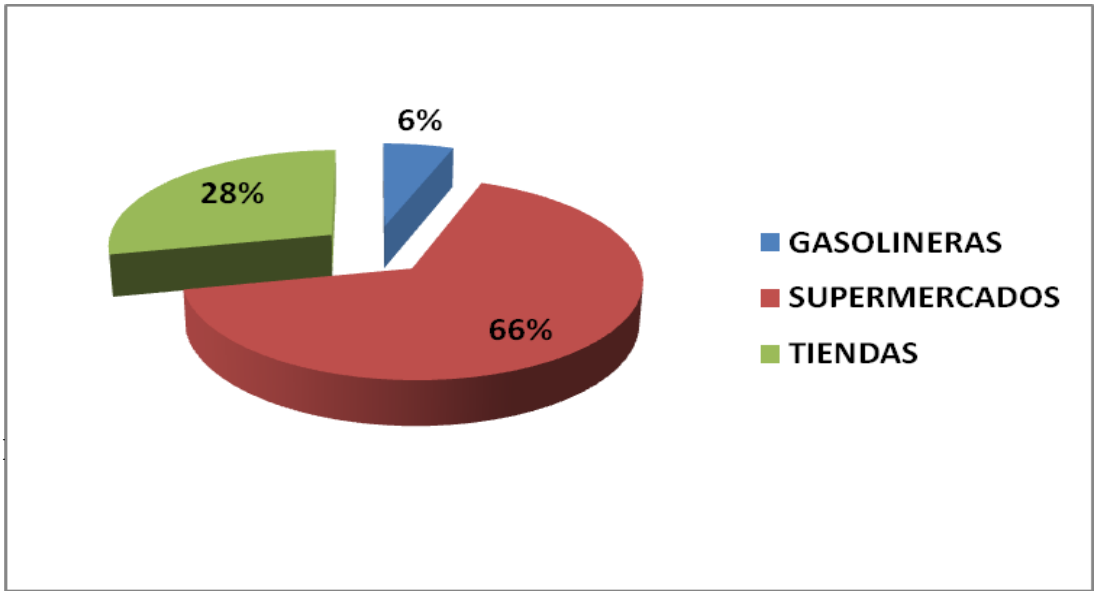
ELABORACIÓN: PROPIA.

Interpretación pregunta 9.- El precio de venta al público a primera instancia será determinado por los futuros consumidores está es una estrategia de introducción al mercado, como se observa en la gráfica el precio que se utilizará para esta estrategia es de $ 2.60 (DOS 60/100 DÓLARES AMERICANOS) que representa el 40% del pastel y es lo que seleccionaron la mayoría de encuestados.

Pregunta No. 10 de Encuesta realizada: ¿EN DÓNDE LE GUSTARÍA PODER ADQUIRIR ESTE PRODUCTO?

GRÁFICO 3.10. PREGUNTA 10 ENCUESTA.

10	LUGAR	PERSONAS	%
	GASOLINERAS	15	6%
	SUPERMERCADOS	175	66%
	TIENDAS	75	28%



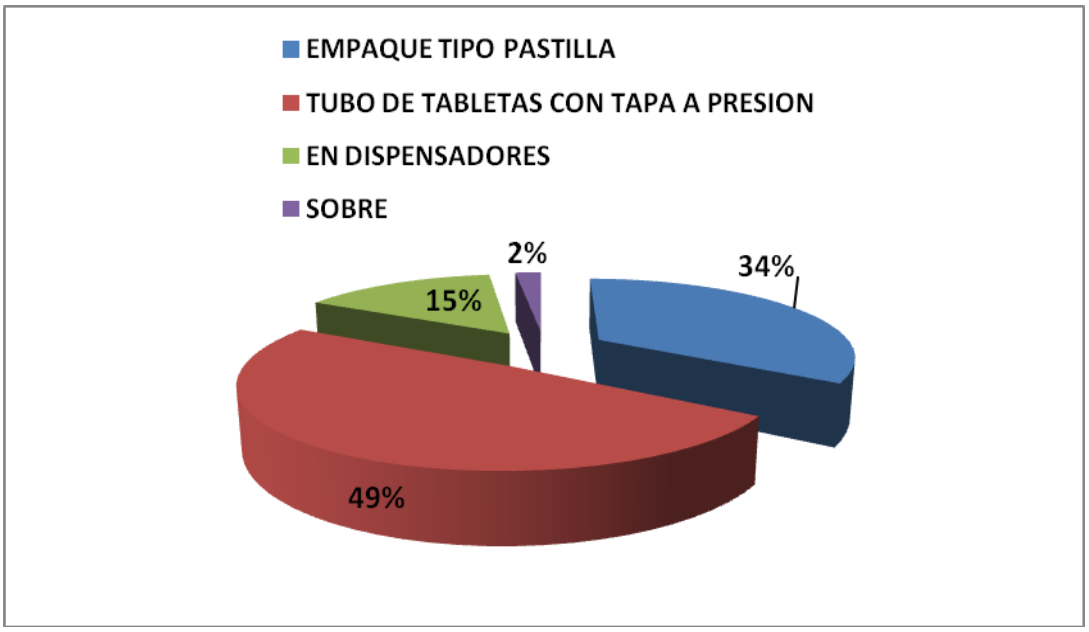
ELABORACIÓN: PROPIA.

Interpretación pregunta 10.- En esta pregunta se puede determinar los lugares que pueden ser considerados como puntos de ventas del producto K-FÉ, los cuales según los resultados de la encuesta obtenidos reflejan: el 66% en supermercados como son SUPERMAXI, MI COMISARIATO Y AKI, el 28% a tiendas de barrios y por último el punto más bajo donde las personas encuestadas les gustaría adquirir el producto sería en gasolineras representadas con el 7% de aceptación.

Pregunta No. 11 de Encuesta realizada: ¿QUÉ ENVASE PREFIERE LAS TABLETAS DE CAFÉ?

GRÁFICO 3.11. PREGUNTA 11 ENCUESTA.

11	LUGAR	PERSONAS	%
	EMPAQUE TIPO PASTILLA	90	34%
	TUBO DE TABLETAS CON TAPA	130	49%
	EN DISPENSADORES	40	15%
	SOBRE	5	2%



ELABORACIÓN: PROPIA.

Interpretación pregunta 11.- De acuerdo al cuadro referente a la tabulación de la encuesta se refleja como resultado que el 2% preferirían que el producto K-FE sea elaborado en sobre, el 15 % en la presentación de dispensadores pequeños portátiles, el 34% en la presentación de empaque tipo pastillas, pero la mayoría representada por el 49% seleccionó que la presentación debería ser en tubo con tapa a presión lo cual haría conservar el aroma del producto y sería cómodo de llevar en el bolsillo.

3.5.2. Elaboración del Focus Group.

Se realizo un focus group a 5 personas sobre lo que querían del Café y lo que buscan en el café después de unas dos horas de aproximadamente de conversación y de compartir una taza de café con la finalidad de motivar la conversación sacamos conclusiones que nos ayudar profundamente a realizar nuestro investigación de mercado.

Tomamos las ideas más importantes de cada uno de los invitados al focus group con lo que obtuvimos como resultado lo siguiente:

FOCUS GROUP NUEVO PRODUCTO DE CONSUMO LLAMADO K-FE.
FECHA REALIZACIÓN: 12/07/2011.
PERSONAS: 5 PERSONAS.
SECTOR: SAUCES V.
EDADES: 20-30 AÑOS PROMEDIO.

- **Punto de conclusión del focus group: opinión del café, que se buscan y que esperan de esta bebida.**

El café es un bebida energizante, que sirve para liberar de estrés, despertarse o simplemente quitarse el frio.

El café puede llegar a convertirse en una hábito o adicción en el diario vivir de una persona, también puede convertirse en el medio de llegar a concretar grandes negocios, o resolución de problemas empresariales, personales y hasta político económico. El café es una bebida que ofrece sabores, distintos aromas, de una simple mata puedes encontrar miles de combinaciones para disfrutar distintos tipos de café. Por lo general de esta bebida se espera que sea bueno, económico y sobre todo de calidad, pues a nadie le gusta comenzar su día con un café que te deje mal sabor en tu paladar. Recordando que es la primera bebida del día que consumimos muchas personas.

- **Punto de conclusión del focus group: cree Ud. que en ecuador la cultura de beber café se está radicalizando.**

La cultura de beber café se está radicalizando en no solo en Ecuador sino en el mundo entero pues vivimos en un medio tan complicado que una taza de café siempre es adecuada lo difícil es que no es muy fácil conseguirlo en todos los lugares ni en cada momento pues si estas en un bar, restaurant no lo venden o si lo venden lo hacen a precios muy exagerados para un café, por lo cual es necesario acudir a lugares especiales de venta de café como Sweet & Coffee o Juan Valdez.

- **Punto de conclusión del focus group: qué pensarían si les dijéramos que existe un café en tabletas.**

Sería una excelente idea y sobre todo práctica pues podría prepararlo y conseguirlo en el momento y lugar que tu consideres, pero también sería necesario que este producto contara con todos los permisos necesarios, pues al ser un producto que consumiríamos los seres humanos debe constar con todas las seguridades del caso, también sería necesario que cuente con una amplia gama de presentaciones pues los gustos y preferencias de las personas como puede ser dulce y cargado, cargado sin azúcar, suave y dulce etc., además seria excelente que su envoltura no sea complicada para abrir, pues así podamos usarla cuando vamos en el vehículo, cuando estamos en la oficina, sin tiempo para levantarnos del escritorio.

- **Punto de conclusión del focus group a su criterio, ¿Cuál sería la edad mínima y máxima para beber café y porque?**

La mayoría de los asistentes al focus group coincidieron que la edad para beber café está entre los 14 años hasta los 75 años pues beberlo antes puede causar problemas en los niños pues están en una edad que necesitan de frutas, verduras y nutrientes para su cuerpo y pasado los 75 años, porque conforme avanzan los años tu cuerpo es más sensible a ciertos factores y la cafeína en muchos casos es mala para los nervios.

3.6. Plan de marketing y mix del marketing.

El Mix del marketing que se le aplicara al producto K-FE, constará de varias estrategias. Las estrategias que se evaluarán para la penetración en el mercado del producto del cual se espera que logre satisfacer las necesidades dentro de un mercado tan competitivo como es el cafetero.

Dentro de las estrategias que se aplicarán están:

- Estrategia de producto
- Componentes de la mezcla del producto
- Decisiones del producto
- Estrategia de posicionamiento
- Marca
- Estrategia de precio
- Plaza
- Promoción y Publicidad.

3.6.1. Estrategias del producto.

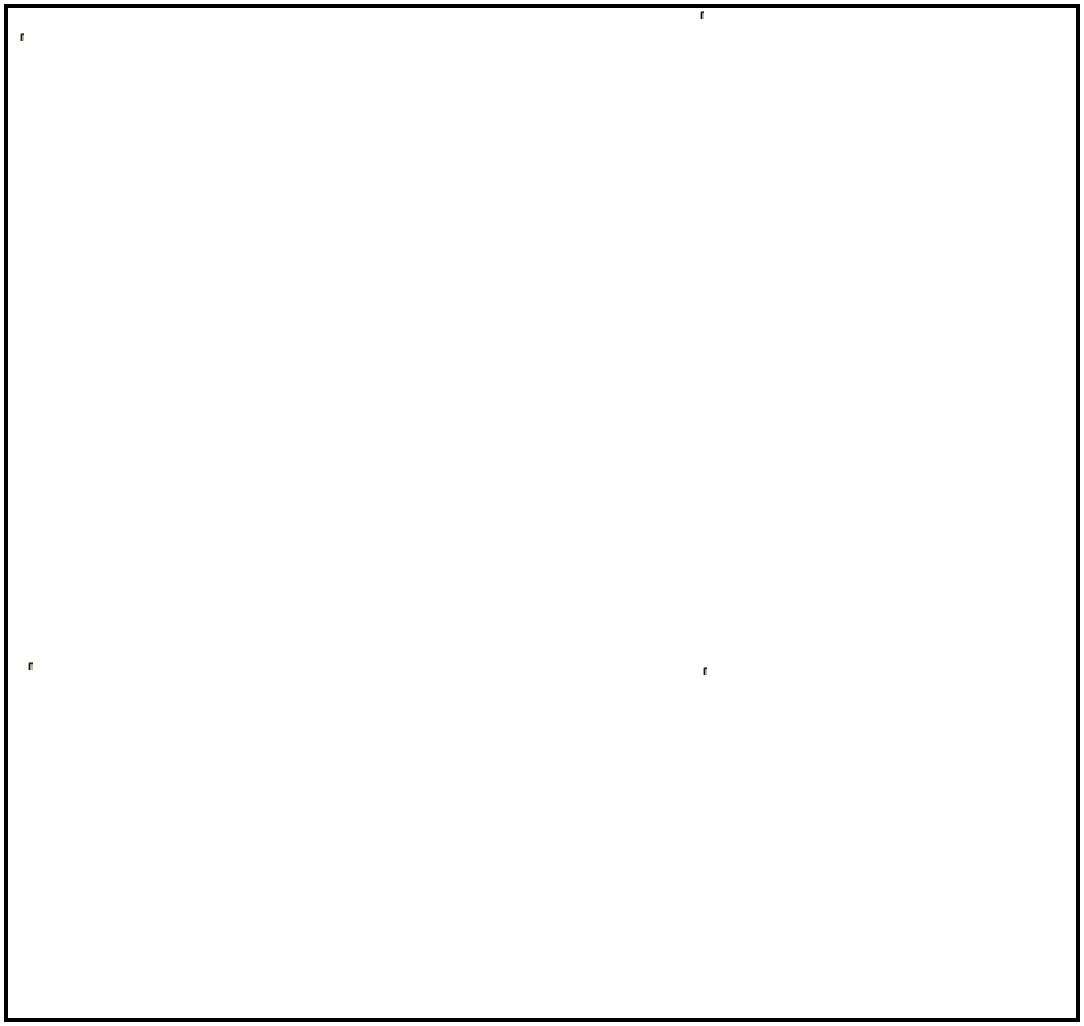
Nuestro producto **K-FE**, pone a disposición una nueva gama de sabor tanto para la gente adulta o joven, lo importante es que les guste el exquisito sabor del café y que a través de una deliciosa taza de café puedan transportarse mentalmente a los más lindos recuerdos, a través de una taza de café puedan obtener una recarga de energía natural y se puedan nutrir de antioxidantes los cuales benefician al cuerpo humano.

Además ofreceremos a nuestra clientela amante del café una novedosa cafetería donde podrán encontrar diferentes productos dulces elaborados con café, como por ejemplo tortas de café, granizado de café, entre otras. Con lo cual podrán adquirir en cada una de estas cafeterías el café comprimido, es decir, tableta de café.

K-FE entregará al público una opción distinta de café con planes promocionales; se ha decidido realizar obsequios como llaveros, plumas, adhesivos, carpetas entre otros con la finalidad de agradar o simpatizar a los futuros clientes desde el principio y además realizar promociones para épocas especiales. (Ver TABLA NO. 3.10.)

3.6.2. Componentes de la mezcla del producto.

TABLA NO. 3.6. COMPONENTES DE LA MEZCLA DEL PRODUCTO



ELABORACIÓN: PROPIA.

TABLA NO. 3.7. ATRIBUTOS DEL PRODUCTO.

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS :	TABLETA, compuesta de café y azúcar en varias presentaciones de acuerdo a las preferencias de los consumidores.
MARCA:	K-FE.
CALIDAD:	Excelente calidad para lograr la preferencia de los futuros clientes.
DISEÑO DEL EMPAQUE:	Tubo.
PRECIO:	$ 2,60

ELABORACIÓN: PROPIA.

GALVAS, ofrece un producto de CONSUMO a la ciudadanía, una opción diferente de bebida, pero para ser aceptada dependerá exclusivamente del consumidor, debido a que la empresa no puede influir en el criterio del cliente. Es claro también que la empresa para su buen desenvolvimiento en el medio debe considerar la conveniencia de las personas con el producto para poder convertirnos en sus preferidos, porque en el momento que el cliente ponga a criterio la compra del producto y nos compare con otras opciones, nosotros seamos quien ofrezca algo distinto y atractivo para llamar su atención y seamos su primera opción cada vez que piensen en beber café.

3.6.3. Decisiones del producto.

TABLA NO. 3.8. DESICIONES DE PRODUCTOS.

ESTILO:	Personas ejecutivas y viajeros.
TECNOLOGÍA:	K-FE, es un producto que está respaldado por la tecnología de punta, puesto que el manejo responsable de los granos de café dependerá de mantener un producto de primera calidad, que es también nuestro respaldo de confianza para los clientes.

ELABORACIÓN: PROPIA.

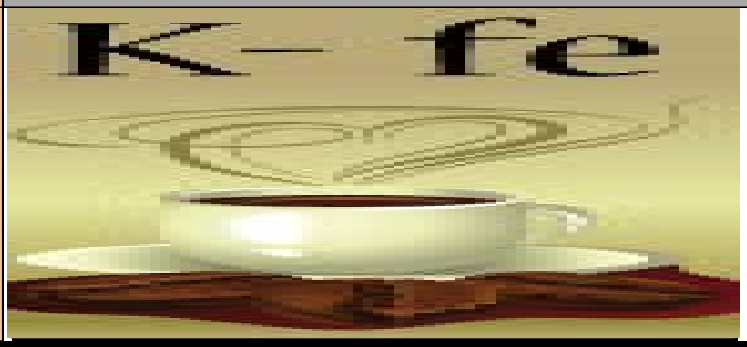
3.6.4. Estrategia de posicionamiento.

K-FE, basará su posicionamiento en el mercado única y exclusivamente con su estrategia de precio, calidad y presentación.

3.6.5. Marca.

La marca de nuestros K-FE, misma que espera en convertirse en un icono cafetero a la hora de beber un café, de una manera rápida, higiénica y práctica con la finalidad de ser una de las primeras opciones al decidir degustar de una bebida de café.

TABLA NO. 3.9. MARCA.

MARCA:	K-FE
SLOGAN:	3 PASOS Y LISTO.
LOGO:	

ELABORACIÓN: PROPIA.

3.6.6. Estrategia de precio.

Como estrategia de penetración de mercado se seleccionó como precio referencia el seleccionado por las personas encuestadas (Precio de introducción al mercado).

El precio de introducción al mercado por el tubo que contendrá 10 tabletas será de $ 2.60 (DOS 60/100 DÓLARES AMERICANOS) durante el primer año y aprobado por la Industria GALVAS.

A partir del segundo año en el mercado se considerará el precio por medio de las variables de tasa de inflación o el precio referencial del mercado de los productos de café y de los insumos que son involucrados en la elaboración del producto.

3.6.7. Plaza.

La planta estará ubicado en la vía a Daule en el Km. 8-1/2 de la ciudad de Guayaquil, debido a que es una vía de fácil acceso, y además de ser una vía interprovincial con la cual hay facilidades de transportación y facilidad para la contratación de la mano de obra, además de contar con terrenos grandes para la operación de la planta y oficina.

3.6.8. Promoción y publicidad.

Además de entregar al público una opción distinta con un producto distinto los planes promocionales serán totalmente innovadores; se ha decido realizar obsequios como llaveros, plumas, adhesivos, en los cuales este escrito el nombre de nuestro producto K-FE; con los colores que harán identificar nuestros producto ante los consumidores, con la finalidad de agradar a nuestros clientes desde el principio visualmente. Además realizaremos promociones para épocas especiales como fiestas de Guayaquil o actividades públicas, misma que consistirá en ubicar stand con modelos que obsequien el producto de manera gratuita a las personas asistentes a los diferentes eventos

GALVAS realizará su publicidad de manera tradicional realizando diversos tipos de actividades por medio de las cuales lograremos obtener la atención del consumidor y sobre todo vencer los posibles temores que tengan al beber este nuevo producto, además de publicitarnos nos ayudará a informar a nuestros futuros potenciales clientes sobre como es procesado y comprimido nuestro café.

- Realizar una publicidad informativa sobre las ventajas del café.
- Realizar publicidad por medio de volantes.
- Realizar actividades por medio del cual se involucre necesariamente. beber café, por ejemplo venta de libros, seminarios etc.
- Realizar publicidades en el cual alguna celebridad del medio ofrezca el producto.

El evento más importante para toda compañía es el de apertura de las actividades, la misma que decide la buena o mala impresión del producto ante los clientes. (Ver TABLA NO. 3.10.)

El departamento de Marketing ha considerado como las más acertadas las siguientes actividades

- **DIA 1**: Se realizará una rueda de prensa tanto radial, escrita y tv para dar a conocer el producto.

- **DIA 2**: Se realizará un coffee break en la cual ofrecerá el producto.

- **DIA 3**: Se realizará una invitación especial a todos los medios de farándula para beber K-FE siendo ellos personas que viajan constantemente y necesitan productos prácticos

- **DIA 4**: Se dará un día especial a menor precio para que los consumidores puedan degustar el producto.

- **DIA 5**: Siendo el último día de la semana de apertura GALVAS realizará el sorteo de una caja gratis de productos.

3.7. Presupuesto de gastos.

EMPRESA: GALVAS.

Plan de mercadeo gastos de medios de comunicación.

TABLA NO. 3.10. PRESUPUESTO DE GASTOS PUBLICIDAD

GASTOS DE PROMOCIÓN		
COMUNICACIÓN DE PROMOCIÓN	$	600.00
MATERIAL POP	$	100.00
ARTÍCULOS DE REGALO	$	100.00
TOTAL GASTOS DE PROMOCIÓN	**$**	**800.00**
GASTOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
PAUTAS EN TELEVISIÓN	$	2,000.00
ANUNCIOS EN PRENSA	$	1,500.00
PAUTAS EN RADIO	$	2,000.00
OTROS	$	500.00
TOTAL MEDIOS DE COMUNICACIÓN	**$**	**6,000.00**
OTROS GASTOS		
MERCHANDISING	$	750.00
LANZAMIENTO Y EVENTOS DE RRPP	$	3,500.00
TOTAL GASTOS	**$**	**4,250.00**
TOTAL GASTOS PUBLICIDAD	**$**	**11,050.00**

ELABORACION: PROPIA

MATERIA POP: El material POP, en marketing, se refiere a la promoción colocada en tiendas con la cual se proyecta a captar la atención de los consumidores.

Esta estrategia usada para impulsar la compra, está planteada dentro del presupuesto de publicidad para dar a conocer el producto en lugares concurridos por los consumidores (Point-of-Purchase) Punto de venta.

3.8. Comercio exterior.

3.8.1. Introducción.

El mercado mundial se encuentra globalizado, como se puede observar en la televisión se están creando productos los cuales facilitan la vida a los consumidores, ellos los compran y el producto se convierte en parte de su vida habitual; lo cual inspiro a que este producto puede ser comercializado al exterior con la finalidad de expandir el mercado del producto llamado K-FE a países que son arduos consumidores de café como son: Finlandia, Noruega, Islandia, Dinamarca, Holanda o Países Bajos, Suecia, Suiza, Alemania, Aruba, Bélgica, Canadá, Austria, Bosnia Herzegovina, Italia, Eslovenia, Brasil, Grecia, Croacia.

El consumidor actual ha elevado sus patrones de compra, ha cambiado sus esquemas de comportamiento influenciados por era globalizada buscando el confort, el beneficio y valor agregado del producto.

Ecuador en la actualidad está haciendo gestiones para abrir mercados internacionales con la finalidad de que los productos ecuatorianos tengan una acogida acorde en ellos, hay que tener en cuenta las actividades y gestiones que realizan Proecuador que tomo las funciones de Corpei para la promoción internacional de los productos ecuatorianos.

En los últimos meses Proecuador ha realizado más de 40 eventos para la promoción de productos, tienen oficina en países como Perú, Colombia, Brasil, Chile, México, Guatemala, Estados Unidos, Canadá, España, Italia, Alemania, Francia e Inglaterra. Esta institución considera como productos exportables a los textiles, artesanías, servicios, softwares y los alimentos procesados; en este último punto está considerado el producto K-FE[16].

[16] *Noticia de SI SE PUEDE ECUADOR, DE LUCA, María Fernanda, Proecuador invierte $ 10 millones en promoción, http://www.sisepuedeecuador.com/noticias/negocios/9689-proecuador-invierte-10-millones-en-promocion.html*

El autor Helmut Forstner detalla cuatro factores de la globalización que vale mencionar en este capítulo:

- Los factores sociales o de gobierno,
- Los factores derivados de la presión de los precios,
- Los factores del mercado y la demanda,
- Los factores de la competencia.

3.8.2. Análisis de mercado internacional.

Según OMC (Organización Mundial del Comercio) los países de América Latina en materia económica están conformados en su gran parte por PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) en un porcentaje de un 90% y es por esto que los esfuerzos de los gobiernos deben estar dirigidos a este sector productivo, incentivando con capacitación en mejoramiento continuo de los productos y servicios que se ofrecen.

TABLA NO. 3.11. EXPORTACIÓN DE CAFÉ PRIMER SEMESTRE DEL 2011.

anecafé
asociación nacional de exportadores de café

EXPORTACION DE CAFE DEL ECUADOR
ANO 2011
EXPORTADOR POR MES
SACOS DE 60 KILOS

EXPORTADORES 2011	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		*JUNIO		TOTALES	
	Saco 60 Kg.	DOLARES	Saco 60 Kg.	DOLARES	Saco 60 Kg.	DOLARES	Saco 60 Kg.	DOLARES	Saco 60 Kg.	DOLARES	Saco 60 Kg.	DOLARES	Saco 60 Kg.	DOLARES
ELCAFE C.A.	48.535,07	6.924.695,08	63.113,49	8.872.831,20	53.171,74	7.420.324,27	75.234,11	10.608.973,17	64.993,07	9.892.079,26	46.301,89	7.271.432,81	351.349,37	50.990.335,79
PANTOJA PANTAJA PEDRO ANTONIO	15.458,13	2.337.094,76	19.294,80	2.917.599,91	6.784,18	1.176.515,97	1.447,93	215.486,49			7.466,27	1.069.799,40	50.451,31	7.716.496,53
MERCAFE S.A.	4.475,00	829.400,13	4.486,68	609.608,56	3.533,00	471.202,46	5.334,17	1.288.812,25	7.782,50	1.268.938,66	14.558,33	2.876.901,73	40.169,68	7.344.863,79
SOLUBLES INSTANTANEOS C.A.	4.688,24	907.955,50	3.526,22	831.459,35	6.131,85	1.052.012,50	6.765,82	1.040.589,10	3.793,84	627.800,10	8.038,34	1.585.240,19	32.944,31	6.045.056,74
LUIS ALDEMAR INAGAN ARIAS	3.470,84	437.750,00	12.809,16	1.787.701,00	4.470,83	638.508,50			3.378,34	517.788,50	4.494,18	685.180,00	28.623,35	4.066.928,00
GUSNOBE S.A.	4.067,91	471.312,50	7.696,00	976.800,00	6.612,66	839.300,00	6.710,17	851.675,00	1.467,91	199.862,50	587,17	74.525,00	27.141,82	3.413.475,00
BELCET S.A.	2.294,85	359.681,47	4.045,84	661.400,39	2.286,67	417.944,37	1.151,67	208.240,45	6.910,02	1.295.970,70	2.853,34	561.284,88	19.542,39	3.524.522,26
AGROSREXMIN CIA. LTDA.	7.934,99	994.872,80	2.833,33	381.752,00	2.158,34	304.959,50							12.926,66	1.681.584,30
CAFECOM S.A.	6.850,01	1.663.450,25	608,75	176.970,60	1,17	664,02	1.762,50	270.807,37	2.273,34	346.687,88	1.136,67	177.415,48	12.632,44	2.635.995,60
COLEIMCAFE S.A.			566,67	96.220,00					3.995,00	604.566,49	2.280,00	345.525,75	6.841,67	1.046.312,24
FAPECAFES	862,50	284.615,46	496,80	168.577,96	57,50	21.108,57	48,30	7.041,88			4.594,25	159.137,00	6.059,35	640.480,87
JOHNNY JAVIER MERCHAN PIN					1.133,33	376.040,00			552,50	198.237,00	3.399,99	1.083.920,00	5.085,82	1.658.197,00
CRISTIAN RENE ESPINOZA ENRIQUEZ							2.007,50	302.167,00	1.136,67	170.500,00	1.133,34	159.460,00	4.277,51	632.127,00
LIOTTA S.A.	1.080,00	308.087,74	1.423,85	416.002,34	367,00	121.076,81					713,00	229.444,15	3.583,85	1.074.611,04
CEBALLOS MEDICIS HUGO MARTIN	309,17	39.206,09									2.916,66	614.282,39	3.225,83	653.488,48
LAMA BARZOLA JULIO WINGMIN											1.700,00	239.360,00	1.700,00	239.360,00
KAVE CAFE ECUATORIANA S.A.	300,00	99.449,57			300,00	106.350,44			209,00	83.355,46	435,00	151.330,20	1.244,00	440.485,67
IGNACIO VICENTE HIDROVO SOLORZANO	1.151,66	330.436,20											1.151,66	330.436,20
CEZAMO S.A.											1.133,34	360.400,00	1.133,34	360.400,00
JUAN CARLOS BUSTAMANTE QUEZADA			1.133,33	200.880,00									1.133,33	200.880,00
ASKLEY DELGADO FLOR									259,54	52.774,68	374,17	47.018,63	633,71	99.793,31
LOMBANA GUERRON HUGO HERNANDO	578,13	67.299,99											578,13	67.299,99
COLIMEXPORT CIA. LTDA.									504,17	78.226,50			504,17	78.226,50
ULTRAMARES CORPORACION C.A.			320,00	48.677,57									320,00	48.677,57
CORPORACION GRUPO SALINAS	15,15	4.893,23											15,15	4.893,23
LARA PAGUAY GALO HERMOGENES			6,82	1.750,00									6,82	1.750,00
NESTLE ECUADOR S.A.			5,33	1.800,00									5,33	1.800,00
AGUILAR ANRANGO JOSE REMIGUIO	2,06	1.013,70											2,06	1.013,70
JOSE BENJAMIN MEZA ONEIL							1,72	331,08					1,72	331,08
FUENTE: Certificacos de Origen.-	102.073,71	16.061.214,47	122.367,07	18.150.030,88	87.008,27	12.946.007,41	100.463,89	14.794.123,79	97.255,90	15.336.787,73	104.115,94	17.711.657,61	613.284,78	94.999.821,89
*: Datos provisionales.-													613.284,78	94.999.821,89

FUENTE: ANECAFE (Asociación nacional de exportadores de café), http://www.anecafe.org.ec/wp-content/uploads/2011/04/Acumulado-por-Exportador-201111.pdf

Como se puede observar en el cuadro proporcionado por ANECAFE (ASOCIACIÓN NACIONAL DE EXPORTADORES DE CAFÉ) la venta de café ecuatoriano al extranjero es de 613.284,78 sacos de 60 kilos (36´797.087 kilos de café) vendidos a razón de 2.58 dólares dando un total de 34´999.821,89 de dólares americanos.

TABLA NO. 3.12. EXPORTACIÓN DE CAFÉ ECUATORIANO POR CALIDAD.

anecafé
asociación nacional de exportadores de café

EXPORTACION DE CAFE DEL ECUADOR
POR CALIDAD
AÑOS - 1992-2011
SACOS DE 60 Kg.

AÑOS	ARABIGO		ROBUSTA		INDUSTRIALIZADO		TOTAL	
	SACOS	DOLARES	SACOS	DOLARES	SACOS	DOLARES	SACOS	DOLARES
1992	412.183,00	25.725.020,51	665.797,00	38.231.522,78	376.304,17	17.970.123,08	1.454.284,17	81.926.666,37
1993	779.276,00	53.655.523,30	559.279,00	31.043.022,05	433.004,50	27.681.622,88	1.771.559,50	112.380.168,23
1994	1.402.018,00	279.584.151,27	522.256,00	86.249.431,94	571.312,50	45.445.938,88	2.495.586,50	411.279.522,09
1995	769.947,00	112.580.946,24	581.301,50	72.255.993,96	584.985,50	58.408.292,30	1.936.234,00	243.245.232,50
1996	627.739,50	78.310.284,92	542.586,00	45.616.380,06	346.794,00	29.644.431,05	1.517.119,50	153.571.096,03
1997	263.594,50	51.443.323,22	445.846,00	33.057.242,03	348.102,50	29.302.901,63	1.057.543,00	113.803.466,88
1998	191.390,70	24.974.929,21	477.149,06	40.813.052,34	411.407,02	33.899.936,86	1.079.946,78	99.687.918,41
1999	304.107,05	30.480.367,88	375.616,20	26.725.641,89	310.241,52	21.264.464,43	989.964,77	78.470.474,20
2000	201.627,52	17.300.239,79	163.775,00	6.588.201,72	330.624,25	21.593.505,98	696.026,77	45.481.947,49
2001	222.388,94	11.758.098,16	170.868,76	3.697.668,68	363.113,98	28.749.471,10	756.371,68	44.205.237,94
2002	144.204,91	8.699.191,43	74.954,98	2.032.164,26	359.381,84	31.885.567,07	578.541,73	42.616.922,76
2003	122.629,83	7.967.890,00	84.808,43	3.140.090,37	416.952,25	36.931.657,03	624.390,51	48.039.637,40
2004	149.107,41	11.737.842,03	72.958,57	2.626.891,22	483.661,95	44.832.085,61	705.727,93	59.196.818,86
2005	120.000,63	13.799.101,14	277.724,72	15.278.426,62	597.072,19	59.417.476,90	994.797,54	88.495.004,66
2006	196.956,80	24.342.126,86	230.091,63	16.859.509,56	601.483,15	63.574.714,10	1.028.531,58	104.776.350,52
2007	147.375,71	19.186.477,21	95.625,02	10.238.466,54	749.189,18	93.971.782,86	992.189,91	123.396.726,61
2008	59.575,46	9.705.292,79	65.894,82	7.582.265,35	748.608,86	108.292.972,20	874.079,14	125.580.530,34
2009	136.064,08	20.821.332,09	300.014,94	26.168.766,95	690.642,66	99.036.730,36	1.126.721,68	146.026.829,40
2010	184.398,41	39.852.130,64	210.903,44	20.900.801,38	806.048,49	111.983.813,09	1.201.350,34	172.736.745,11
2011*	37.619,02	11.393.464,56	158.663,38	22.998.139,91	417.002,38	60.608.217,42	613.284,78	94.999.821,89
	6.434.585,5	841.924.268,7	5.917.451,1	489.105.539,7	9.528.930,5	963.887.487,4	21.880.967,03	2.294.917.295,80

FUENTE: CERTIFICADOS DE ORIGEN
*: Datos provisionales mes de Junio.-

En este cuadro se puede observar la cantidad de café exportado de cada tipo o variedad de la gramínea.

3.8.3. Partida arancelaria.

La Partida Arancelaria es como el código del productor el cual es utilizado para la identificación del mismo, El café tiene como Partida Arancelaria 09019000. Al ser un producto procesado el que elaborará la industria GALVAS S.A., dentro de la partida arancelaria para exportación dicho producto no grava I.V.A. (IMPUESTO DE VALOR AGREGADO), cabe mencionar que se enviaría el producto K-FE formulado listo para que sea empacado en el país de destino, para que el socio comercial lo enfrasque. Podemos mencionar que en el supuesto caso la producción local de café se encuentre limitada, es decir que la oferta sea mea menor a la demanda, la empresa GALVAS S.A. como política contingente de producción tendrá que importar la materia prima bajo la misma partida arancelaria, con lo cual conllevará a pagar los impuestos respectivo indicados la TABLA NO. 3.13.

TABLA NO. 3.13. PARTIDA ARANCELARIA.

Sección II :	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
Capítulo 09 :	Café, té, yerba mate y especias
Partida Sist. Armonizado 0901 :	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 09019000 :	- Los demás
Codigo Producto Comunitario (ARIAN) 0901900000-0000 :	
Codigo Producto Nacional (TNAN) 0901900000-0000-0000 :	

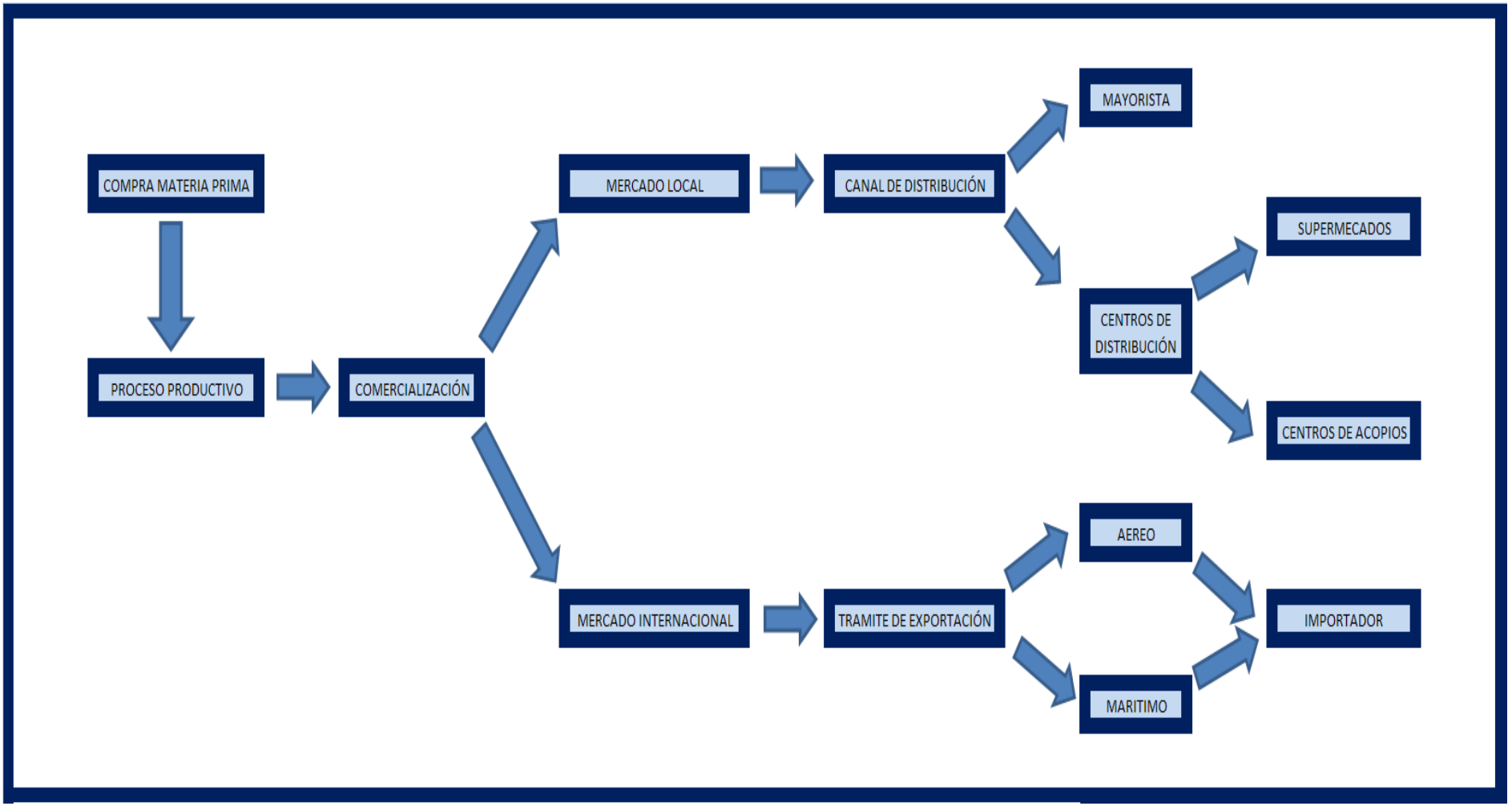
Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	30 %
FDI	0.5 %
ICE	0 %
IVA	12 %
Salvaguardia por Porcentaje	0 %
Salvaguardia por Valor	
Aplicación Salvaguardia por Valor	
Techo Consolidado	0 %
Incremento ICE	0 %
Afecto a Derecho Específico	
Unidad de Medida	Kilogramo Bruto (KG)
Observaciones	Decreto Ejecutivo 1458. R.O. 489s 16/12/2008
Es Producto Perecible	NO

3.8.4. Proceso de comercialización del producto.

El proceso de la comercialización del producto K-FE de la industria GALVAS S.A., para el mercado internacional está compuesto de 5 partes:

- Comercialización.
- Introducción al mercado internacional.
- Negociación del producto.
- Despacho: Aéreo o marítimo.
- Arribo: Bodega del importador.

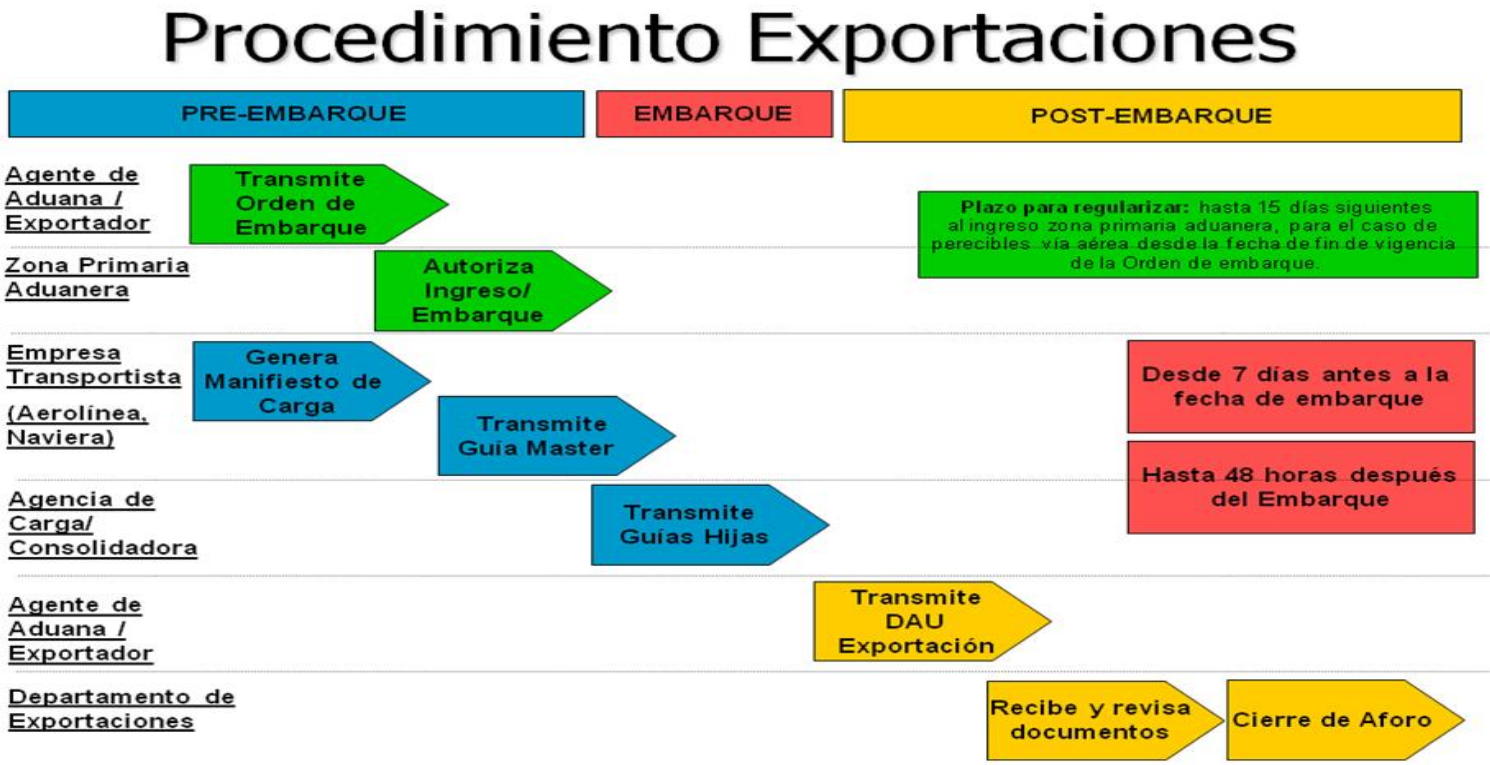
TABLA NO. 3.14. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO AL EXTERIOR.



ELABORACIÓN: PROPIA.

3.8.5. Procedimiento para la exportación.

TABLA NO. 3.15. PROCEDIMIENTO PARA LA EXPORTACIÓN.



FUENTE: http://www.aduana.gov.ec/contenido/procExportar.html

3.8.6. Países de destino del café ecuatoriano.

En el comercio exterior, el café Ecuatoriano está teniendo buena aceptación, el auge de la internacionalización del producto se enfoca a la calidad con la que se está produciendo el café.

El café tiene más aceptación en los mercados: colombiano, siendo este un país cafetero es uno de los principales compradores de nuestro café, le sigue Alemania, Polonia y Rusia.

TABLA NO. 3.16. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DEL CAFÉ ECUATORIANO AÑO 2011.

anecafé
asociación nacional de exportadores de café

EXPORTACIONES DE CAFÉ DEL ECUADOR
ACUMULADOS DE ENERO / JUNIO - DEL AÑO 2011-POR PAIS DE DESTINO
(Sacos de 60 Kilos)

PAIS	LAVADO		LAVADO ORGANICO		NATURAL		ROBUSTA		SOLUBLE		EXTRACTO		TOS.Y O/MOLIDO		TOTALES	
	SCS 60 KG.	US$	SCS 60 KG.	US$	SCS 60 KG.	US$	SCS 60 KG.	US$	SCS 60 KG.	US$	SCS 60 KG.	US$	SCS 60 KG.	US$	SCS 60 KG.	US$
ALEMANIA							48,30	7.041,88	136.110,00	19.342.779,10					136.158,30	19.349.820,98
BELGICA			575,00	189.743,64					1.321,67	197.975,00					1.896,67	387.718,64
CANADA	174,80	59.314,47													174,80	59.314,47
CHILE					208,71	66.308,31	287,50	42.018,63	346,67	38.650,00					842,88	146.976,94
CHINA									848,25	125.280,00					848,25	125.280,00
COLOMBIA					30.730,63	9.185.959,45	158.322,07	22.947.998,32	558,33	83.610,64					189.611,03	32.217.568,41
COREA					6,82	1.750,00									6,82	1.750,00
CUBA	435,00	151.330,20													435,00	151.330,20
ESPAÑA									954,42	215.896,47					954,42	215.896,47
FINLANDIA									1.950,00	247.500,00					1.950,00	247.500,00
FRANCIA	20,48	6.693,23	143,75	51.708,13					5.865,45	259.464,00					6.029,68	317.865,36
HOLANDA									13.481,01	1.824.365,75					13.481,01	1.824.365,75
INDONESIA									6.051,50	797.150,55					6.051,50	797.150,55
INGLATERRA									20.057,91	2.540.033,40					20.057,91	2.540.033,40
IRAN									1.950,00	202.500,00					1.950,00	202.500,00
ITALIA									1.626,09	241.950,00					1.626,09	241.950,00
JAPON			809,00	289.155,47					9.542,18	1.724.890,65	244,05	39.424,00			10.595,23	2.053.470,12
LETONIA									5.493,58	741.275,72					5.493,58	741.275,72
MALASIA									1.300,00	180.000,00					1.300,00	180.000,00
MEXICO									3.900,00	247.500,00					3.900,00	247.500,00
PANAMA									106,43	38.281,35					106,43	38.281,35
PERU									5.432,27	1.539.766,94					5.432,27	1.539.766,94
POLONIA									86.601,68	14.093.627,53					86.601,68	14.093.627,53
REP.CHECA					0,95	506,85			-	-			1,11	506,85	2,06	1.013,70
RUSIA									78.650,00	11.844.474,90					78.650,00	11.844.474,90
SINGAPUR									2.935,85	350.267,50					2.935,85	350.267,50
SIRIA									9.002,50	702.375,00					9.002,50	702.375,00
TAIWAN									5.244,64	710.733,77					5.244,64	710.733,77
TURQUIA									13.065,01	1.636.174,35					13.065,01	1.636.174,35
U S A.			2.034,50	623.208,60	2.483,17	768.536,21	1,72	331,08	4.322,51	628.204,55			39,27	13559,4	8.881,17	2.033.839,84
TOTAL	630,28	217.337,90	3.562,25	1.153.815,84	33.430,28	10.023.060,82	158.659,59	22.997.389,91	416.717,95	60.554.727,17	244,05	39.424,00	40,38	14.066,25	613.284,78	94.999.821,89

FUENTE: Certificados de Origen
*: Datos provisionales.-

613.284,78 | 94.999.821,89

TABLA NO. 3.17. DETALLE EXPORTACIONES DE CAFÉ 2011.

PAISES	TOTAL DE SACOS 60 KG	TOTAL DE KG EXPORTADOS	%
ALEMANIA	136.158,30	8.169.498,00	22,20148
BELGICA	1.896,67	113.800,20	0,30926
CANADA	174,80	10.488,00	0,02850
CHILE	842,88	50.572,80	0,13744
CHINA	848,25	50.895,00	0,13831
COLOMBIA	189.611,03	11.376.661,80	30,91729
COREA	6,82	409,20	0,00111
CUBA	435,00	26.100,00	0,07093
ESPAÑA	954,42	57.265,20	0,15562
FINLANDIA	1.950,00	117.000,00	0,31796
FRANCIA	6.029,68	361.780,80	0,98318
HOLANDA	13.481,01	808.860,60	2,19816
INDONESIA	6.051,50	363.090,00	0,98674
INGLATERRA	20.057,91	1.203.474,60	3,27057
IRAN	1.950,00	117.000,00	0,31796
ITALIA	1.626,09	97.565,40	0,26514
JAPON	10.595,23	635.713,80	1,72762
LETONIA	5.493,58	329.614,80	0,89576
MALASIA	1.300,00	78.000,00	0,21197
MEXICO	3.900,00	234.000,00	0,63592
PANAMA	106,43	6.385,80	0,01735
PERU	5.432,27	325.936,20	0,88577
POLONIA	86.601,68	5.196.100,80	14,12096
REP. CHECA	2,06	123,60	0,00034
RUSIA	78.650,00	4.719.000,00	12,82438
SINGAPUR	2.935,85	176.151,00	0,47871
SIRIA	9.002,50	540.150,00	1,46792
TAIWAN	5.244,64	314.678,40	0,85517
TURQUIA	13.065,01	783.900,60	2,13033
U.S.A.	8.881,17	532.870,20	1,44813
TOTAL	613.284,78		

Interpretación

Como se puede observar en el cuadro, los países que compran el café ecuatoriano en mayor proporción son Colombia con un 30,91%, Alemania con un 22.20%, Polonia 14.12% y Rusia con un 12.82% y los demás completan un 32.77%. Por lo cual se puede deducir que serían los países a los cuales les interesaría el producto llamado K-FE (Café en tabletas).

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO.

4.1. La ubicación de la planta:

Para el análisis de la ubicación de la planta se considerará 2 zonas dentro de la provincia del Guayas. Estas zonas se escogieron por el acceso a la ciudad y por la disponibilidad del sector con la mano de obra.

El acceso no solo se consideró para la distribución del producto, sino también por el ingreso a la provincia para la materia prima.

- Alternativas de la ubicación de la planta

A: Vía Daule

B: Durán

TABLA NO. 4.1. ANÁLISIS UBICACIÓN DE LA PLANTA.

		A		B	
OBSERVACIÓN	**Peso asignado**	**Calificación**	**Calificación ponderada**	**Calificación ponderada**	**Calificación**
Contratación Empleados	0.2	6	1.2	0.15	0.9
Facilidad de transporte(recibo)	0.4	8	3.2	0.2	1.6
Facilidad de distribución	0.25	7	1.75	0.15	1.05
Facilidad de Acceso al comprador	0.15	5	0.75	0.5	2.5
Total	1		6.9	1	6.05

ELABORACIÓN: PROPIA.

Interpretación
La alternativa que se escogió, es en base a los datos estipulados en el análisis de la localización óptima de la industria, la planta estará ubicada en la vía Daule, debido a su fácil acceso se convierte en un punto clave para nuestra distribución, esto debido a la facilidad de entrada y salida que tienen los camiones pesados por la zona y además es una arteria que fácilmente puede dirigirse al sur, norte o centro de la ciudad. También por el fácil acceso de la materia prima hacia la planta.

4.2. Definición del proceso (Logística).

El proceso de la logística se elaborará mediante 6 pasos. Este proceso constará de sub-procesos que le ayudarán a mejorar la operación de la materia prima, almacenamiento y comercialización del producto. Tomando como referencia las políticas de calidad que se establecerá en cada sub-proceso. A este proceso se le agregará la mano de obra la misma que tendrá que ser calificada para basarse en un mejoramiento continuo del personal que ejecutará el proceso de la logística. Este punto de la mano de obra calificada es muy relevante por el motivo de la innovación constante que requiere el mercado globalizado.

- Compra del producto.
- Almacenamiento en bodegas.
- Selección materia prima.
- Elaboración del producto.
- Comercialización: ventas.
- Transportación o distribución.

4.2.1. Proceso de logística del producto K-FE.

TABLA NO. 4.2. PROCESO LOGÍSTICA PRODUCTO K-FE.

ELABORACIÓN: PROPIA.

4.3. Infraestructura.

La industria GALVAS S.A., ha elaborado un plano de la infraestructura de cómo sería el espacio físico, en la cual operará, tanto la parte industrial como la parte administrativa.

El plano desarrollado ya dividido los departamentos iniciales de la Industria GALVAS S.A. constará también con zona de parqueo tanto para los clientes internos como para los clientes externos, zona de carga y descarga tanto de la materia prima como la de distribución del producto, así como el área de producción y el área del comedor.

Pensando en la seguridad de los clientes externos el plano diseñado por la industria GALVAS S.A. tiene salidas de emergencias en todos los edificios que la conforman.

4.4. Ingeniería del proyecto.

La ingeniería del proyecto, de la fábrica y comercializadora del producto K-FE, se detalla a continuación.

4.5. Tecnología.

La tecnología que necesitamos está estrictamente relacionada con las máquinas para el proceso de selección del grano y de la producción de la tableta.

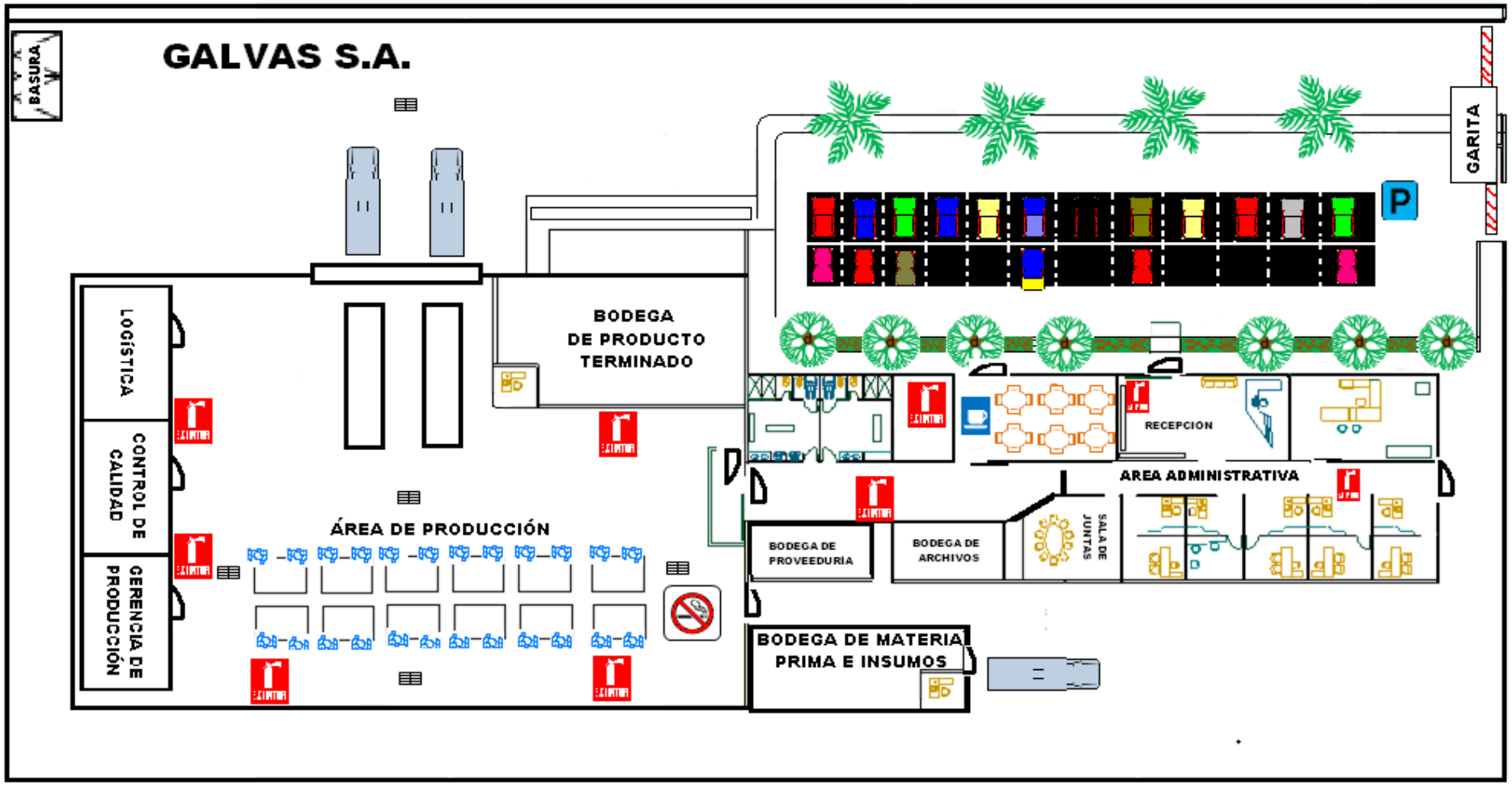
Adquiriendo tecnología moderna (máquinas digitales), que ayuden a optimizar el tiempo en el proceso de la tableta.

4.5.1. Equipos a utilizar.

Los equipos a utilizar dentro del proceso de elaboración (Producción) de la tableta de café son:

CANTIDAD	NOMBRE DEL EQUIPO
1	ALIMENTADORA DE CAFÉ VERDE.
2	BALANZAS INDUSTRIALES.
1	MÁQUINA LIMPIADORA DE GRANOS.
3	DEPÓSITOS PARA ALMACENAR.
1	MÁQUINA PILADORA DE GRANOS.
1	MÁQUINA SECADORA DE GRANOS.
1	MÁQUINA TOSDADORA DE GRANOS.
1	MÁQUINA MOLEDORA DE GRANOS.
1	MÁQUINA TABLETEADORA.
2	CAMIONES DE REPARTO.

TABLA NO. 4.3. PLANO INFRAESTRUCTURA INDUSTRIA GALVAS S.A. PRODUCTO K-FE.



ELABORACIÓN: PROPIA.

4.5.2. Proceso productivo.

El proceso productivo de la industria GALVAS S.A., constará de 11 pasos. Estos pasos dentro del proceso serán cuidadosamente monitoreados por el personal de planta, con la finalidad de que el producto final sea bien elaborado, bajo los estándares de calidad que va a regir a la industria, como el de la calidad que los futuros potenciales consumidores del producto K-Fe demanden.

El proceso productivo contará con máquinas modernas para optimizar de una mejor forma el tiempo de producción, y poder cumplir con las exigencias demandadas por el mercado.

TABLA NO. 4.4. FLUJO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO K-FE.

ELABORACIÓN: PROPIA.

4.5.3. Descripción del proceso productivo.

1) ALIMENTADORA DE CAFÉ VERDE: En este proceso se ingresará la materia prima seleccionada.	**ALIMENTADORA DE CAFÉ VERDE Modelo TV-KM21** **FUENTE:** KM LTDA. PACKING SOLUTIONS, *http://www.kmltda.com/venta/empacadoras.html*
2) PESAJE CAFÉ VERDE: Establecer el peso exacto de la materia prima para mantener con esto una supervisión de la misma.	**MÁQUINA PESADORA MODELO SYRIUS 300** **FUENTE:** ITEPACP INGENIERÍA DE PROCESOS Y ENVASADOS, *http://www.itepacp.com/es/maquinaria-de-envasado/pesadoras-automaticas/pesadora-syrius-300/*
3) MÁQUINA LIMPIADORA DE GRANOS: En esta parte del proceso se limpiará el café en grano para que esté libre de impurezas.	**MÁQUINA LIMPIADORA DE GRANOS, MODELO PRE - LIMPIA** **FUENTE:** IMSA VILLA RICA PERU, *http://www.imsacafe.com/espanol/prelimpia.html*

4) ALMACENAJE DE CAFÉ VERDE: Luego de la limpieza de los granos de café verde se procederá a almacenarlo.	**DEPÓSITO PEQUEÑO PARA ALMACENAR** **FUENTE:** *THOMAS INTERNATIONAL, http://www.thomaseximp.com*
5) PILADO: En este proceso se hace el pilado del café verde en grano sacándole la cascara para tener la semilla.	**MÁQUINA PILADORA DE GRANOS, MODELO AR – 5** **FUENTE:** IMSA MAQUINARIAS PARA CAFÉ, *http://www.imsacafe.com/espanol/piladora.html*
6) SECADO: En este paso se procede a secar el café en grano.	**MÁQUINA SECADORA DE GRANOS, MODELO RI** **FUENTE:** IMSA MAQUINARIAS PARA CAFÉ, *http://www.imsacafe.com/espanol/secadora_cafeRI.html*

7) ALMACENAMIENTO DEL CAFÉ SECADO: Almacenamiento del café luego del secado de la gramínea y extracción del líquido del grano.	**ALMACENADORA DE CAFÉ SECADO** **FUENTE:** IMSA MAQUINARIAS PARA CAFÉ, *http://www.imsacafe.com/espanol/tubular.html*
8) TOSTADO: se procede a tostar los granos de café verde para obtener la materia prima lista para el proceso del producto.	**MÁQUINA TOSDADORA DE GRANOS, MODELO ERT 15** **FUENTE:** IMSA MAQUINARIAS PARA CAFÉ, *http://www.imsacafe.com/espanol/secadora_cafeRI.html*
9) PESAJE CAFÉ TOSTADO: Se procede a pesar el café tostado y tener otro control al pesado del mismo.	**PESADORA SIRYUS 4100-4HL + CINTA DESCARGA EN BANDEJAS** **FUENTE:** ITEPACP INGENIERÍA DE PROCESOS Y ENVASADOS, *http://www.itepacp.com/es/maquinaria-de-envasado/pesadoras-automaticas/pesadora-siryus-4100-4hl-cinta-descarga-en-bandejas/syrius-300/*

10) ALMACENAMIENTO CAFÉ TOSTADO: se procede a almacenar la materia prima luego del pesado del café tostado.	**DEPÓSITO PEQUEÑO PARA ALMACENAR, MARCA M-TEC, MODELO PICCOLO** **FUENTE:** *http://www.m-tec.com/es/Baustellentechnik/Silos/kleinsilos.php*
11) MOLIENDA DE CAFÉ TOSTADO: En este proceso se muele el café en grano.	**MÁQUINA MOLEDORA DE CAFÉ MARCA IMSA SV 120** **FUENTE:** IMSA MAQUINARIAS PARA CAFÉ, *http://www.imsacafe.com/espanol/molino.html*
12) TABLETEADO: Proceso de elaboración y producción de la idea del proyecto, en si la tableta de café para su posterior empaque.	**MÁQUINA TABLETEADORA MARCA KORSCH XL 400 FT** **FUENTE:** *http://www.maquinariafarmaceuticamexico.mex.tl/*

13) EMPAQUE: En este proceso de empaque se divide en 4 etapas:	* **EMPAQUE PRIMARIO:** Empaque de la tableta. *** EMPAQUE SECUNDARIO:** Empaque de tubo de la tableta. *** EMPAQUE FINAL:** Empaque de paquetes con cierto número de cajas con tabletas de K-FE *** EMPAQUE CORRUGADO.**

4.5.4. Organigrama de la empresa GALVAS S.A.

El organigrama de la empresa GALVAS S.A., tiene en su diseño a 23 colaboradores, estos colaboradores serán escalonados de acuerdo a la necesidad operativa de la industria. Contará con un directorio el cual es la piedra angular y la responsable de la creación del proyecto, está a su vez elegirá como gerente a la persona más indicada para el cargo.

Para un mejor desenvolvimiento de las operaciones de la empresa se establecerá a un **1 1 GERENTE DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD, (**función.- cumplir metas de producción y aplicar las normas de calidad para el producto).

El gerente de producción cual tendrá a su cargo a 8 personas

1 JEFE DE MANTENIMIENTO. (Encargado del mantenimiento y correcto funcionamiento de las máquinas).

1 ASISTENTE DE PRODUCCIÓN, el cual tendrá a cargo a5 Operarios.

- Operario 1.
- Operario 2.
- Operario 3.
- Operario 4.
- Operario 5.

1 ASITENTE DE BODEGA DE MATERIA PRIMA E INSUMOS. (Llevara el inventario de producto terminado y mantendrá contacto con el departamento de ventas).

1 GERENTE ADMINISTRATIVO, (Dirección del área administrativa asi como la supervisión de las tareas contables y de financiero), tendrá a su cargo el correcto desempeño de la parte administrativa. El tendrá a su cargo a 5 personas:

1 CONTADOR. (Encargado de planificar las tareas del área contable y tributarias y demás organismos de control).

- 2 Asistente.

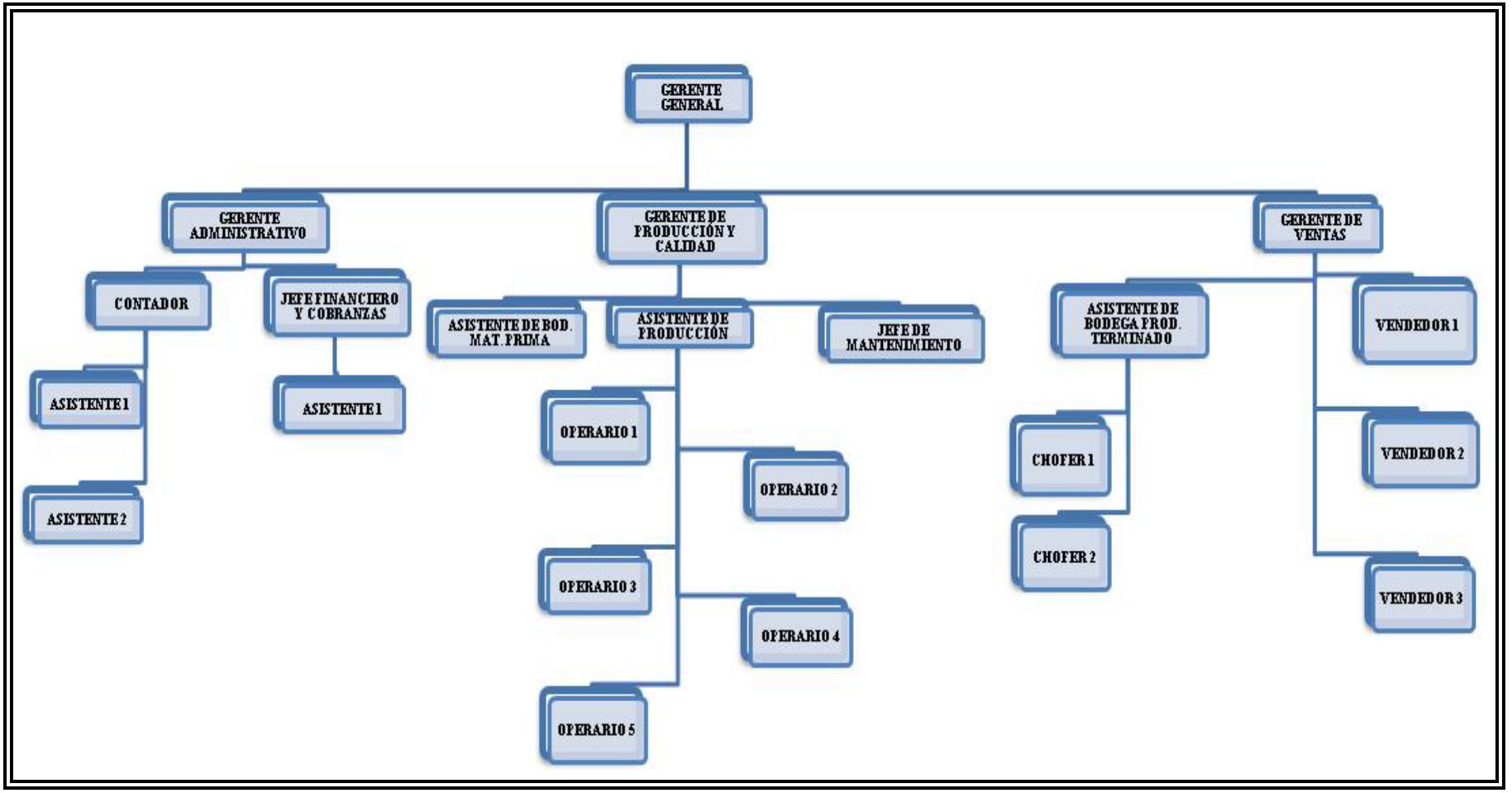
1 JÉFE FINANCIERO Y DE COBRANZAS. (Encargado de la actividad financiera, elaborar presupuestos y optimizar la recaudación de la cartera).

- 1 Asistente.

1 GERENTE DE VENTAS, (Encargado de cumplir con la meta de ventas y control de la bodega de producto terminado) Tendrá a su cargo a los 3 vendedores, 1 asistente de bodegas y tres choferes.

- Asistente de Bodega
    - Chofer 1.
    - Chofer 2.
- Vendedor 1.
- Vendedor 2.
- Vendedor 3

TABLA NO. 4.5. ORGANIGRAMA JERÁRGICO INDUSTRIA GALVAS S.A.



CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA – ECONÓMICA.

La evaluación financiera del negocio, presentada constará de algunas fases, empezando con la determinación de los activos, estableciendo el valor de la inversión en activos para la puesta en marcha del proyecto, acompañado de la tabla de depreciación y amortización de los activos. Por medio de esta tabla determinaremos en que activo se invertirá más en el proyecto. Se establecerá también el valor de la depreciación de los activos.

Mediante la determinación del nivel de inversión se procede al análisis del préstamo con alguna entidad financiera que promueva este tipo de inversión. Que dinamizan la economía local mediante la creación de nuevas plazas de trabajo así como la exploración de nuevas tendencias dentro del mercado.

Así también constará de un flujo de ingresos proyectados a 5 años, con un precio de venta que se estableció en base al análisis del precio que estarían dispuestos a pagar los consumidores, con un factor de inflación para su respectiva proyección.

En este capítulo también se estipula el nivel de costo y gastos proyectados, en un periodo de 5 años. Mediante este cálculo y el estudio de los ingresos se establecerá la utilidad que reflejará el proyecto para los 5 periodos de evaluación.

Para culminar se elaborarán los estados financieros requeridos para el análisis de la Rentabilidad del negocio, el retorno de la inversión y algunos indicadores necesarios para medir la viabilidad del proyecto.

5.1. Proyecto de Inversión.

Dentro del proyecto de inversión tenemos como referencia la tabla de depreciación y amortización en porcentajes de los activos, misma que se aplicarán al valor de adquisición de los bienes que se requieren para la operación del proyecto.

5.1.1. Depreciación de Activos.

CUADRO DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS			
ACTIVOS	**Vida Útil**	**%Dep. Anual**	**%Amort. Anual**
Edificios	20 años	5%	0%
Equipos	10 años	10%	0%
Muebles y enseres	10 años	10%	0%
Maquinaria	20 años	5%	0%
Patentes y Marcas	20 años	0%	5%
Vehículos	5 años	20%	0%
Equipos de computación	3 años	3.33%	0.00%

5.1.2. Detalle de Activos en Inversión.

El presente cuadro detalla la inversión requerida en activos para la operación del negocio, el nivel de la inversión es de $ 599.250,ºº; siendo el rubro de adecuación y decoración del local el de mayor inversión con $ 110.00,ºº. El rubro de capital de trabajo corresponde a Inventario, es el monto minino con el que empezara la Industria.

PLAN DE INVERSIONES					
DESCRIPCIÓN	**AÑO 0**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**
Adecuación y decoración del local	$ 110.000	$ 0	$ 0	$ 200	$ 300
Muebles y Enseres	$ 2.800	$ 0	$ 0	$ 500	$ 500
Equipos de oficina	$ 6.450	$ 0	$ 0	$ 1.000	$ 0
Maquinaria y Equipos	$ 105.000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Equipos de computación	$ 16.000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Vehículo	$ 36.000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Marcas y Patentes	$ 8.000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Gastos de constitución	$ 5.000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Capital de Trabajo	$ 10.000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Alquiler Edificio	$ 300.000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Total inversiones	$ 599.250	$ 0	$ 0	$ 1.700	$ 800
TOTAL INVERSIONES ACUMULADAS	**$ 599.250**	**$ 599.250**	**$ 599.250**	**$ 600.950**	**$ 601.750**

5.1.3. Detalle de Amortización y depreciación de inversión de activos.

El presente cuadro nos muestra el valor de la depreciación y amortización, dicho valor formara parte de los egresos proyectados y el valor acumulado, en el Balance general. Ambos análisis presentados más adelante.

DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN						
VIDA UTIL	**DESCRIPCION**	**AÑO 0**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**
10	MUEBLES Y ENSERES	$ 280	$ 560	$ 840	$ 1.120	$ 1.400
20	MAQUINARIA Y EQUIPOS	$ 5.250	$ 10.500	$ 15.750	$ 21.000	$ 26.250
3	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	$ 5.333	$ 10.667	$ 16.000	$ 21.333	$ 26.667
5	VEHÍCULOS	$ 7.200	$ 14.400	$ 21.600	$ 28.800	$ 36.000
20	MARCAS Y PATENTES	$ 500	$ 1.000	$ 1.500	$ 2.000	$ 2.500
5	GASTOS DE CONSTITUCIÓN (AMORT.)	$ 1.200	$ 2.400	$ 3.600	$ 4.800	$ 6.000
	TOTAL DEP.ANUAL ACUMULADA	$ 19.763	$ 39.527	$ 59.290	$ 79.053	$ 98.817
	TOTAL ACTIVOS	$ 592.250	$ 592.250	$ 592.250	$ 593.950	$ 594.750
	DEP ACUM	($ 19.763)	($ 39.527)	($ 59.290)	($ 79.053)	($ 98.817)
	TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	$ 572.487	$ 552.723	$ 532.960	$ 514.897	$ 495.933

5.2. Financiamiento.

El financiamiento del proyecto se establece una vez analizada varias alternativas que favorezcan al proyecto, para el desarrollo del préstamo se escogió la alternativa brindada por la CFN, que financian este tipo de proyectos de negocios con el nivel de inversión que requiere la misma.

A una tasa de interés del 11%, para la evaluación proyectada del proyecto se determino una tasa del 15%, tomando en consideración un incremento de 4 puntos. A un periodo de 5 años.

5.2.1. Detalle de Amortización del financiamiento.

CAPITAL DE INVERSIÓN.....		$ 599,250
MODELO DE FINANCIAMIENTO		
FONDOS PROPIOS	20%	$ 119,850
PREST. BANCARIO	80%	$ 479,400

MONTO:	$ 479,400
TASA DE INTERÉS:	15.00%
PLAZO:	5 AÑOS
DIVIDENDO:	$ 11,405

CUPON	INTERES	CAPITAL	DIVIDENDO	SALDO
0				$ 479,400
12	$ 67,253	$ 69,605	$ 136,858	$ 409,795
24	$ 56,064	$ 80,795	$ 136,859	$ 329,000
36	$ 43,076	$ 93,783	$ 136,859	$ 235,217
48	$ 28,000	$ 108,859	$ 136,859	$ 126,358
60	$ 10,500	$ 126,358		$ 0

5.3. Proyección de ingresos.

INDUSTRIA, COMERCIALIZADORA GALVAS S.A.
INGRESOS
EN DOLARES

TASA DE CRECIMIENTO		15,00%	15,00%	15,00%	15,00%
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
UNIDADES PRODUCIDAS	795.894	915.278	1.052.570	1.210.455	1.392.024
TASA INFLACIÓN		5,00%	6,00%	7,00%	8,00%
PRECIO K-FE	$ 2,60	$ 2,73	$ 2,89	$ 3,10	$ 3,34
TOTAL DE INGRESOS	$ 2.069.324	$ 2.498.709	$ 3.045.927	$ 3.748.013	$ 4.655.032

Para establecer el ingreso proyectado de la demanda se tomo como referencia la frecuencia de consumo del café, utilizando como datos primarios la pregunta 5 del formulario de encuesta.

En base a este análisis se determino un 10% del total de la población del Ecuador en edad de trabajar.

5.4. Proyección de Egresos.

La proyección de egresos que se establecen para el proyecto está acorde a los costos de mano de obra, gastos operacionales y gastos financieros incurridos en la operacionabilidad del proyecto.

DETALLE COSTO DE NÓMINA

NUMERO DE PERSONAS

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ADMINISTRATIVA	6	0	0	0	0
PRODUCCIÓN	8	0	0	0	0
COMERCIAL	9	0	0	0	0
TOTAL	**23**	**0**	**0**	**0**	**0**
		0	0	0	0

COSTO DE NÓMINA	TASA DE INFLACIÓN	7%	7%	7%	7%
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ADMINISTRATIVA	$ 4,587.42	$ 4,908.55	$ 5,252.17	$ 5,619.80	$ 6,013.18
COMERCIAL	$ 5,026.02	$ 5,377.83	$ 5,754.31	$ 6,157.10	$ 6,588.12
PRODUCCIÓN	$ 5,019.92	$ 5,371.30	$ 5,747.29	$ 6,149.63	$ 6,580.05
TOTAL COSTO DE NÓMINA	$ 14,633.36	$ 26,279.68	$ 27,375.77	$ 18,811.70	$ 19,689.27

El detalle del costo de nómina de la INDUSTRIA COMERCIALIZADORA GALVAS S.A., está valorado de forma mensual, razón por la cual en el detalle de gastos del presupuesto presentado a continuación los valores del costo se reflejarán de forma anual.

5.4.1. Proyección de costos y gastos operacionales.

INFLACIÓN		4,28%		INFLACION PROYECTADA AL MES DE JUNIO/2011		
DETALLE DE COSTOS Y GASTOS	PARCIAL	TOTAL				
		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
NÓMINA ADMINISTRACIÓN		$ 55.049	$ 57.405	$ 59.862	$ 62.424	$ 65.096
NÓMINA COMERCIALIZACIÓN		$ 60.312	$ 62.894	$ 65.586	$ 68.393	$ 71.320
NÓMINA PRODUCCIÓN		$ 60.239	$ 62.817	$ 65.506	$ 68.309	$ 71.233
ALIMENTACIÓN		$ 3.840	$ 4.004	$ 4.176	$ 4.354	$ 4.541
MOVILIZACIÓN		$ 2.400	$ 2.503	$ 2.610	$ 2.722	$ 2.838
BONO DE PRODUCCIÓN		$ 55.872	$ 58.263	$ 60.757	$ 63.357	$ 66.069
SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN		$ 20.000	$ 20.856	$ 21.749	$ 22.679	$ 23.650
AGUA	$ 4.000					
LUZ	$ 10.000					
TELÉFONO	$ 6.000					
INTERNET		$ 4.800	$ 5.005	$ 5.220	$ 5.443	$ 5.676
MOVILIZACIONES		$ 2.400	$ 2.503	$ 2.610	$ 2.722	$ 2.838
COMBUSTIBLE		$ 3.600	$ 3.754	$ 3.915	$ 4.082	$ 4.257
IMPUESTOS PREDIALES, VARIOS		$ 6.000	$ 6.257	$ 6.525	$ 6.804	$ 7.095
ALQUILER, GALPÓN, OFICINAS		$ 60.000	$ 60.000	$ 60.000	$ 60.000	$ 60.000
COMISIONES DE VENTAS		$ 60.010	$ 62.579	$ 65.257	$ 68.050	$ 70.963
BONO POR VENTAS ADMINISTRACIÓN		$ 10.347	$ 10.789	$ 11.251	$ 11.733	$ 12.235
MARKETING		$ 38.000	$ 39.626	$ 41.322	$ 43.091	$ 44.935
PRENSA, HABLADA Y ESCRITA	$ 20.000					
PUBLICIDAD; FOLLETOS, TRIPTICOS, PANCARTAS	$ 18.000					
SUMINISTROS		$ 12.000	$ 12.514	$ 13.049	$ 13.608	$ 14.190
MANTENIMIENTO DE MÁQUINAS		$ 36.000	$ 37.541	$ 39.148	$ 40.823	$ 42.570
GASTOS LEGALES Y DE MARCA		$ 10.000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
LIMPIEZA LOCALES Y OFICINA		$ 3.600	$ 3.754	$ 3.915	$ 4.082	$ 4.257
DEPRECIACIÓN & AMORTIZACIÓN PRODUCCIÓN		$ 5.250	$ 5.250	$ 5.250	$ 5.250	$ 5.250
DEPRECIACIÓN & AMORTIZACIÓN ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN		$ 14.513	$ 14.513	$ 14.513	$ 14.513	$ 14.513
GASTO DE INTERÉS		$ 67.253	$ 56.064	$ 43.076	$ 28.000	$ 10.500
TOTAL COSTOS Y GASTOS		$ 591.486	$ 588.892	$ 595.295	$ 600.440	$ 604.027

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
TOTAL INGRESOS	$ 2,069,324	$ 2,498,709	$ 3,045,927	$ 3,748,013	$ 4,655,032
TOTAL GASTOS	$ 590,741	$ 588,115	$ 594,485	$ 599,595	$ 603,146
UTILIDAD	**$ 1,478,583**	**$ 1,910,594**	**$ 2,451,442**	**$ 3,148,417**	**$ 4,051,886**

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
COSTOS DE PRODUCCIÓN UNITARIO					
PRECIO COSTO K-FE	$ 1.82	$ 1.91	$ 2.03	$ 2.17	$ 2.34
TOTAL COSTO PRODUCTO K-FE	**1,448,527**	**1,749,096**	**2,132,149**	**2,623,609**	**3,258,522**
TOTAL COSTO PRODUCCIÓN	**$ 1,448,527**	**$ 1,749,096**	**$ 2,132,149**	**$ 2,623,609**	**$ 3,258,522**
COSTOS DIRECTOS	$ 1,448,527	$ 1,749,096	$ 2,132,149	$ 2,623,609	$ 3,258,522
COSTOS INDIRECTOS	$ 342,519	$ 344,182	$ 356,345	$ 369,029	$ 382,255
TOTAL COSTOS	**$ 1,791,046**	**$ 2,093,279**	**$ 2,488,494**	**$ 2,992,638**	**$ 3,640,778**
DEPRECIACIÓN & AMORTIZACIÓN	$ 19,763	$ 19,763	$ 19,763	$ 19,763	$ 19,763
GASTOS FINANCIEROS	$ 67,253	$ 56,064	$ 43,076	$ 28,000	$ 10,500
TOTAL COSTOS Y GASTOS	**$ 1,878,062**	**$ 2,169,106**	**$ 2,551,333**	**$ 3,040,401**	**$ 3,671,041**

5.5. Estados Financieros proyectados.

A continuación la elaboración de los estados financieros proyectados de la INDUSTRIA, COMERCIALIZADORA GALVAS S.A., mediante la elaboración de los estados financieros podemos establecer la viabilidad y rentabilidad del proyecto de la nueva tableta de café "K-fe".

ESTADO DE RESULTADOS
INDUSTRIA, COMERCIALIZADORA GALVAS S.A.
PROYECCIÓN A 5 AÑOS
EN DÓLARES

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
INGRESOS	$ 2,069,324	$ 2,498,709	$ 3,045,927	$ 3,748,013	$ 4,655,032
COSTOS DIRECTOS	$ 1,448,527	$ 1,749,096	$ 2,132,149	$ 2,623,609	$ 3,258,522
MARGEN BRUTO.....	**$ 620,797**	**$ 749,613**	**$ 913,778**	**$ 1,124,404**	**$ 1,396,509**
MARGEN BRUTO %	**30%**	**30%**	**30%**	**30%**	**30%**
COSTOS INDIRECTOS	$ 342,519	$ 344,182	$ 356,345	$ 369,029	$ 382,255
UTILIDAD OPERATIVA.....	**$ 278,279**	**$ 405,430**	**$ 557,433**	**$ 755,375**	**$ 1,014,254**
MARGEN OPERAC. %	**13%**	**16%**	**18%**	**20%**	**22%**
DEPRECIACIÓN	$ 19,763	$ 19,763	$ 19,763	$ 19,763	$ 19,763
GASTOS FINANCIEROS	$ 67,253	$ 56,064	$ 43,076	$ 28,000	$ 10,500
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS.....	**$ 191,262**	**$ 329,603**	**$ 494,593**	**$ 707,612**	**$ 983,990**
PART. TRABAJADORES 15%	$ 28,689	$ 49,440	$ 74,189	$ 106,142	$ 147,599
IMPUESTO A LA RENTA 25%	$ 40,643	$ 70,041	$ 105,101	$ 150,367	$ 209,098
UTILIDAD NETA.....	**$ 121,930**	**$ 210,122**	**$ 315,303**	**$ 451,102**	**$ 627,294**
UTILIDAD NETA %.....	**6%**	**8%**	**10%**	**12%**	**13%**

FLUJO DE CAJA

INDUSTRIA, COMERCIALIZADORA GALVAS S.A.

PROYECCIÓN A 5 AÑOS

EN DÓLARES

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
FLUJO OPERATIVO					
INGRESOS	$2,069,324	$2,498,709	$3,045,927	$ 3,748,013	$4,655,032
COSTOS DIRECTOS	$1,448,527	$1,749,096	$2,132,149	$ 2,623,609	$3,258,522
COSTOS INDIRECTOS	$ 342,519	$ 344,182	$ 356,345	$ 369,029	$ 382,255
FLUJO OPERATIVO	**$ 278,279**	**$ 405,430**	**$ 557,433**	**$ 755,375**	**$1,014,254**
INGRESOS NO OPERATIVOS					
APORTE ACCIONISTA	$ 119,850				
PRESTAMO BANCARIO	$ 479,400				
FLUJO INGRESO NO OPERACIONAL	**$ 599,250**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 0**
EGRESOS NO OPERATIVOS					
INVERSIONES	$ 602,250	$ 0	$ 0	$ 1,700	$ 800
PRÉSTAMO BANCARIOS	$ 136,859	$ 136,859	$ 136,859	$ 136,859	$ 136,859
IMPUESTOS	$ 69,332	$ 119,481	$ 179,290	$ 256,509	$ 356,697
FLUJO DE EGRESO NO OPERATIVO	**$ 808,441**	**$ 256,340**	**$ 316,149**	**$ 395,068**	**$ 494,355**
FLUJO TOTAL NO OPERATIVO	**$ (209,191)**	**$ (256,340)**	**$ (316,149)**	**$ (395,068)**	**$(494,355)**
FLUJO DE CAJA	**$ 69,088**	**$ 149,091**	**$ 241,284**	**$ 360,307**	**$ 519,899**
FLUJO DE CAJA ACUMULADA	**$ 69,088**	**$ 218,178**	**$ 459,462**	**$ 819,769**	**$1,339,668**

BALANCE GENERAL
INDUSTRIA, COMERCIALIZADORA GALVAS S.A.
PROYECCIÓN A 5 AÑOS
EN DÓLARES

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ACTIVOS CORRIENTES	$ 69,088	$ 218,178	$ 459,462	$ 819,769	$1,339,668
ACTIVOS FIJOS NETOS	$ 582,487	$ 562,723	$ 542,960	$ 524,897	$ 505,933
ACTIVOS FIJOS	$ 602,250	$ 602,250	$ 602,250	$ 603,950	$ 604,750
DEP. ACUMULADA	($19,763)	($39,527)	($ 59,290)	($ 79,053)	($ 98,817)
TOTAL ACTIVOS	**$ 651,574**	**$ 780,901**	**$1,002,422**	**$1,344,665**	**$1,845,601**
PASIVOS	$ 479,400	$ 409,795	$ 329,000	$ 235,217	$ 126,358
PASIVOS CORRIENTE	$ 69,605	$ 80,795	$ 93,783	$ 108,859	$ 126,358
PASIVO A LARGO PLAZO	$ 409,795	$ 329,000	$ 235,217	$ 126,358	$ 0
PATRIMONIO					
CAPITAL (APORTE PROPIO)	$ 119,850	$ 119,850	$ 119,850	$ 119,850	$ 119,850
UTILIDAD RETENIDA	$ 0	$ 121,930	$ 332,051	$ 647,355	$1,098,457
UTILIDAD NETA	$ 121,930	$ 210,122	$ 315,303	$ 451,102	$ 627,294
PATRIMONIO	$ 241,780	$ 451,901	$ 767,205	$1,218,307	$1,845,601
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**$ 651,574**	**$ 780,901**	**$1,002,422**	**$1,344,665**	**$1,845,601**

La política de crédito, en el desarrollo del proyecto no se aplica. Manejaremos al proyecto como un corriente los pagos y cobros. Tomando en consideración que la producción de la Industria GALVAS S.A. es bajo pedido. Basándonos en este punto determinamos que el tiempo de espera en la entrega del producto se lo determina como el tiempo de crédito. La política de crédito que se establecerá para el proyecto una vez ejecutado teniendo primero como consideración, una sólida liquidez para poder suplir cualquier inconveniente. La política de crédito será, los cobros se analizarán poder tener una recuperación menor a los 45 días de crédito dependiendo del monto de la facturación. Para los pagos se acordaran créditos con nuestros proveedores lo más tardío, para no descompensar la liquidez por medio de la recuperación de las ventas.

Teniendo en claro que nuestros cobros deben tener un tiempo de recuperación mucho menor que nuestros pagos, para de esta manera mantener una liquidez financiera saludable.

5.6. Indicadores Financieros.

INDICADORES FINANCIEROS
INDUSTRIA, COMERCIALIZADORA GALVAS S.A.
PROYECCIÓN A 5 AÑOS
EN DÓLARES

INDICADORES FINANCIEROS	INV. INIC.	AÑO O	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
FLUJO DE CAJA	$(599,250)	$ 69,088	$ 149,091	$ 241,284	$360,307	$519,899
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	$(599,250)	$(530,162)	$(381,072)	$(139,788)	$220,519	$740,418

VALOR ACTUAL	$ 795,946
INVERSIÓN INICIAL	-$ 599,250
VAN (VALOR ACTUAL NETO)	**$ 196,696**
TIR (TASA INVERSIÓN REQUERIDA)	**25%**
TASA DE DESCUENTO	0.15

PAYBACK	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
FLUJO ANUAL	$ 69,088	$149,091	$241,284	$360,307	$ 519,899
FLUJO ANUAL ACUMULADO	$ 69,088	$218,178	$459,462	$819,769	$1,339,668

INVERSIÓN INICIAL	$ 602,250	
FLUJO CAJA	$ 819,769	**3er AÑO**
DIFERENCIA (VALOR INICIAL - FLUJO)	$ 241,284	
FLUJO AÑO SIGUIENTE	$1,339,668	
VALOR X MES	$ 111,639	
MESES	2	
PAYBACK	**3 AÑO Y 2 MESES**	

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE = 1 - \frac{\text{Costos Indirectos}}{\text{(Costos Directos)}}{\text{Ventas}}$$

COSTOS INDIRECTOS	$342,519
COSTOS DIRECTOS	$1,448,527
VENTAS	$2,069,324
VENTAS DE EQUILIBRIO	**$1,141,729**

CAPITAL DE TRABAJO	**Fórmula = Activos Corrientes (menos) Pasivos Corrientes**				
ACTIVOS CORRIENTE	$ 69,088	$ 218,178	$ 459,462	$ 819,769	$ 1,339,668
PASIVO CORRIENTE	$ 69,605	$ 80,795	$ 93,783	$ 108,859	$ 126,358
CAPITAL DE TRABAJO	**-$ 518**	**$ 137,383**	**$ 365,679**	**$ 710,910**	**$ 1,213,309**

ÍNDICE DE LIQUIDEZ	**Fórmula = Activos Corrientes / Pasivos Corrientes**				
INDICE DE LIQUIDEZ	0.99	2.70	4.90	7.53	10.60

ÍNDICE DE RENTABILIDAD	**IR > 1**	**IR = ∑ (Valor Presente Flujo de Caja) / Inversión Inicial**
SUMATORIA FLUJO	$ 795,946	
INVERSIÓN	$ 599,250	
INDICE DE RENTABILIDAD	**1.33**	

RR (Rentabilidad Real)	RR > Tasa descuento	**RR = (Índice de Rentabilidad – 1) x 100**
ÍNDICE DE RENTABILIDAD	**1.33**	
RR (Rentabilidad Real)	**33%**	

5.6.1. Análisis del estudio financiero.

ANÁLISIS ESTUDIO FINANCIERO
La industria GALVAS S.A., según los indicadores financieros es factible y rentable la operatividad. Teniendo en consideración que la TASA DE RETORNO (TIR), es del 25% en relación a la tasa de descuento que está en un 15%. Las proyecciones reflejan una recuperación de la inversión al 3er. Año y 2 meses, el valor de inversión inicial.

Conclusión

La tableta de café K-fe, es una necesidad en una era globalizada, en la cual las personas requieren de productos que estén a su ritmo de vida. Bajo esta visión se crea la tableta K-fe, una novedosa presentación del café, en comprimidos que facilitan su preparación.

El proyecto de negocio que se presenta también tiene como finalidad la generación de fuentes de ingresos para muchas familias ecuatorianas, entendiéndose como estas a los clientes internos (colaboradores) y los externos (proveedores). Convencidos de la oportunidad de negocio K-FE, arriesga su inversión al desarrollo productivo y económico del país.

Concluyendo, GALVAS S.A., también se proyecta como una empresa comprometida con el medio ambiente dentro de sus procesos, minimizando el impacto que este puede causar, así como también en la adquisición de sus materiales dentro del proceso, direccionándose a que sean productos reciclables.

Recomendaciones
1.- Crear mayor impulso a la zona agrícola, mejorando constante la gramínea del café. 2.- Crear campañas publicitarias, informando de las bondades del café, también de las consecuencias en su abuso y en casos especiales. 3.- Permanecer como innovadora en la industria cafetera. 4.- Fomentar la cultura de café, mediante nuevas tendencias.

Referencias bibliográficas.

1. *DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO OCEANO UNO COLOR, Edición 2002, MMII OCEANO GRUPO EDITORIAL, S.A., Barcelona, España. Pag.268.*
2. *CORONEL, Manuel,* Estudio del Café especial ecuatoriano, *Quito, 4 de noviembre del 2010.*
3. *DICCIONARIO ENCICLOPEDICO UNIVERSAL AULA, Edición 1996, Editorial Cultura, S.A., Madrid España.*
4. *CARABÁS, David, Aromas y sabores del Trópico, Primera Edición, Editorial Pleyco Editores, Aragua, Venezuela.*

Referencias Electrónicas.

1. *CASTELLÓN, Alejandro, "Beneficios del café", publicado el 27/01/2009, http://www.cosasdesalud.es/beneficios-cafe/*
2. *ALIMENTACIÓN SANA, "Las propiedades desconocidas del café", http://www.alimentacion-sana.com.ar/Portal%20nuevo/actualizaciones/cafeprop.htm*
3. *LA MESA ABIERTA, publicado el 11/05/2005, http://mesaabierta.blogspot.com/2005/05/del-kawahal-caf.html*
4. *REVISTA VIRTUAL AXOLOTL, http://revistaaxolotl.com.ar/otrassent18.htm*
5. *ZAMORANO, Ingrid, Historia del café y Economía del Café en Colombia (Ensayo), http://www.monografias.com/trabajos7/cafe/cafe.shtml*
6. *Compañía de elaborados de café, El Café C.A., http://www.cafeelcafe.com/es/default2.php?siteid=9&sec=Ecuador%20Cafetero&tit=Historia%20del%20Caf%C3%A9%20en%20Ecuador*
7. *Noticia de SI SE PUEDE ECUADOR, DE LUCA, María Fernanda, Proecuador invierte $ 10 millones en promoción, http://www.sisepuedeecuador.com/noticias/negocios/9689-proecuador-invierte-10-millones-en-promocion.html*

ANEXOS

ANEXOS CAPÍTULO II

PROCESO DE CONSTITUCIÓN SOCIEDAD ANÓNIMA.

REGISTRO MERCANTIL

REQUISITOS PARA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL

CONSTITUCIONES, AUMENTOS DE CAPITAL, REFORMA DE ESTATUTOS, FUSIONES, ESCISIONES, REACTIVACIONES, CAMBIOS DE DOMICILIO DE CUALQUIER CANTÓN , DISOLUCIONES Y LIQUIDACIONES VOLUNTARIAS, PERMISO PARA OPERAR EN EL ECUADOR O DOMICILIACIÓN:

1. Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda y tercera copias.
2. Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras o protocolizaciones, sean éstas de la Superintendencia de Bancos o de Compañías.
3. Certificado de afiliación a una de las cámaras del cantón Guayaquil, según su objeto social (Debe constar el aumento de capital si trata de aquello. Si se trata de disolución o liquidación se debe presentar el certificado de desafiliación respectivo).
4. Publicación del extracto (periódico).
5. Razones Notariales que indiquen que los Notarios han tomado nota de las resoluciones aprobatorias al margen de las matrices de las escrituras respectivas.
6. Copias de la cédula de ciudadanía y el certificado de votación del compareciente(s) (VIGENTE)
7. Certificado de inscripción en el Registro de la Dirección Financiera Tributaria del Municipio de Guayaquil (Para Constituciones).
8. Certificado de cumplimiento tributario otorgado por la Dirección Financiera Tributaria del Municipio de Guayaquil (Para actos Societarios).

NOTA: Deben constar las inscripciones anteriores en los Registros donde la Resolución así lo ordene en los casos previstos por la Ley. En caso de Disoluciones y Liquidaciones por Resolución omitir el punto (1.).

REQUISITOS PARA TRÁMITES EN EL REGISTRO MERCANTIL

INSCRIPCIÓN / RENOVACIÓN NOMBRAMIENTOS:

1. Tres (3) ejemplares mínimo con firmas originales del nombramiento por cargo.
2. Copia del acta de junta de accionistas, acta de junta de socios o acta de directorio, según corresponda.
3. Copia de la cédula de ciudadanía, identidad o pasaporte donde consten claramente el número y la firma (según corresponda o ecuatoriano o extranjero).
4. Copia de papeleta de votación (ley de elecciones) si es ecuatoriano.

EN EL NOMBRAMIENTO DEBE CONSTAR CLARAMENTE:

5. Fecha de otorgamiento.
6. Nombre de la compañía, así como los nombres y apellidos de la persona natural, o bien el nombre de la compañía en cuyo favor se lo extendiere.
7. Fecha del acuerdo o resolución del órgano estatutario que hubiere hecho la designación o en su caso, la mención de la clausura del contrato social en que ella conste.
8. Cargo o función a desempeñarse.
9. Período de duración del cargo.
10. Enunciación de que la persona natural o la compañía designada ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sola o conjuntamente con otro u otros administradores.
11. Fecha de otorgamiento de la escritura pública en que consten las atribuciones vigentes del representante legal, el notario que autorizó esa escritura y la fecha de su inscripción en el registro mercantil.
12. Nombre y firma autógrafa de la persona que extienda por la compañía el nombramiento.
13. Aceptación del cargo, al pie del nombramiento, de parte de la persona natural en cuyo favor se lo hubiere discernido, si el nombramiento se hubiera extendido a una compañía, tal aceptación la hará su representante legal a nombre de ella, en cualquier caso se indicará el lugar y fecha en que esa aceptación se hubiere producido.

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍA.

Sección VI
DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA

1. CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no.

La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima", o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determina la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente.

2. DE LA CAPACIDAD

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

3. DE LA FUNDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas.

La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública.

El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

Art. 148.- La compañía puede constituirse en un solo acto (constitución simultánea) por convenio entre los que otorguen la escritura; o en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones.

Art. 149.- Serán fundadores, en el caso de constitución simultánea, las personas que suscriban acciones y otorguen la escritura de constitución; serán promotores, en el caso de constitución sucesiva, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción.

Art. 150.- La escritura de fundación contendrá:

1.- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;

2.- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;

3.- El objeto social, debidamente concretado;

4.- Su denominación y duración;

5.- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;

6.- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;

7.- El domicilio de la compañía;

8.- La forma de administración y las facultades de los administradores;

9.- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;

10.- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;

11.- Las normas de reparto de utilidades;

12.- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,

13.- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Art. 151.- Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución.

La Superintendencia la aprobará, si se hubiere cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

La resolución en que se niegue la aprobación para la constitución de una compañía anónima debe ser motivada y de ella se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

Art. 152.- El extracto de la escritura será elaborado por la Superintendencia de Compañías y contendrá los datos que se establezcan en el reglamento que formulará para el efecto.

Art. 153.- Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contendrá además:

a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;

b) La denominación, objeto y capital social;

c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;

d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;

e) El plazo y condición de suscripción de las acciones;

f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;

g) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,

h) El domicilio de la compañía.

Art. 154.- Los suscriptores no podrán modificar el estatuto ni las condiciones de promoción antes de la autorización de la escritura definitiva.

Art. 155.- La escritura pública que contenga el convenio de promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse serán aprobados por la Superintendencia de Compañías, inscritos y publicados en la forma determinada en los Arts. 151 y 152 de esta Ley.

Art. 156.- Suscrito el capital social un notario dará fe del hecho firmando en el duplicado de los boletines de suscripción.

Los promotores convocarán por la prensa, con no menos de ocho ni más de quince días de anticipación, a la junta general constitutiva, una vez transcurrido el plazo para el pago de la parte de las acciones que debe ser cubierto para la constitución de la compañía.

Dicha junta general se ocupará de:

a) Comprobar el depósito bancario de las partes pagadas del capital suscrito;

b) Examinar y, en su caso, comprobar el avalúo de los bienes distintos del numerario que uno o más socios se hubieren obligado a aportar. Los suscriptores no tendrán derecho a votar con relación a sus respectivas aportaciones en especie;

c) Deliberar acerca de los derechos y ventajas reservados a los promotores;

d) Acordar el nombramiento de los administradores si conforme al contrato de promoción deben ser designados en el acto constitutivo; y,

e) Designar las personas que deberán otorgar la escritura de constitución definitiva de la compañía.

Art. 157.- En las juntas generales para la constitución de la compañía cada suscriptor tendrá derecho a tantos votos como acciones hayan de corresponderle con arreglo a su aportación. Los acuerdos se tomarán por una mayoría integrada, por lo menos, por la

cuarta parte de los suscriptores concurrentes a la junta, que representen como mínimo la cuarta parte del capital suscrito.

Art. 158.- Dentro de los treinta días posteriores a la reunión de la junta general, las personas que hayan sido designadas otorgarán la escritura pública de constitución conforme a lo dispuesto en el Art. 150.

Si dentro del término indicado no se celebrare la escritura de constitución, una nueva junta general designará las personas que deban otorgarla, asimismo dentro del término referido en el inciso anterior y, si dentro de este nuevo término no se celebrare dicha escritura, las personas designadas para el efecto serán sancionadas por la Superintendencia de Compañías, a solicitud de parte interesada, con una pena igual al máximo del interés convencional señalado por la Ley, computado sobre el valor del capital social y durante todo el tiempo en que hubiere permanecido omiso en el cumplimiento de su obligación; al reintegro inmediato del dinero recibido y al pago de daños y perjuicios.

Art. 159.- Es nula la compañía y no produce efecto ni aún entre los asociados si se hubiere infringido en su constitución cualquiera de las prescripciones de los Arts. 147, 151 y 162. En el caso de constitución por suscripción pública también producirá nulidad la inobservancia de cualquiera de las disposiciones de los Arts. 153, 155 y 156. Los asociados no podrán oponer esta nulidad a terceros.

4. DEL CAPITAL Y DE LAS ACCIONES

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y, luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente. Una vez que la escritura pública de aumento de capital autorizado se halle inscrita en el registro mercantil, los aumentos de capital suscrito y pagado hasta completar el capital autorizado no causarán impuestos ni derechos de inscripción, ni requerirán ningún tipo de autorización o trámite por parte de la Superintendencia de

Compañías, sin que se requiera el cumplimiento de las formalidades establecidas en el artículo 33 de esta Ley, hecho que en todo caso deberá ser informado a la Superintendencia de Compañías.

Art. 161.- Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía.

Art. 162.- En los casos en que la aportación no fuere en numerario, en la escritura se hará constar el bien en que consista tal aportación, su valor y la transferencia de dominio que del mismo se haga a la compañía, así como las acciones a cambio de las especies aportadas.

Los bienes aportados serán avaluados y los informes, debidamente fundamentados, se incorporarán al contrato.

En la constitución sucesiva los avalúos serán hechos por peritos designados por los promotores. Cuando se decida aceptar aportes en especie será indispensable contar con la mayoría de accionistas.

En la constitución simultánea las especies aportadas serán avaluadas por los fundadores o por peritos por ellos designados. Los fundadores responderán solidariamente frente a la compañía y con relación a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

En la designación de los peritos y en la aprobación de los avalúos no podrán tomar parte los aportantes.

Las disposiciones de este artículo, relativas a la verificación del aporte que no consista en numerario, no son aplicables cuando la compañía esté formada sólo por los propietarios de ese aporte.

Art. 163.- Los suscriptores harán sus aportes en dinero, mediante depósito en cuenta especial, a nombre de la compañía en promoción, bajo la designación especial de "Cuenta de Integración de Capital", la que será abierta en los bancos u otras instituciones de crédito determinados por los promotores en la escritura correspondiente.

Constituida la compañía, el banco depositario entregará el capital así integrado a los administradores que fueren designados. Si la total integración se hiciere una vez constituida definitivamente la compañía, la entrega la harán los socios suscriptores directamente a la misma.

Art. 164.- La compañía no podrá emitir acciones por un precio inferior a su valor nominal ni por un monto que exceda del capital aportado.

La emisión que viole esta norma será nula.

Art. 165.- El contrato de formación de la compañía determinará la forma de emisión y suscripción de las acciones.

La suscripción de acciones es un contrato por el que el suscribiente se compromete para con la compañía a pagar un aporte y ser miembro de la misma, sujetándose a las normas del estatuto y reglamentos, y aquélla a realizar todos los actos necesarios para la constitución definitiva de la compañía, a reconocerle la calidad de accionista y a entregarle el título correspondiente a cada acción suscrita.

Este contrato se perfecciona por el hecho de la suscripción por parte del suscriptor, sin que pueda sujetarse a condición o modalidad que, de existir, se tendrán por no escritas.

Art. 166.- La suscripción se hará constar en boletines extendidos por duplicado, que contendrán:

1.- El nombre de la compañía para cuyo capital se hace la suscripción;

2.- El número de registro del contrato social;

3.- El nombre, apellido, estado civil y domicilio del suscriptor;

4.- El número de acciones que suscribe, su clase y su valor;

5.- La suma pagada a la fecha de suscripción, forma y términos en que serán solucionados los dividendos para integrar el valor de la acción;

6.- La determinación de los bienes en el caso de que la acción haya de pagarse con éstos y no con numerario;

7.- La declaración expresa de que el suscriptor conoce los estatutos y los acepta; y,

8.- La fecha de suscripción y la firma del suscriptor y del gerente o promotor autorizado.

Art. 167.- Los promotores y fundadores, así como los administradores de la compañía, están obligados a canjear al suscriptor el certificado de depósito bancario con un certificado provisional por las cantidades que fueren pagadas a cuenta de las acciones suscritas, certificados o resguardos que podrán amparar una o varias acciones.

Estos certificados provisionales o resguardos expresarán:

1.- El nombre y apellido, nacionalidad y domicilio del suscriptor;

2.- La fecha del contrato social y el nombre de la compañía;

3.- El valor pagado y el número de acciones suscritas; y,

4.- La indicación, en forma ostensible, de "provisionales".

Estos certificados podrán ser inscritos y negociados en las bolsas de valores del país, para lo cual deberá claramente expresar el capital suscrito que represente y el plazo para su pago, el cual en todo caso no podrá exceder de dos años contados desde su emisión.

Para los certificados que se negocien en bolsa, no se aplicará lo dispuesto en la segunda frase del artículo 218 de esta Ley.

Art. 168.- Las acciones serán nominativas.

La compañía no puede emitir títulos definitivos de las acciones que no estén totalmente pagadas.

Las acciones cuyo valor ha sido totalmente pagado se llaman liberadas.

Art. 169.- Es nula la emisión de certificados de acciones o de acciones que no representen un efectivo aporte patrimonial o que se hubieren hecho antes de la inscripción del contrato de compañía.
Art. 170.- Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto.

Las acciones ordinarias confieren todos los derechos fundamentales que en la ley se reconoce a los accionistas.

Las acciones preferidas no tendrán derecho a voto, pero podrán conferir derechos especiales en cuanto al pago de dividendos y en la liquidación de la compañía.

Será nula toda preferencia que tienda al pago de intereses o dividendos fijos, a excepción de dividendos acumulativos.
Art. 171.- El monto de las acciones preferidas no podrá exceder del cincuenta por ciento del capital suscrito de la compañía.
Art. 172.- Es prohibido a la compañía constituir o aumentar el capital mediante aportaciones recíprocas en acciones de propia emisión, aun cuando lo hagan por interpuesta persona.
Art. 173.- Los títulos correspondientes a las acciones suscritas en el acto de constitución de la compañía, serán expedidos dentro de los sesenta días siguientes a la inscripción del contrato en el Registro Mercantil. En la constitución sucesiva de una compañía, los títulos se expedirán dentro de los ciento ochenta días siguientes a la inscripción en el Registro Mercantil de la escritura de constitución definitiva.

Antes de obtener la aprobación definitiva de la Superintendencia de Compañías para la constitución de la compañía, solamente se otorgarán certificados provisionales o resguardos. Los títulos de acción conferidos antes de la inscripción de la escritura de constitución o del contrato en que se aumente el capital son nulos.
Art. 174.- Si en el acto constitutivo no se hubiere reglamentado la emisión de acciones, lo hará la junta general de accionistas o el órgano competente. En todo caso, el reglamento expresará: el número y clase de acciones que se emitan; el precio de cada acción; la forma y plazo en que debe cubrirse el valor de las acciones y las demás estipulaciones que se estimaren necesarias. Si el pago se hiciere a plazos, se pagará por

lo menos la cuarta parte del valor de la acción al momento de suscribirla. Si el aporte fuere en bienes que no consistan en dinero, se estará, en cuanto a la entrega, a lo estipulado en el contrato social.

Art. 175.- Siempre que se haya pagado el cincuenta por ciento, por lo menos, del capital inicial o del aumento anterior, la compañía podrá acordar un aumento del capital social. Los accionistas que estuvieren en mora del pago de la suscripción anterior no podrán ejercer el derecho preferente previsto en el Art. 181, mientras no hayan pagado lo que estuvieren adeudando por tal concepto.

Art. 176.- Los títulos de acción estarán escritos en idioma castellano y contendrán las siguientes declaraciones:

1.- El nombre y domicilio principal de la compañía;

2.- Las cifras representativas del capital autorizado, capital suscrito y el número de acciones en que se divide el capital suscrito;

3.- El número de orden de la acción y del título, si éste representa varias acciones, y la clase a que pertenece;

4.- La fecha de la escritura de constitución de la compañía, la notaría en que se la otorgó y la fecha de inscripción en el Registro Mercantil, con la indicación del tomo, folio y número;

5.- La indicación del nombre del propietario de las acciones;

6.- Si la acción es ordinaria o preferida y, en este caso, el objeto de la preferencia;

7.- La fecha de la expedición del título; y,

8.- La firma de la persona o personas autorizadas.

Art. 177.- Los títulos y certificados de acciones se extenderán en libros talonarios correlativamente numerados. Entregado el título o el certificado al accionista, éste suscribirá el correspondiente talonario. Los títulos y certificados nominativos se inscribirán, además, en el Libro de Acciones y Accionistas, en el que se anotarán las

sucesivas transferencias, la constitución de derechos reales y las demás modificaciones que ocurran respecto al derecho sobre las acciones.

Art. 178.- La acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionista y le atribuye, como mínimo, los derechos fundamentales que de ella se derivan y se establecen en esta Ley.

Art. 179.- La acción es indivisible. En consecuencia, cuando haya varios propietarios de una misma acción, nombrarán un apoderado o en su falta un administrador común; y, si no se pusieren de acuerdo, el nombramiento será hecho por el juez a petición de cualquiera de ellos.

Los copropietarios responderán solidariamente frente a la compañía de cuantas obligaciones se deriven de la condición de accionista.

Art. 180.- En el caso de usufructo de acciones la calidad de accionista reside en el nudo propietario; pero el usufructuario tendrá derecho a participar en las ganancias sociales obtenidas durante el período de usufructo y que se repartan dentro del mismo. El ejercicio de los demás derechos de accionista corresponde, salvo disposición contraria del contrato social, al nudo propietario.

Cuando el usufructo recayere sobre acciones no liberadas, el usufructuario que desee conservar su derecho deberá efectuar el pago de los dividendos pasivos, sin perjuicio de repetir contra el nudo propietario al término del usufructo. Si el usufructuario no cumpliere esa obligación, la compañía deberá admitir el pago hecho por el nudo propietario.

Art. 181.- Los accionistas tendrán derecho preferente, en proporción a sus acciones, para suscribir las que se emitan en cada caso de aumento de capital suscrito. Este derecho se ejercitará dentro de los treinta días siguientes a la publicación por la prensa del aviso del respectivo acuerdo de la junta general, salvo lo dispuesto en el Art. 175.

El derecho preferente para la suscripción de acciones podrá ser incorporado en un valor denominado certificado de preferencia. Dicho certificado podrá ser negociado libremente, en bolsa o fuera de ella.

Dichos certificados darán derecho a sus titulares o adquirentes a suscribir las acciones determinadas en el certificado, en las mismas condiciones que señala la Ley, con el estatuto y las resoluciones de la compañía, dentro del plazo de vigencia.

Los certificados deberán ser puestos a disposición de los accionistas que consten en el libro de acciones y accionistas dentro de los quince días hábiles siguientes a la fecha del acuerdo de aumento de capital.

Art. 182.- La compañía podrá acordar el aumento del capital social mediante emisión de nuevas acciones o por elevación del valor de las ya emitidas.

Art. 183.- El pago de las aportaciones que deban hacerse por la suscripción de las nuevas acciones podrá realizarse:

1.- En numerario, o en especie, si la junta general hubiere aprobado aceptarla y hubieren sido legalmente aprobados los avalúos conforme a lo dispuesto en los Arts. 156, 157 y 205;

2.- Por compensación de créditos;

3.- Por capitalización de reservas o de utilidades; y,

4.- Por la reserva o superávit proveniente de la revalorización de activos, con arreglo al reglamento que expedirá la Superintendencia de Compañías.

Para que se proceda al aumento de capital deberá pagarse, al realizar dicho aumento, por lo menos el 25% del valor del mismo.

La junta general que acordare el aumento de capital establecerá las bases de las operaciones que quedan enumeradas.

Art. 184.- El aumento de capital por elevación del valor de las acciones requiere el consentimiento unánime de los accionistas si han de hacerse nuevas aportaciones en numerario o en especie. Se requerirá unanimidad de la junta si el aumento se hace por capitalización de utilidades. Pero, si las nuevas aportaciones se hicieren por capitalización de reserva o por compensación de créditos, se acordarán por mayoría de votos.

Art. 185.- Cuando las nuevas acciones sean ofrecidas a la suscripción pública, los administradores de la compañía publicarán, por la prensa, el aviso de promoción que contendrá:

1.- La serie y clase de acciones existentes;

2.- El nombre del o de los representantes autorizados;

3.- El derecho preferente de suscripción de los anteriores accionistas;

4.- El resultado de la cuenta de pérdidas y ganancias aprobada en el último balance;

5.- El contenido del acuerdo de emisión de las nuevas acciones y, en especial, la cifra del aumento, el valor nominal de cada acción y su tipo de emisión, así como los derechos atribuidos a las acciones preferentes, si las hubiere. En caso de que se determinare que debe hacerse un aporte al fondo de reserva, deberá expresarse; y,

6.- El plazo de suscripción y pago de las acciones.

Art. 186.- En los estatutos de la compañía se podrá acordar la emisión de acciones preferidas y los derechos que éstas confieren. Pero el cambio de tipo de las acciones implicará reforma del contrato social.

Art. 187.- Se considerará como dueño de las acciones a quien aparezca como tal en el Libro de Acciones y Accionistas.

Art. 188.- La propiedad de las acciones se transfiere mediante nota de cesión firmada por quien la transfiere o la persona o casa de valores que lo represente. La cesión deberá hacerse constar en el título correspondiente o en una hoja adherida al mismo; sin embargo, para los títulos que estuvieren entregados en custodia en un depósito centralizado de compensación y liquidación, la cesión podrá hacerse de conformidad con los mecanismos que se establezcan para tales depósitos centralizados.

Art. 189.- La transferencia del dominio de acciones no surtirá efecto contra la compañía ni contra terceros, sino desde la fecha de su inscripción en el Libro de Acciones y Accionistas.

Esta inscripción se efectuará válidamente con la sola firma del representante legal de la compañía, a la presentación y entrega de una comunicación firmada conjuntamente por cedente y cesionario; o de comunicaciones separadas suscritas por cada uno de ellos, que den a conocer la transferencia; o del título objeto de la cesión. Dichas comunicaciones o el título, según fuere del caso; se archivarán en la compañía. De haberse optado por la presentación y entrega del título objeto de la cesión, éste será anulado y en su lugar se emitirá un nuevo título a nombre del adquirente.

En el caso de acciones inscritas en una bolsa de valores o inmovilizadas en el depósito centralizado de compensación y liquidación de valores, la inscripción en el libro de acciones y accionistas será efectuada por el depósito centralizado, con la sola presentación del formulario de cesión firmado por la casa de valores que actúa como agente. El depósito centralizado mantendrá los archivos y registros de las transferencias y notificará trimestralmente a la compañía, para la cual llevará el libro de acciones y accionistas, la nómina de sus accionistas. Además, a solicitud hecha por la compañía notificará en un período no mayor a tres días.

El retardo en inscribir la transferencia hecha en conformidad con los incisos anteriores, se sancionará con multa del dos por ciento sobre el valor nominal del título transferido, que el Superintendente de Compañías impondrá, a petición de parte al representante legal de la respectiva empresa.

Prohíbese establecer requisitos o formalidades para la transferencia de acciones, que no estuvieren expresamente señalados en esta Ley, y cualquier estipulación estatutaria o contractual que los establezca no tendrá valor alguno.

Art. 190.- En el caso de adjudicación de acciones por partición judicial o venta forzosa, el juez firmará las notas y avisos respectivos. Si se tratare de partición extrajudicial, firmarán dichas notas y traspasos todas las partes que hubieren intervenido en ella o un apoderado. En estos casos deberá presentarse a la compañía copia auténtica del instrumento en que consten la partición y adjudicación.

Los herederos de un accionista podrán pedir a la compañía que se haga constar en el Libro de Acciones y Accionistas la transmisión de las acciones a favor de todos ellos, presentando una copia certificada de inscripción de la sentencia de posesión efectiva de

la herencia. Firmarán las notas y avisos respectivos todos ellos e intervendrán en su nombre, y, mientras no se realice la partición, el apoderado o en su falta el administrador común de los bienes relictos si los hubiere y, en caso contrario, el o los herederos que hubieren obtenido la posesión efectiva.

En general estos títulos se transferirán en la misma forma que los títulos de crédito, salvo las disposiciones expresas de esta Ley.

Art. 191.- El derecho de negociar las acciones libremente no admite limitaciones.

Art. 192.- La compañía anónima puede adquirir sus propias acciones por decisión de la junta general, en cuyo caso empleará en tal operación únicamente fondos tomados de las utilidades líquidas y siempre que las acciones estén liberadas en su totalidad.

Mientras estas acciones estén en poder de la compañía quedan en suspenso los derechos inherentes a las mismas.

También se necesitará decisión de la junta general para que estas acciones vuelvan a la circulación.

Art. 193.- No podrá la compañía hacer préstamos o anticipos sobre las acciones que hubiere emitido, salvo el caso previsto en el Art. 297 de esta Ley.

Art. 194.- En caso de acciones dadas en prenda corresponderá al propietario de éstas, salvo estipulación en contrario entre los contratantes, el ejercicio de los derechos de accionista. El acreedor prendario queda obligado a facilitar el ejercicio de esos derechos presentando las acciones a la compañía cuando este requisito fuese necesario para tal ejercicio.

El deudor prendario recibirá los dividendos, salvo estipulación en contrario.

Art. 195.- El certificado provisional y las acciones darán derecho al titular o accionista a percibir dividendos en proporción a la parte pagada del capital suscrito a la fecha del balance.

Art. 196.- La amortización de las acciones, o sea el pago del valor de las mismas y su retiro de la circulación en el mercado, se hará con utilidades repartibles y sin disminución del capital social, cuando la junta general de accionistas acordare dicha amortización, siempre que las acciones amortizables se hallaren íntegramente pagadas.

Si la amortización fuere a cargo del capital, se requerirá, previamente, el acuerdo de su reducción, tomado en la forma que esta Ley indica para la reforma del contrato social.

La amortización de acciones no podrá exceder del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Art. 197.- Si una acción o un certificado provisional se extraviaren o destruyeren, la compañía podrá anular el título previa publicación que efectuará por tres días consecutivos en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la misma, publicación que se hará a costa del accionista. Una vez transcurridos treinta días, contados a partir de la fecha de la última publicación, se procederá a la anulación del título, debiendo conferirse uno nuevo al accionista.

La anulación extinguirá todos los derechos inherentes al título o certificado anulado.

Art. 198.- Cuando las pérdidas alcancen al cincuenta por ciento o más del capital suscrito y el total de las reservas, la compañía se pondrá necesariamente en liquidación, si los accionistas no proceden a reintegrarlo o a limitar el fondo social al capital existente, siempre que éste baste para conseguir el objeto de la compañía.

Art. 199.- La reducción de capital suscrito, que deberá ser resuelta por la junta general de accionistas, requerirá de aprobación de la Superintendencia de Compañías, la que deberá negar su aprobación a dicha reducción si observare que el capital disminuido es insuficiente para el cumplimiento del objeto social u ocasionare perjuicios a terceros. Para este efecto, la Superintendencia dispondrá la publicación por tres veces consecutivas de un aviso sobre la reducción pretendida, publicación que se hará en uno de los periódicos de mayor circulación en el lugar o lugares en donde ejerza su actividad la compañía.

Si transcurridos seis días desde la última publicación no se presentare reclamación de terceros, el Superintendente podrá autorizar la reducción de capital.

5. DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS PROMOTORES, FUNDADORES Y ACCIONISTAS

Art. 200.- Las compañías anónimas considerarán como socio al inscrito como tal en el libro de acciones y accionistas.

Art. 201.- Los fundadores y promotores son responsables, solidaria e ilimitadamente, frente a terceros, por las obligaciones que contrajeren para constituir la compañía, salvo el derecho de repetir contra ésta una vez aprobada su constitución.

Son de su cuenta y riesgo los actos y gastos necesarios para la constitución de la compañía. Si no llegare a constituirse por cualquier causa, no pueden repetirlos contra los suscriptores de acciones, y estarán obligados a la restitución de todas las sumas que hubieren recibido de éstos.

Los fundadores y promotores son también responsables, solidaria e ilimitadamente con los primeros administradores, con relación a la compañía y a terceros:

1.- Por la verdad de la suscripción y entrega de la parte de capital social recibido;

2.- Por la existencia real de las especies aportadas y entregadas;

3.- Por la verdad de las publicaciones de toda clase realizadas para la constitución de la compañía;

4.- Por la inversión de los fondos destinados a gastos de constitución; y,

5.- Por el retardo en el otorgamiento de la escritura de constitución definitiva, si les fuese imputable.

Art. 202.- Los fundadores y promotores están obligados a realizar todo lo necesario para la constitución legal y definitiva de la compañía y a entregar a los administradores todos los documentos y la correspondencia relativos a dicha constitución.

Deberán entregar también los bienes en especie y el dinero recibido en pago de la integración inicial de las acciones. Los administradores exigirán el cumplimiento de estas obligaciones a los fundadores y promotores.

Art. 203.- Los fundadores y promotores podrán reservarse en el acto de constitución de la compañía o en la escritura de promoción, según el caso, remuneraciones o ventajas cuyo valor en conjunto no exceda del diez por ciento de los beneficios netos según

balance, y por un tiempo determinado, no mayor de la tercera parte del de duración de la compañía.

Será nula la retribución mediante la entrega de acciones o de obligaciones, pero podrá constar en los títulos denominados "partes beneficiarias" de los que trata esta Ley.

No se reputa premio el reembolso de los gastos realmente hechos para la constitución de la compañía.

Art. 204.- Los actos realizados durante el proceso de constitución y hasta la inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil se reputan actos de la compañía, y la obligan siempre que ésta los ratifique expresamente. En caso contrario responderán por ellos los fundadores y promotores, solidaria e ilimitadamente.

Art. 205.- Los promotores están obligados a convocar una junta general en el plazo máximo de seis meses contados a partir de la fecha del otorgamiento de la escritura de promoción, junta que resolverá acerca de la constitución definitiva de la compañía y además, sobre los siguientes aspectos:

1.- Aprobación de las gestiones realizadas hasta entonces por los promotores;

2.- Aprobación de los avalúos que hubieren presentado los peritos sobre las aportaciones no hechas en dinero, o rectificación de sus informes;

3.- Aprobación de la retribución acordada para los promotores;

4.- Nombramiento de las personas encargadas de la administración; y,

5.- Designación de las personas encargadas de otorgar la escritura de constitución definitiva de la compañía.

Art. 206.- Si el suscriptor no cumpliere sus obligaciones de aportación, los promotores podrán exigirle judicialmente el cumplimiento; podrán también tenerse por no suscritas las acciones, y, en ambos casos, tendrán derecho a exigir el resarcimiento de daños y perjuicios. Una vez constituida la compañía este derecho le corresponderá a ella.

Art. 207.- Son derechos fundamentales del accionista, de los cuales no se le pueden privar:

1.- La calidad de socio;

2.- Participar en los beneficios sociales, debiendo observarse igualdad de tratamiento para los accionistas de la misma clase;

3.- Participar, en las mismas condiciones establecidas en el numeral anterior, en la distribución del acervo social, en caso de liquidación de la compañía;

4.- Intervenir en las juntas generales y votar cuando sus acciones le concedan el derecho a voto, según los estatutos.

La Superintendencia de Compañías controlará que se especifique la forma de ejercer este derecho, al momento de tramitar la constitución legal de una compañía o cuando se reforme su estatuto. El accionista puede renunciar a su derecho a votar, en los términos del Art. 11 del Código Civil.

5.- Integrar los órganos de administración o de fiscalización de la compañía si fueren elegidos en la forma prescrita por la ley y los estatutos;

6.- Gozar de preferencia para la suscripción de acciones en el caso de aumento de capital;

7.- Impugnar las resoluciones de la junta general y demás organismos de la compañía en los casos y en la forma establecida en los Arts. 215 y 216.

No podrá ejercer este derecho el accionista que estuviere en mora en el pago de sus aportes; y,

8.- Negociar libremente sus acciones.

Art. 208.- La distribución de las utilidades al accionista se hará en proporción al valor pagado de las acciones. Entre los accionistas sólo podrá repartirse el resultante del beneficio líquido y percibido del balance anual. No podrá pagárseles intereses.

Art. 209.- Acordada por la junta general la distribución de utilidades, los accionistas adquieren frente a la compañía un derecho de crédito para el cobro de los dividendos que les correspondan.

Art. 210.- Las acciones con derecho a voto lo tendrán en proporción a su valor pagado.

Es nulo todo convenio que restrinja la libertad de voto de los accionistas que tengan derecho a votar.

Art. 211.- Los accionistas podrán hacerse representar en la junta general por persona extraña, mediante carta dirigida al gerente, a menos que los estatutos dispongan otra cosa. No podrán ser representantes de los accionistas los administradores y los comisarios de la compañía.

Art. 212.- Si dentro del plazo que fija esta Ley no hubiere conocido la junta general de accionistas el balance anual, o no hubiere deliberado sobre la distribución de utilidades, cualquier accionista podrá pedir a los administradores de la compañía o a los comisarios que convoquen a junta general para dicho objeto, y, si dicha convocatoria no tuviere lugar en el plazo de quince días, cualquier accionista podrá pedir a la Superintendencia de Compañías que convoque a la junta general, acreditando ante ella su calidad de accionista.

Art. 213.- El o los accionistas que representen por lo menos el veinticinco por ciento del capital social podrán pedir, por escrito, en cualquier tiempo, al administrador o a los organismos directivos de la compañía, la convocatoria a una junta general de accionistas para tratar de los asuntos que indiquen en su petición.

Si el administrador o el organismo directivo rehusare hacer la convocatoria o no la hicieren dentro del plazo de quince días, contados desde el recibo de la petición, podrán recurrir al Superintendente de Compañías, solicitando dicha convocatoria.

Art. 214.- Cualquier accionista podrá denunciar por escrito, ante los comisarios, los hechos que estime irregulares en la administración; y los comisarios, a su vez, deberán mencionar las denuncias en sus informes a las juntas generales de accionistas, formulando acerca de ellas las consideraciones y proposiciones que estimen pertinentes.

Art. 215.- Los accionistas que representen por lo menos la cuarta parte del capital social podrán impugnar, según las normas de esta Ley y dentro de los plazos que establece, los acuerdos de las juntas generales o de los organismos de administración que no se hubieren adoptado de conformidad con la ley o el estatuto social, o que lesionen, en beneficio de uno o varios accionistas, los intereses de la compañía. Se ejercitará este derecho conforme a lo dispuesto en el Art. 249.

Art. 216.- La acción de impugnación de los acuerdos o resoluciones a que se refiere el artículo anterior deberá ejercitarse en el plazo de treinta días a partir de la fecha del acuerdo o resolución.

No queda sometida a estos plazos de caducidad la acción de nulidad de los acuerdos contrarios a la Ley. Las acciones se presentarán ante la Corte Superior del domicilio principal de la compañía, tribunal que las tramitará verbal y sumariamente. Las acciones serán deducidas por una minoría que represente por lo menos la cuarta parte del capital social.

De la sentencia pronunciada por la Corte Superior podrá interponerse el recurso de casación ante la Corte Suprema de Justicia.

Art. 217.- Ningún accionista podrá ser obligado a aumentar su aporte, salvo disposición en contrario de los estatutos.

Art. 218.- El accionista debe aportar a la compañía la porción de capital por él suscrito y no desembolsado, en la forma prevista en el estatuto o, en su defecto, de acuerdo con lo que dispongan las juntas generales. El accionista es personalmente responsable del pago íntegro de las acciones que haya suscrito, no obstante cualquier cesión o traspaso que de ellas haga.

Art. 219.- La compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada:

1.- Reclamar por la vía verbal sumaria el cumplimiento de esta obligación y el pago del máximo del interés convencional desde la fecha de suscripción;

2.- Proceder ejecutivamente contra los bienes del accionista, sobre la base del documento de suscripción, para hacer efectiva la porción de capital en numerario no entregada y sus intereses según el numeral anterior; o,

3.- Enajenar los certificados provisionales por cuanta y riesgo del accionista moroso.

Cuando haya de procederse a la venta de los certificados, la enajenación se verificará por intermedio de un martillador público o de un corredor titulado. Para la entrega del título se sustituirá el original por un duplicado. La persona que adquiera los certificados

acciones se subrogará en todos los derechos y obligaciones del accionista, quedando éste subsidiariamente responsable del cumplimiento de dichas obligaciones. Si la venta no se pudiere efectuar, se rescindirá el contrato respecto al accionista moroso y la acción será anulada, con la consiguiente reducción del capital, quedando en beneficio de la compañía las cantidades ya percibidas por ella, a cuenta de la acción. La anulación se publicará expresando el número de la acción anulada.

Los estatutos pueden establecer cláusulas penales para los suscriptores morosos.

Art. 220.- Los accionistas responderán ante los acreedores de la compañía en la medida en que hubieren percibido pagos de la misma con infracción de las disposiciones de esta Ley. Este precepto no será aplicable cuando de buena fe hubieren percibido cantidades como participación de los beneficios.

La compañía por su parte, tampoco podrá reclamar cantidades que los accionistas hubieren percibido de buena fe como participación de los beneficios.

Los derechos de que se trata en este artículo prescribirán en cinco años contados desde la recepción del pago.

Art. 221.- Los derechos de terceros y los derechos de crédito de los accionistas frente a la compañía no pueden ser afectados por los acuerdos de la junta general.

Será nula toda cláusula o pacto que suprima o disminuya los derechos atribuidos a las minorías por la Ley.

También serán nulos, salvo en los casos que la Ley determine, los acuerdos o cláusulas que supriman derechos conferidos por ella a cada accionista.

6. DE LAS PARTES BENEFICIARIAS

Art. 222.- Las compañías anónimas podrán emitir, en cualquier tiempo, partes beneficiarias, las que únicamente conferirán a su titular un derecho a participar en las utilidades anuales de la compañía, en la proporción que se establezca en el título y de acuerdo a lo determinado a este respecto en la Ley y los estatutos de la compañía.

El plazo de duración de las partes beneficiarias no podrá exceder de quince años, contados a partir de la fecha de expedición del título.

El porcentaje de participación en las utilidades que se asigne en favor de las partes beneficiarias no podrá exceder, en ningún caso, del diez por ciento de los beneficios anuales de la compañía. Los titulares de las partes beneficiarias tendrán derecho a percibir el porcentaje que se le hubiere asignado sobre las utilidades, con preferencia a cualquier clase de accionistas de la compañía y una vez que se hubiere hecho la provisión legal para el fondo de reserva de la misma.

Art. 223.- El título representativo de la parte beneficiaria estará escrito en idioma castellano y contendrá:

a) El nombre de la compañía;

b) La cifra indicativa del capital suscrito de la compañía emisora y el pagado a la fecha de la expedición del título;

c) El porcentaje de utilidades que se reconozcan y el plazo de vigencia de este derecho;

d) La indicación de si el título es nominativo o al portador y, en el primer caso, el nombre del beneficiario;

e) Los principales derechos y obligaciones del dueño del título, así como la transcripción de las normas que, con relación a las partes beneficiarias, se hubieren establecido en los estatutos de la compañía;

f) La fecha de expedición del título; y,

g) La firma de la persona o personas autorizadas para representar a la compañía.

Art. 224.- En caso de extravío o destrucción de un título de parte beneficiaria se seguirá el procedimiento señalado en el Art. 197.

Art. 225.- Declarada la disolución de la compañía terminará el derecho de las partes beneficiarias a percibir los beneficios que se les hubiere asignado. No obstante, sus

titulares tendrán derecho a exigir el pago de los beneficios no percibidos hasta la fecha de la disolución.

Art. 226.- Los titulares de las partes beneficiarias no gozarán de los derechos que esta Ley establece para los accionistas.

Art. 227.- Los titulares de partes beneficiarias que representen por lo menos los dos tercios de los tenedores de las mismas podrán impugnar ante el juez de lo civil del domicilio de la compañía los acuerdos tomados por los órganos de ésta, cuando tuvieren por objeto lesionar maliciosamente sus intereses, o cuando no hubieren sido adoptados de acuerdo a la Ley o al estatuto social.

Para ejercitar este derecho depositarán los títulos de las partes beneficiarias en el juzgado, debiendo entregárseles un certificado que acredite este hecho. Los títulos depositados no se devolverán hasta la terminación del juicio.

La acción referida en el inciso primero de este artículo deberá ejercitarse en el plazo de treinta días contados a partir de la fecha del acuerdo.

Con el certificado conferido podrá el beneficiario reclamar el porcentaje de la utilidad.

Art. 228.- Para la determinación de las utilidades anuales correspondientes a los titulares de las partes beneficiarias se tomarán, como base, las declaraciones formuladas por la compañía para el pago del impuesto a la renta.

Art. 229.- Las utilidades provenientes de las partes beneficiarias no se tomarán en consideración para el pago de las indemnizaciones a las que se refiere el Art. 95 del Código del Trabajo.

7. DE LA JUNTA GENERAL

Art. 230.- La junta general formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

Art. 231.- La junta general tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue convenientes en defensa de la compañía.

Es de competencia de la junta general:

1.- Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos de la compañía, comisarios, o cualquier otro personero o funcionario cuyo cargo hubiere sido creado por el estatuto, y designar o remover a los administradores, si en el estatuto no se confiere esta facultad a otro organismo;

2.- Conocer anualmente las cuentas, el balance, los informes que le presentaren los administradores o directores y los comisarios acerca de los negocios sociales y dictar la resolución correspondiente. Igualmente conocerá los informes de auditoría externa en los casos que proceda. No podrán aprobarse ni el balance ni las cuentas si no hubieren sido precedidos por el informe de los comisarios;

3.- Fijar la retribución de los comisarios, administradores e integrantes de los organismos de administración y fiscalización, cuando no estuviere determinada en los estatutos o su señalamiento no corresponda a otro organismo o funcionario;

4.- Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales;

5.- Resolver acerca de la emisión de las partes beneficiarias y de las obligaciones;

6.- Resolver acerca de la amortización de las acciones;

7.- Acordar todas las modificaciones al contrato social; y,

8.- Resolver acerca de la fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación de la compañía; nombrar liquidadores, fijar el procedimiento para la liquidación, la retribución de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación.

Art. 232.- La junta general de la que tratan los Arts. 156 y 157 en los casos de constitución sucesiva de la compañía, cumplirá las obligaciones que en esos artículos se expresan.

Art. 233.- Las juntas generales de accionistas son ordinarias y extraordinarias. Se reunirán en el domicilio principal de la compañía, salvo lo dispuesto en el Art. 238. En caso contrario serán nulas.

Art. 234.- Las juntas generales ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para considerar los asuntos especificados en los numerales 2o., 3o. y 4o. del Art. 231 y cualquier otro asunto puntualizado en el orden del día, de acuerdo con la convocatoria.

La junta general ordinaria podrá deliberar sobre la suspensión y remoción de los administradores y más miembros de los organismos de administración creados por el estatuto, aun cuando el asunto no figure en el orden del día.

Art. 235.- Las juntas generales extraordinarias se reunirán cuando fueren convocadas para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria.

Art. 236.- La junta general, sea ordinaria o extraordinaria, será convocada por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación por lo menos al fijado para su reunión, y por los demás medios previstos en los estatutos, sin perjuicio de lo establecido en el Art. 213.

La convocatoria debe señalar el lugar, día y hora y el objeto de la reunión. Toda resolución sobre asuntos no expresados en la convocatoria será nula.

En caso de urgencia los comisarios pueden convocar la junta general.

Art. 237.- Si la junta general no pudiere reunirse en primera convocatoria por falta de quórum, se procederá a una segunda convocatoria, la que no podrá demorarse más de treinta días de la fecha fijada para la primera reunión.

La junta general no podrá considerarse constituida para deliberar en primera convocatoria si no está representada por los concurrentes a ella, por lo menos la mitad del capital pagado.

Las juntas generales se reunirán, en segunda convocatoria, con el número de accionistas presentes. Se expresará así en la convocatoria que se haga.

En la segunda convocatoria no podrá modificarse el objeto de la primera convocatoria.

Art. 238.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar,

dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado, y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Sin embargo, cualquiera de los asistentes puede oponerse a la discusión de los asuntos sobre los cuales no se considere suficientemente informado.

Art. 239.- Antes de declararse instalada la junta general de accionistas el secretario formará la lista de asistentes.

El secretario incluirá en la lista a los tenedores de las acciones que constaren como tales en el libro de acciones y accionistas.

El secretario de la junta, al formular la lista, anotará los nombres de los accionistas presentes y representados, la clase y valor de las acciones y el número de votos que les corresponda, dejando constancia, con su firma y la del presidente de la junta, del alistamiento total que hiciere.

Art. 240.- Para que la junta general ordinaria o extraordinaria pueda acordar válidamente el aumento o disminución del capital, la transformación, la fusión, escisión, la disolución anticipada de la compañía, la reactivación de la compañía en proceso de liquidación, la convalidación y, en general, cualquier modificación de los estatutos, habrá de concurrir a ella la mitad del capital pagado. En segunda convocatoria bastará la representación de la tercera parte del capital pagado.

Si luego de la segunda convocatoria no hubiere el quórum requerido se procederá a efectuar una tercera convocatoria, la que no podrá demorar más de sesenta días contados a partir de la fecha fijada para la primera reunión, ni modificar el objeto de ésta. La junta general así convocada se constituirá con el número de accionistas presentes, para resolver uno o más de los puntos mencionados en el inciso primero, debiendo expresarse estos particulares en la convocatoria que se haga.

Art. 241.- Salvo las excepciones previstas en la Ley o en el estatuto, las decisiones de las juntas generales serán tomadas por mayoría de votos del capital pagado concurrente a la reunión. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría numérica.

Las normas del estatuto relativas a las decisiones de las juntas generales se entenderán referidas al capital pagado concurrente a la reunión.

Art. 242.- Los comisarios concurrirán a las juntas generales y serán especial e individualmente convocados. Su inasistencia no será causal de diferimiento de la reunión.

Art. 243.- Los miembros de los organismos administrativos y de fiscalización y los administradores no pueden votar:

1.- En la aprobación de los balances;

2.- En las deliberaciones respecto a su responsabilidad; y,

3.- En las operaciones en las que tengan intereses opuestos a los de la compañía.

En caso de contravenirse a esta disposición, la resolución será nula cuando sin el voto de los funcionarios precitados no se habría logrado la mayoría requerida.

Art. 244.- La junta general estará presidida por la persona que designen los estatutos; en su defecto, por el presidente del consejo de administración o del directorio, y, a falta de éste, por la persona elegida en cada caso por los presentes en la reunión. Será secretario de la junta general el administrador o gerente, si los estatutos no contemplaren la designación de secretario especial.

Art. 245.- Las resoluciones de la junta general son obligatorias para todos los accionistas, aun cuando no hubieren concurrido a ella, salvo el derecho de oposición en los términos de esta Ley.

Art. 246.- El acta de las deliberaciones y acuerdos de las juntas generales llevará las firmas del presidente y del secretario de la junta. De cada junta se formará un expediente con la copia del acta y de los demás documentos que justifiquen que las convocatorias se hicieron en la forma prevista en la Ley y en los estatutos. Se incorporarán también a dicho expediente los demás documentos que hayan sido conocidos por la junta.

Las actas podrán llevarse a máquina en hojas debidamente foliadas, o ser asentadas en un libro destinado para el efecto.

Las actas podrán ser aprobadas por la junta general en la misma sesión.

Las actas serán extendidas y firmadas a más tardar dentro de los quince días posteriores a la reunión de la junta.

Art. 247.- Las resoluciones de la junta general serán nulas:

1) Cuando la compañía no estuviere en capacidad para adoptarlas, dada la finalidad social estatutaria;

2) Cuando se las tomare con infracción de lo dispuesto en los Arts. 233, 236 y 238;

3) Cuando faltare el quórum legal o reglamentario;

4) Cuando tuvieren un objeto ilícito, imposible o contrario a las buenas costumbres;

5) Cuando fueren incompatibles con la naturaleza de la compañía anónima o, por su contenido, violaren disposiciones dictadas por ésta para la protección de los acreedores de la compañía y de los tenedores de partes beneficiarias; y,

6) Cuando se hubiere omitido la convocatoria a los comisarios, excepto en los casos de los Arts. 213, inciso segundo y 238.

Art. 248.- Todo accionista tiene derecho a obtener de la junta general los informes relacionados con los puntos en discusión. Si alguno de los accionistas declarare que no está suficientemente instruido podrá pedir que la reunión se difiera por tres días. Si la proposición fuere apoyada por un número de accionistas que represente la cuarta parte del capital pagado por los concurrentes a la junta, ésta quedará diferida.

Si se pidiere término más largo, decidirá la mayoría que represente por lo menos la mitad del capital pagado por los concurrentes.

Este derecho no puede ejercerse sino una sola vez sobre el mismo objeto.

No se diferirá la reunión cuando hubiere sido convocada por los comisarios con el carácter de urgente.

Art. 249.- En toda compañía anónima una minoría que represente no menos del veinticinco por ciento del total del capital pagado podrá apelar de las decisiones de la mayoría.

Para la apelación se llenarán los siguientes requisitos:

1. Que la demanda se presente a la Corte Superior del distrito dentro de los treinta días siguientes a la fecha de la clausura de la junta general;

2. Que los reclamantes no hayan concurrido a la junta general o hayan dado su voto en contra de la resolución;

3. Que la demanda señale la cláusula del contrato social o el precepto legal infringido, o el concepto de la violación o el del perjuicio; y,

4. Que los accionistas depositen los títulos o certificados de sus acciones con su demanda, los mismos que se guardarán en un casillero de seguridad de un banco.

Las acciones depositadas no se devolverán hasta la conclusión del juicio y no podrán ser objeto de transferencia, pero el juez que las reciba otorgará certificados del depósito, que serán suficientes para hacer efectivos los derechos sociales.

Los accionistas no podrán apelar de las resoluciones que establezcan la responsabilidad de los administradores o comisarios.

Las acciones concedidas en este artículo a los accionistas se sustanciarán en juicio verbal sumario.

Art. 250.- De la sentencia de la Corte Superior podrá interponerse el recurso de casación ante la Corte Suprema de Justicia.

En todo caso quedarán a salvo los derechos adquiridos de buena fe por terceros, en virtud de actos realizados en ejecución de la resolución.

8. DE LA ADMINISTRACIÓN Y DELOS AGENTES DE LA COMPAÑÍA

Art. 251.- El contrato social fijará la estructura administrativa de la compañía.

Art. 252.- La Superintendencia de Compañías no aprobará la constitución de una compañía anónima si del contrato social no aparece claramente determinado quién o quienes tienen su representación judicial y extrajudicial. Esta representación podrá ser confiada a directores, gerentes, administradores u otros agentes. Si la representación recayere sobre un organismo social, éste actuará por medio de un presidente.

Art. 253.- La representación de la compañía se extenderá a todos los asuntos relacionados con su giro o tráfico, en operaciones comerciales o civiles, incluyendo la constitución de prendas de toda clase. El contrato podrá limitar esta facultad. Se necesitará autorización de la junta general para enajenar o hipotecar los bienes sociales, salvo el caso en que ello constituya uno de los objetos sociales principales o conste expresamente en los estatutos.

Art. 254.- Los administradores, miembros de los organismos administrativos y agentes, sólo podrán ser nombrados temporal y revocablemente.

Art. 255.- Los administradores tendrán la responsabilidad derivada de las obligaciones que la ley y el contrato social les impongan como tales y las contempladas en la ley para los mandatarios; igualmente, la tendrán por la contravención a los acuerdos legítimos de las juntas generales.

Es nula toda estipulación que tienda a absolver a los administradores de sus responsabilidades o a limitarlas. Los administradores no contraen por razón de su administración ninguna obligación personal por los negocios de la compañía.

Art. 256.- Los administradores son solidariamente responsables para con la compañía y terceros:

1. De la verdad del capital suscrito y de la verdad de la entrega de los bienes aportados por los accionistas;

2. De la existencia real de los dividendos declarados;

3. De la existencia y exactitud de los libros de la compañía;

4. Del exacto cumplimiento de los acuerdos de las juntas generales; y,

5. En general, del cumplimiento de las formalidades prescritas por la Ley para la existencia de la compañía.

La responsabilidad establecida en los cuatro primeros numerales que preceden se limita a los administradores en sus respectivos períodos.

Art. 257.- El nombramiento de los administradores y la determinación de su número, cuando no lo fije el contrato social, corresponde a la junta general, la cual podrá también, si no hubiere disposición en contrario, fijar las garantías que deben rendir los administradores.

Art. 258.- No pueden ser administradores de la compañía sus banqueros, arrendatarios, constructores o suministradores de materiales por cuenta de la misma.

Para desempeñar el cargo de administrador precisa tener la capacidad necesaria para el ejercicio del comercio y no estar comprendido en las prohibiciones e incompatibilidades que el Código de Comercio establece para ello.

Art. 259.- El administrador continuará en el desempeño de sus funciones, aun cuando hubiere concluido el plazo para el que fue designado, mientras el sucesor tome posesión de su cargo.

Art. 260.- El administrador de la sociedad que ejerce la representación de ésta podrá obrar por medio de apoderado o procurador para aquellos actos para los cuales se halle facultado el representante o administrador. Pero si el poder tiene carácter de general con respecto a dichos actos, o para la designación de factores, será necesaria la autorización del órgano por el cual fue elegido.

No procede la cesión o delegación de facultades del administrador. Las suplencias, en caso de falta temporal o definitiva del administrador o administradores, las ejercerán los designados según los respectivos estatutos.

Art. 261.- Los administradores no podrán hacer por cuenta de la compañía operaciones ajenas a su objeto. Hacerlo significa violación de las obligaciones de administración y del mandato que tuvieren.

Les es prohibido también negociar o contratar por cuenta propia, directa o indirectamente, con la compañía que administren.

Art. 262.- El administrador desempeñará su gestión con la diligencia que exige una administración mercantil ordinaria y prudente.

Art. 263.- Los administradores están especialmente obligados a:

1. Cuidar, bajo su responsabilidad, que se lleven los libros exigidos por el Código de Comercio y llevar los libros a que se refiere el Art. 440 de esta Ley;

2. Llevar el libro de actas de la junta general;

3. Llevar el libro de actas de las juntas de administradores o directorios, consejos de administración o de vigilancia, si los hubiere;

4. Entregar a los comisarios y presentar por lo menos cada año a la junta general una memoria razonada acerca de la situación de la compañía, acompañada del balance y del inventario detallado y preciso de las existencias, así como de la cuenta de pérdidas y ganancias. La falta de entrega y presentación oportuna del balance por parte del administrador será motivo para que la junta general acuerde su remoción, sin perjuicio de las responsabilidades en que hubiere incurrido;

5. Convocar a las juntas generales de accionistas conforme a la ley y los estatutos, y, de manera particular, cuando conozcan que el capital de la compañía ha disminuido, a fin de que resuelva si se la pone en liquidación, conforme a lo dispuesto en el Art. 198; y,

6. Intervenir en calidad de secretarios en las juntas generales, si en el estatuto no se hubiere contemplado la designación de secretario.

Art. 264.- La responsabilidad de los administradores por actos u omisiones no se extiende a aquellos que, estando exentos de culpa, hubieren hecho constar su inconformidad, en el plazo de diez días a contarse de la fecha en que conocieron de la resolución y dieron noticia inmediata a los comisarios.

Art. 265.- La responsabilidad de los administradores frente a la compañía quedará extinguida:

1. Por aprobación del balance y sus anexos, excepto cuando:

a) Se lo hubiere aprobado en virtud de datos no verídicos; y,

b) Si hubiere acuerdo expreso de reservar o ejercer la acción de responsabilidad;

2. Cuando hubieren procedido en cumplimiento de acuerdos de la junta general, a menos que tales acuerdos fueren notoriamente ilegales;

3. Por aprobación de la gestión, o por renuncia expresa a la acción, o por transacción acordada por la junta general; y,

4. Cuando hubieren dejado constancia de su oposición conforme a lo indicado en el artículo anterior.

Art. 266.- Cuando falte el administrador y el contrato no prevea la forma de sustituirle, cualquiera de los comisarios convocará a la junta general para que designe el sustituto, previa comunicación a la Superintendencia de Compañías para que nombre la persona que provisionalmente deberá ponerse al frente de la compañía. El administrador encargado no podrá realizar nuevas operaciones y se concretará a la conclusión de las pendientes.

Art. 267.- Salvo disposición en contrario, cuando haya dos administradores que deban obrar de consuno, la oposición de uno de ellos impedirá la consumación de los actos o contratos proyectados por el otro.

Si los administradores conjuntos fueren tres o más, deberán obrar de acuerdo con el voto de la mayoría y abstenerse de llevar a cabo los actos o contratos que no lo obtuvieren.

Art. 268.- Si se ejecutare el acto o contrato contraviniendo lo dispuesto en el artículo anterior, éste surtirá efecto respecto de terceros de buena fe; y los administradores que lo hubieren celebrado responderán a la compañía por los perjuicios que a ésta se siguieren.

Art. 269.- La renuncia del cargo de administrador surte sus efectos, sin necesidad de aceptación, desde el momento de su conocimiento por parte del consejo de administración, si lo hubiere, o del organismo que hiciere sus veces. Si se tratare de

administrador único, no podrá separarse del cargo hasta ser legalmente reemplazado, a menos que hayan transcurrido treinta días desde aquel en que presentó la renuncia.

Art. 270.- La separación de los administradores podrá ser acordada en cualquier tiempo por la junta.

Art. 271.- Cuando la administración de la compañía se confíe conjuntamente a varias personas, éstas constituirán el consejo de administración. En tal caso las disposiciones pertinentes a derechos, obligaciones y responsabilidades de los administradores son aplicables a las personas integrantes de los consejos de administración, de vigilancia o directorios.

Art. 272.- La acción de responsabilidad contra los administradores o miembros de los consejos de administración, vigilancia o directorios, será entablada por la compañía, previo acuerdo de la junta general, el mismo que puede ser adoptado aunque no figure en el orden del día. La junta general designará a la persona que haya de ejercer la acción correspondiente.

En cualquier momento la junta general podrá transigir o renunciar al ejercicio de la acción, siempre que no se opusieren a ello accionistas que representen la décima parte del capital pagado, por lo menos.

El acuerdo de promover la acción o de transigir implica la destitución de los respectivos administradores.

Art. 273.- Los agentes que obraren por compañías extranjeras sin haber obtenido la aprobación necesaria, quedarán personalmente obligados al cumplimiento de los contratos que celebraren y sometidos a todas las responsabilidades, sin perjuicio de la acción a que hubiere lugar contra dichas compañías.

REQUISITOS PARA LA <u>INSCRIPCIÓN</u> DE SOCIEDADES DEL SECTOR PRIVADO

REQUISITOS SOCIEDADES PRIVADAS						
Documentos	***BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, INCLUSIVE LAS COMPAÑÍAS TENEDORAS DE ACCIONES O HOLDING, ESTABLECIMIENTOS PERMANENTES***	***BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS***	***CIVILES Y COMERCIALES***	***CIVILES, DE HECHO, PATRIMONIOS INDEPENDIENTES O AUTONOMOS CON O SIN PERSONERIA JURIDICA, CONTRATO DE CUENTAS DE PARTICIPACION, CONSORCIO DE EMPRESAS, EMPRESAS UNIPERSONALES***	***ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES SIN FINES DE LUCRO***	***ESTABLECIMIENTOS PERMANENTES CON REPRESENTACIÓN***
Formulario	*RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal, apoderado o liquidador)*					
Identificación de la sociedad:	*Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Previsionales*		*Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil*	*Original y copia, o copia certificada de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez*	*Original y copia del acuerdo ministerial o resolución en el que se aprueba su creación. Para el caso de ONG's extranjeras autorización de funcionamiento emitida por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración*	*Original y copia o copia certificada del poder apostillado o legalizado en el Consulado del Ecuador en el país extranjero o en el Ministerio de Relaciones Exteriores e inscrito en el Registro Mercantil*
	Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas)	-	-	-	-	-

Identificación representante legal:	*Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil*	*Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal notarizado y con reconocimiento de firmas, para el caso de las Empresas Unipersonales el nombramiento deberá ser inscrito en el Registro Mercantil*	*Original y copia o copia notariada del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual, la organización se encuentra registrada*	*Original y copia o copia certificada del poder emitido por la sociedad extranjera inscrito en el Registro Mercantil*
	Ecuatorianos: *Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación. Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial*			
	Extranjeros Residentes: *Original y copia a color de la cédula vigente*			
	Extranjeros no Residentes: *Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).*			
Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes:	*Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.*			
	Original y copia del estado de cuenta bancario o de tarjeta de crédito o de telefonía celular. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.			
	Original y copia de la factura del servicio de televisión pagada o de Internet. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.			
	Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente por ejemplo: permiso anual de funcionamiento, el mismo que debe corresponder al año en el que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Para aquellos documentos cuyo plazo de vigencia no sea de un año, deben corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.			
	Original y copia del contrato de arrendamiento			

	Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
	Original y copia de la Contrato de Concesión Comercial o Contrato en Comodato
	Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.
	Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.
Observaciones Generales	
• Las copias de los requisitos presentados deberán estar en buenas condiciones y no en papel térmico.	

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

REQUISITOS PARA LA INSCRIPCION DE SOCIEDADES DEL SECTOR PRIVADO

REQUISITOS SOCIEDADES PRIVADAS						
Documentos	**BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, INCLUSIVE LAS COMPAÑÍAS TENEDORAS DE ACCIONES O HOLDING, ESTABLECIMIENTOS PERMANENTES**	**BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS**	**CIVILES Y COMERCIALES**	**CIVILES, DE HECHO, PATRIMONIOS INDEPENDIENTES O AUTONOMOS CON O SIN PERSONERIA JURIDICA, CONTRATO DE CUENTAS DE PARTICIPACION, CONSORCIO DE EMPRESAS, EMPRESAS UNIPERSONALES**	**ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES SIN FINES DE LUCRO**	**ESTABLECIMIENTOS PERMANENTES CON REPRESENTACIÓN**
Formulario	RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal, apoderado o liquidador)					
Identificación de la sociedad:	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Previsionales		Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez	Original y copia del acuerdo ministerial o resolución en el que se aprueba su creación. Para el caso de ONG's extranjeras autorización de funcionamiento emitida por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración	Original y copia o copia certificada del poder apostillado o legalizado en el Consulado del Ecuador en el país extranjero o en el Ministerio de Relaciones Exteriores e inscrito en el Registro Mercantil
	Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas)	-	-	-	-	-
Identificación representante legal:	Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil			Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal notarizado y con reconocimiento de firmas, para el caso de las Empresas Unipersonales el nombramiento deberá ser inscrito en el Registro Mercantil	Original y copia o copia notariada del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual, la organización se encuentra registrada	Original y copia o copia certificada del poder emitido por la sociedad extranjera inscrito en el Registro Mercantil
	Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación. Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial					
	Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente					
	Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).					
Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes:	Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.					
	Original y copia del estado de cuenta bancario o de tarjeta de crédito o de telefonía celular. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.					
	Original y copia de la factura del servicio de televisión pagada o de Internet. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.					
	Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente por ejemplo: permiso anual de funcionamiento, el mismo que debe corresponder al año en el que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Para aquellos documentos cuyo plazo de vigencia no sea de un año, deben corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.					
	Original y copia del contrato de arrendamiento					
	Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.					
	Original y copia de la Contrato de Concesión Comercial o Contrato en Comodato					
	Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.					
	Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.					

Observaciones Generales

- Las copias de los requisitos presentados deberán estar en buenas condiciones y no en papel térmico.

M.I. MUNICIPALIDAD

Muy Ilustre
MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL
DIRECCIÓN FINANCIERA

ESPACIO DE USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

SOLICITUD No.		
DÍA	MES	AÑO

SOLICITUD PARA REGISTRO DE PATENTE PERSONAS JURÍDICAS

PRIMERA VEZ ☐ RENOVACIÓN ☐

DATOS DEL CONTRIBUYENTE

RAZÓN SOCIAL			
REPRESENTANTE LEGAL			
APELLIDOS		NOMBRES	
PATERNO	MATERNO	1ER. NOMBRE	2DO. NOMBRE

R.U.C.	DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	TELÉFONOS

FAX	CASILLA	FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN GUAYAQUIL			CAPITAL PROPIO (TOTAL PATRIMONIO NETO)
		MES	DÍA	AÑO	$ _____

CLASIFICACION DOMICILIARIA PARA PERSONAS JURIDICAS QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTON GUAYAQUIL

CLASE A.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN		☐
CLASE B.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN CON UNA O MAS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN	No._____	☐
CLASE C.	NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTÓN Y CON UNA O MAS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN	No._____	☐

ACTIVIDAD

COMERCIAL ☐	INDUSTRIAL ☐	PERSONA JURÍDICA SIN FINES DE LUCRO ☐		No. DE RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN	
FINANCIERA ☐	EMPRESA MULTINACIONAL ☐	EMPRESA DE ECONOMÍA MIXTA ☐			
OTROS ☐	ESPECIFIQUE: _____			FECHA DE EMISIÓN DE RESOLUCIÓN	
ESPECIFICAR ACTIVIDAD COMERCIAL					
_____					

INFORMACION ESTADISTICA

¿ESTA AFILIADO A ALGUNA CAMARA DE PRODUCCIÓN?						CANTIDAD DE TRABAJADORES			
SI	☐	NO	☐			1 - 20	☐	201 - 501	☐
AGRICULTURA	☐	CONSTRUCCIÓN	☐	INDUSTRIA	☐	21 - 50	☐	MAS DE 501	☐
COMERCIO	☐	PEQUEÑA INDUSTRIA	☐	ARTESANÍA	☐	51 - 200	☐		

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SE SUJETA ESTRICTAMENTE A LA VERDAD, DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES

SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL	CONTADOR (EN CASO DE ESTAR OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD)
_____	_____

NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCIÓN)

RELIQUIDADO POR	LIQUIDADO POR
_____	_____

OBSERVACIÓN: ESTE FORMULARIO SE UTILIZARA EN LOS SIGUIENTES CASOS:
1. **CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ.**
2. **CUANDO SE HA EFECTUADO EL PAGO DEL IMPUESTO DEL 1.5 POR MIL (EN ESTA MUNICIPALIDAD O EN EL LUGAR DEL DOMICILIO PRINCIPAL), PREVIO REGISTRO DE LA PATENTE MUNICIPAL CORRESPONDIENTE.**

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACIÓN

F.2005.07.006

INSTRUCTIVO PARA LLENAR FORMULARIO

FECHA:	DÍA, MES Y AÑO EN QUE SE PRESENTA EL FORMULARIO "SOLICITUD PARA REGISTRO DE PATENTE PERSONAS JURIDICAS".
RAZÓN SOCIAL:	NOMBRE DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN QUE EJERCERÁ LOS ACTOS DE COMERCIO DENTRO DEL CANTÓN.
REPRESENTANTE LEGAL	
PATERNO:	INDIQUE EL APELLIDO PATERNO DEL REPRESENTANTE LEGAL.
MATERNO:	INDIQUE EL APELLIDO MATERNO DEL REPRESENTANTE LEGAL.
1ER. NOMBRE:	INDIQUE EL PRIMER NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL.
2DO. NOMBRE:	INDIQUE EL SEGUNDO NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL.
R.U.C.:	SE HARÁ CONSTAR EL No. DEL R.U.C.
DIRECCIÓN LEGAL DEL CONTRIBUYENTE:	SE ESPECIFICARÁ LA DIRECCIÓN, EN GUAYAQUIL, DEL ESTABLECIMIENTO O LOCAL COMERCIAL.
TELÉFONO(S), FAX, CASILLA:	SE DETALLARÁ NÚMEROS DE TELÉFONO, FAX Y CASILLA DEL CONTRIBUYENTE.
FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA:	DÍA, MES Y AÑO DE CONSTITUCIÓN (PARA PERSONAS JURÍDICAS DOMICILIADAS EN GUAYAQUIL) O INSCRIPCIÓN DEL LOCAL EN EL R.U.C. (PARA PERSONAS JURÍDICAS NO DOMICILIADAS EN EL CANTÓN GUAYAQUIL).
CAPITAL PROPIO:	SE DETALLARÁ EN NÚMEROS EL VALOR DEL TOTAL DEL PATRIMONIO NETO.
CLASIFICACIÓN DOMICILIARIA:	SE DETERMINARÁ CON UNA X EL TIPO DE DOMICILIO DEL QUE SE TRATE.
ACTIVIDAD:	SE ESPECIFICARÁ CON UNA X EL TIPO DE ACTIVIDAD DE LOCAL O ESTABLECIMIENTO.
PARA EL CASO DE ENTIDAD EXONERADA:	SE INDICARÁ EL NÚMERO DE LA RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN Y SU FECHA DE EMISIÓN, DE SER EL CASO.
ESTÁ AFILIADO A ALGUNA CÁMARA DE LA PROCUCCIÓN?	SE INDICARÁ CON UNA X SI TIENE AFILIACIÓN CON ALGUNA CÁMARA DE LA PRODUCCIÓN, SI LA RESPUESTA ES "SI", ESPECIFICAR EL GRUPO.
CANTIDAD DE TRABAJADORES:	SE DETERMINARÁ LA CANTIDAD DE TRABAJADORES QUE EMPLEA SU LOCAL O ESTABLECIMIENTO.
SOLICITANTE/ REPRESENTANTE LEGAL:	ESPACIO EN EL QUE SE CONSIGNA LA FIRMA DE RESPONSABILIDAD DE DECLARACIÓN POR LA INFORMACIÓN DETALLADA EN ESTE FORMULARIO. ÚNICAMENTE DEBE FIRMAR EL CONTRIBUYENTE, REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO.
CONTADOR:	ESPACIO EN EL QUE SE CONSIGNA LA FIRMA DEL CONTADOR O PROFESIONAL DEBIDAMENTE AUTORIZADO POR EL RESPECTIVO COLEGIO.

REQUISITOS GENERALES

1. Formulario "Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas".
2. Copia legible de los Estados Financieros del período contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según sea el caso.
2. Copia legible de la cédula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del Representante Legal.
3. Original y copia legible del R.U.C. actualizado.
4. Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos). Las personas que tienen más de un establecimiento, deben presentar el Certificado de Seguridad de cada uno de los locales
5. Copia de la Escritura de Constitución (cuando es por primera vez).

SI AL RELIQUIDARSE EL TRIBUTO SE DESPRENDE UN VALOR A FAVOR DE LA MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL, EL MISMO SERA CARGADO COMO DEUDA Y SE COBRARA AL MOMENTO DE RENOVAR LA PATENTE ANUAL

REQUISITOS PARA CASOS ESPECIALES

- ❑ Original y copia legible del comprobante de pago de la Tasa Anual de Turismo, para los establecimientos que desarrollan actividades turísticas.

PASOS DEL TRÁMITE

1. Solicitar el formulario "Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas" en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Patente de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noroeste 2, Palacio Municipal, Planta Baja). La Tasa de Trámite para el pago de Patente, se incluirá en el Comprobante de Pago de dicho impuesto.
2. Llenar la solicitud con letra imprenta o a máquina.
3. Adjuntar los requisitos indicados a la solicitud y entregar en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Patente de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noroeste 2, Palacio Municipal, Planta Baja), donde se le indicará el monto de la liquidación correspondiente. (No se aceptará documentación incompleta, incorrecta o ilegible).
4. Cancelar en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Recaudaciones el valor de la liquidación.

Muy Ilustre
MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL
DIRECCION DE USO DEL ESPACIO Y VIA PUBLICA

SOLICITUD No.		
DIA	MES	AÑO

SOLICITUD PARA OCUPACIÓN DE LA VIA PÚBLICA

CODIGO SOLICITUD DE PATENTE	CODIGO SOLICITUD DE HABILITACION DE LOCAL	CODIGO CATASTRAL						REUBICACION			UBICACION		
		SECT	MANZ	LOTE	DIV.	PHV.	PHH.	ZONA	MANZ.	ACERA	ZONA	MANZ.	ACERA

SOLICITANTE

NOMBRES Y APELLIDOS DEL TITULAR	C.C.ó R.U.C.
NOMBRES Y APELLIDOS DEL SUPLENTE	C.C.ó R.U.C.
DIRECCION DONDE VIVE O DONDE SE LO PUEDE NOTIFICAR	TELEFONO

FORMA DE OCUPACION

12 ☐ KIOSKO PERMANENTE	44 ☐ PUESTOS MERCADOS POPULARES "B"	92 ☐ VITRINAS
21 ☐ KIOSCO EVENTUAL	45 ☐ PUESTOS MERCADOS POPULARES "C"	93 ☐ CONSTRUCCIONES
22 ☐ CARRETILLA AMBULANTE	51 ☐ PARQUEO PRIVADO	94 ☐ TRICICLOS
31 ☐ LETREROS EN LOCALES	52 ☐ PARQUEO TRANSPORTACION PUBLICA	99 ☐ PUESTOS FIJOS
32 ☐ LETREROS EN VIA PUBLICA	53 ☐ PARQUEO INSTITUCIONES PUBLICAS	
43 ☐ PUESTOS MERCADOS POPULARES "A"	91 ☐ MESAS, SILLAS	MEDIDAS ——— MTS. ——— MT. ——— MTS².

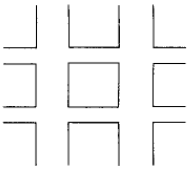
USO DEL ESPACIO OCUPADO

10 ☐ COMERCIALIZACION - COMPRA VENTA DE PRODUCTOS	30 ☐ CARGA Y DESCARGA
15 ☐ EXPOSICION DE PUBLICIDAD	35 ☐ DESALOJO
20 ☐ SEÑALIZACION VIAL	40 ☐ ATENCION AL PUBLICO
25 ☐ ESTACIONAMIENTO VEHICULAR	

TIPOS DE PRODUCTOS QUE SE COMERCIALIZA (MARQUE CON UNA "X" UN SOLO CASILLERO)

ALIMENTOS	MERCADERIAS	SERVICIOS
11 ☐ SANDUCHES Y, O BEBIDAS GASEOSAS	21 ☐ ROPA	25 ☐ COSMETICOS	31 ☐ LUSTRABOTAS	34 ☐ TELEFONO
12 ☐ COMIDAS RAPIDAS	22 ☐ CALZADO	26 ☐ REVISTAS Y PERIODICOS	32 ☐ PLANIFICACION	92 ☐ CONSTRUCCIONES
13 ☐ JUGOS Y, O GASEOSAS	23 ☐ BISUTERIA	27 ☐ TARJETAS PAPELERIA, AFINES	33 ☐ FOTOGRAFIA	
14 ☐ LEGUMBRES 15 ☐ FRUTAS	24 ☐ ARTESANIAS		39 ☐ OTROS SERVICIOS	
19 ☐ OTROS ALIMENTOS NO PREPARADOS	29 ☐ OTRAS MERCADERIAS		91 ☐ CONFITES Y CIGARRILLOS	

MARQUE CON UNA X LA UBICACION
Y ESCRIBA EL NOMBRE DE LAS 4 CALLES



NOMBRE DE LAS CALLES

PERIODO

S1 ☐ SEMANAL S2 ☐ MENSUAL
S3 ☐ BIMENSUAL S4 ☐ TRIMESTRAL
S5 ☐ SEMESTRAL S6 ☐ ANUAL

NUMERO DE PERIODOS A PAGAR ☐

PARA LAS FORMAS DE OCUPACION # 31, 32, 51, 52, 93 INDIQUE:

SOLICITANTE

ACERA ☐ CALZADA ☐
SOPORTAL ☐ PARTERRE ☐

ESPACIO UNICAMENTE PARA USO INTERNO (NO ESCRIBIR)

RECIBIDO	DIGITADO	ZONIFICACIÓN Y CALIFICACIÓN	REVISIÓN	APROBACIÓN

F.99.16.004

(SOLO PARA USO EXCLUSIVO DE LA MUY ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL)

MANTENIMIENTO

ZONIFICACION	REVISION	RETORNO A REVISION	APROBACION

OBSERVACIONES

CROQUIS

REUBICACIÓN

BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS

PERMISO *DE FUNCIONAMIENTO DE LOS BOMBEROS*

Para lo pertinente a este tipo de permiso de funcionamiento previo a la inspección y entrega del permiso provisional por un año, es necesario presentar los siguientes documentos:

- Original y copia del RUC (Registro Único de Contribuyente).
- Copia de las escrituras de constitución de la compañía.
- Copia de nombramiento de representante legal de la compañía.
- Copia de cedula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- Copia de la factura por concepto de compra del extintor.
- Pagar la Tasa en el banco designado por la entidad.
- Presentar el comprobante y esperar la inspección.

Fuente: Oficina Técnica de Prevención Contra Incendios, BCBG

CÁMARA DE COMERCIO Y CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA

CÁMARA DE COMERCIO

CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

SOLICITUD DE NUEVO SOCIO PERSONA JURIDICA

REG. 2.1.1-2
No. REV 01

Código Socio

Valor Capital Social

Razón Social

RUC

Rango de Empleados		Total Activos		Tamaño del Negocio	
Desde 1 hasta 9		Menor de $20.000		Micro	
Desde 10 hasta 49		$20.000 a $49.000		Pequeño	
Desde 50 hasta 99		$50.000 a $99.000		Mediano	
Desde 100 en adelante		$100.000 a $499.000		Grande	
		$500.000 a $999.000			
Ambito del Negocio		$1.000.000 y más		Forma de Comercializar	
Importador				Servicios	
Exportador		¿Es Multinacional?		Fabricante/Manufactura	
Ambos		Si		Distribuidor Mayorista	
Localmente		No		Distribuidor Minorista	

Actividades Principales de la Compañía:

1 .

2 .

Comisión Sectorial que desee integrar (ver DREF 2114):

DATOS DE DIRECCION DE NEGOCIO

Calle Principal		No.	Intersección		
Ciudadela		Mz.	V.	Edif.	Piso / Ofic.
Teléfono 1	Telefono 2	Fax 1	Celular		
Email 1		Email 2	Web		

DATOS DE DIRECCION DE COBRO — NEGOCIO ☐ OTRA DIRECCION ☐

Calle Principal		No.	Intersección		
Ciudadela		Mz.	V.	Edif.	Piso / Ofic.

DATOS DE DIRECCION DE CORRESPONDENCIA — NEGOCIO ☐ OTRA DIRECCION ☐

Calle Principal		No.	Intersección		
Ciudadela		Mz.	V.	Edif.	Piso / Ofic.

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA COMPAÑÍA

A.- DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA COMPAÑÍA:

Nombres	Apellidos	
Cédula de Identidad / Pasaporte	Cargo	Título

B.- SI USTED EJERCE EL COMERCIO COMO PERSONA JURIDICA Y SU REPRESENTANTE LEGAL ES UNA PERSONA JURIDICA FAVOR LLENAR LA INFORMACION QUE SE DETALLA A CONTINUACION:

Nombre de la Compañía	Actividad Principal	
Nombres del Representante Legal	Apellidos del Representante Legal	
Cédula de Identidad / Pasaporte	Cargo	Título
Teléfonos	Email	

CONTACTO RRHH	CONTACTO ADMINISTRATIVO-FINANCIERO	CONTACTO COMERCIAL
Nombres:	Nombres:	Nombres:
Cargo:	Cargo:	Cargo:
Emails:	Emails:	Emails:

Desea que su número de Fax y su Dirección Electrónica sean entregados a los Socios de la Cámara en el CD de la Base de Datos? SI ☐ NO ☐

Desea Recibir información en su correo electrónico de los seminarios y eventos de la Cámara de Comercio? SI ☐ NO ☐

Ejecutivo de Ventas	Ingreso de Solicitud		Declaración del Solicitante	
			Declaro expresamente que la información proporcionada en este formulario es verdadera en todas y cada una de sus partes	
Nombres y Apellidos	Fecha Ingreso	Firma de Responsabilidad	Fecha de Entrega	Firma del Solicitante

Declaro que he sido debidamente informado que esta solicitud deberá ser conocida y, en su caso, libremente aprobada o negada por el Directorio de la Cámara de Comercio de Guayaquil. En caso de negativa, de que no ejerceré reclamo o acción alguna, en ningún orden jurídico, contra la Cámara de Comercio de Guayaquil, sus personeros, representantes, funcionarios y empleados, quedándome tan solo el derecho a que me reintegren los valores pagados a título de membresía.

CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA.

CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DEL GUAYAS (CAPIG)

Av. De las Américas # 128 - Calle 10 (Frente al Centro de Convenciones de Guayaquil)
Teléfono: 2281524 Fax: 2280059 Casilla 10696
E-mail: capig@capig.org.ec Web site: www.capig.org.ec
Guayaquil - Ecuador

EXCLUSIVO DE LA CAPIG

AFILIACION No.: | | | | | | | | |

Señor
Presidente
Cámara de la Pequeña Industria del Guayas
Ciudad.-

De mi consideración:

En cumplimiento con lo establecido en el articulo 13 de la Ley de Fomento de la Pequeña Industria, publicada en el Registro Oficial No. 372 del 20 de Agosto de 1973 y del Articulo 4 de los Estatutos Vigentes de la CAPIG, solicito la inscripcion de Socio Activo a la Institucion de su digna Presidencia para ejercer con amparo de la Ley, la actividad de un sector especifico la Pequeña Industria y Empresa, para cuyo efecto doy a continuacion los datos relacionados con la empresa y adjunto los requisitos solicitados.

Asimismo, acepto cumplir con los deberes y obligaciones que los Estatutos y Reglamentos de la Camara exige a sus afiliados.

Nombre Razón Social: _____

_____

Nombre Comercial: _____

RUC: | | | | | | | | | | | | | |

No. Patronal I.E.S.S.: | | | | | | | | | | | | | |

Dirección de la Empresa: _____

_____

Ciudad: _____ **Cantón:** _____

Web Site: _____ **E-Mail:** _____

Teléfonos: | | | | | | | | |
| | | | | | | | |

Fax: | | | | | | | | |
Celul.: | | | | | | | | | |

Número y Fecha Expediente Const. Cia. | | | | | | | | | | | | | | | |

Día		Mes		Año			

Propietarios/Accionistas: _____

_____

Nombre del Representante legal: _____

Nacionalidad: _____

Cargo que desempeña: _____

C.C. o Pasaporte No. | | | | | | | | | | |

Domicilio Representante Legal: _____

_____

Telefonos | | | | | | | | |
Domicilio: | | | | | | | | |

Fax: | | | | | | | | |
| | | | | | | | |

E-Mail: _____

Persona de contacto en la empresa: _____

Marcar con una X en los casilleros correspondientes.

Tipo de Compañía:

Sociedad Anónima	
Compañía Limitada	
Comandita Simple	
Otros	
Mixta	
Sociedad de Participación Colectiva	
Holding	

Local:

Propio	
Arrendado	

Capital social: | | | | | | | | | | |

Capital en Activos Fijos: | | | | | | | | | | |

Detalle de Activos Fijos: _____

_____

Otros Activos (Maquinarias): _____

_____

No. Empleados afiliados IESS: | | |

No. Empleados por Contrato: | | |

Total Empleados: | | |

Marcar con una X en los casilleros correspondientes.

Sector Económico:

Agrícola		Mineral, No metal	
Alimenticio		Plásticos	
Bienes Inmuebles		Químicos	
Construcción		Radiodifusión	
Imprentas		Servicios	
Industrial		Textil	
Joyas, Opticas		Ferretería y Material de Construcción	
Madera		Computación, Mantenimiento y Suministros	
Metalmecánico		Aduanas y puertos	
Florerías y Viveros		Viajes y Turismo	
Salud		Fotografía, Publicidad y Medios	
Sector Financiero		Provisión RR.HH.	
Sector Jurídico		Equipos e Implementos de Oficina	
Hoteles, Bares y Lugares de recreación		Electrodomésticos y Equipo Electrónico	
Transporte, Courrier		Seguros y Brokers	
Telecomunicaciones		Art. para fiesta,bazar y juegos infantiles	
Asesor,Consultor y Serv.Administrativos		Servicio de Energía Eléctrica	
Prendas de Vestir		Automotrices	

Otro Sector: _____

Facturación Anual: | | | | | | | | |

Describa su Actividad Productiva: _____

Productos de su Industria y Marca:

#	Producto	Marca
1		
2		
3		
4		
5		

Otras Instituciones a las que esta afiliada: _____

Referencias comerciales de la Empresa:

#	Empresa	Tipo de Crédito
1		
2		
3		
4		
5		

Referencias bancarias de la Empresa:

#	Institución Financiera	Tipo de Cuenta	No. Cuenta
1			
2			
3			
4			
5			

Marcar con una X en los casilleros correspondientes.

Servicios de la CAPIG que le interesaría recibir:

Financieros: Gestión de Créditos y Servicios Bancarios	
Pre-incubación: Atención Inicial y Evaluación al Emprendedor	
Mercadeo y Comercialización: Información de ferias, Contactos Comerciales, Información de Mercados	
Comercio Exterior: Contactos Comerciales, Información General, Emisión de Certificados de Origen, Inteligencia de Mercados	
Consultoría y Gestión Empresarial: Proyectos, Desarrollo de Franquicias, Asesorías y Consultorías	
Legales: Asesoría legal, Tributaria, Laboral, Propiedad Intelectual, Societario	
Capacitación: Pregrado, Postgrado y Maestrías	
Tecnología: Mejoramiento de Procesos, Adquisiones de software original, Productos y Soluciones.	
Gestión Ambiental: Diagnóstico, Estudios, auditorías y Plan de Manejo Ambiental	
Certificaciones de Calidad: Normas ISO, Buenas Prácticas de Manufactura, Entre Otros	

Otros: _____

Como se informó de la CAPIG: _____

_____

Firma:

Dia		Mes		Año			

Fecha Ingreso:

RESPONSABLES CAPIG

_____ _____

Directora Administrativa **Jefe de Cobranzas**

CÓDIGO DEL AFILIADO

CROQUIS DE UBICACIÓN FÍSICA DEL AFILIADO

PRELIMINAR

RAZÓN SOCIAL: _____

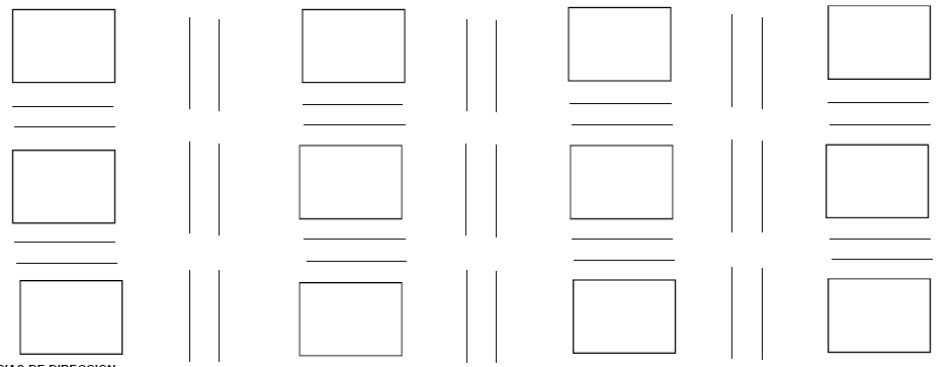
DIRECCIÓN DE COBRO: Misma del Negocio ☐ Misma del Domicilio ☐ Misma de envio comunicación ☐

DIRECCION COMPLETA: _____

_____

_____

PROVINCIA/CANTON: _____ CONTACTO/COBRO: _____



REFERENCIAS DE DIRECCION:

Centros Comerciales _____ Parques _____

Instituciones Educativas _____ Otros _____

Farmacias _____ _____

Hospitales _____

VERIFICADO

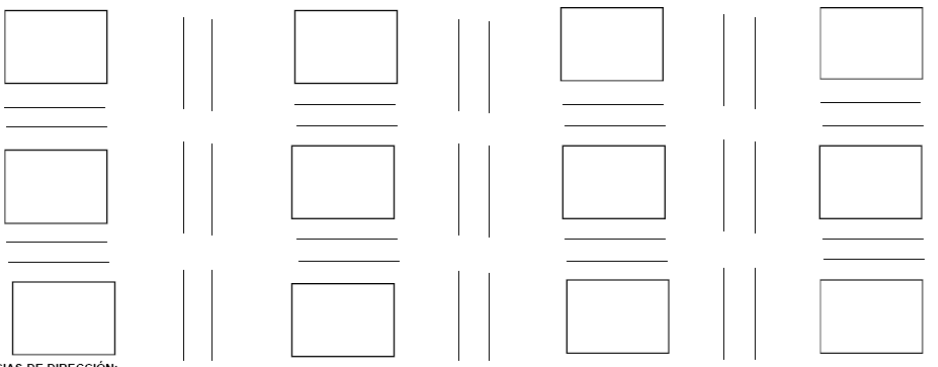
RECAUDADOR: _____ FECHA: _____

DIRECION COMPLETA: _____

_____

_____ ZONA: _____

PROVINCIA/CANTON: _____ CONTACTO/COBRO: _____



REFERENCIAS DE DIRECCIÓN:

Centros Comerciales _____ Parques _____

instituciones Educativas _____ Otros _____

Farmacias _____ _____

Hospitales _____

_____
REVISADO POR

FECHA: _____

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

Guayaquil, de del 2011

Señor (a)
DIRECTOR (a) PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS
Ciudad.-

De mi consideración:

Por medio del presente solicito a usted autorice a quien corresponda realice la inspección sanitaria previa a la obtención del Premiso Sanitario de Funcionamiento del establecimiento que detallo a continuación:

1.ra vez ☐ Renovación ☐ Cambio Razón Social ☐ Traslado del establecimiento ☐ Cambio Propietario ☐

TIPO DE ESTABLECIMIENTO: _____
ACTIVIDAD: _____
RAZÓN SOCIAL: _____
RAZÓN COMERCIAL: _____
RUC: _____
PROPIETARIO: _____
CEDULA: _____
DIRECCIÓN: _____
TELÉFONO: _____
RESPONSABLE TÉCNICO: _____
AREA DE SALUD: _____
HORARIO DE ATENCIÓN: _____

Por la atención al presente me suscribo de usted.

Atentamente,

_____
Propietario/Representante Legal

_____
Responsable Técnico

Croquis de ubicación

☐ ☐ ☐
☐ ☐ ☐
☐ ☐ ☐

REQUISITOS PARA PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

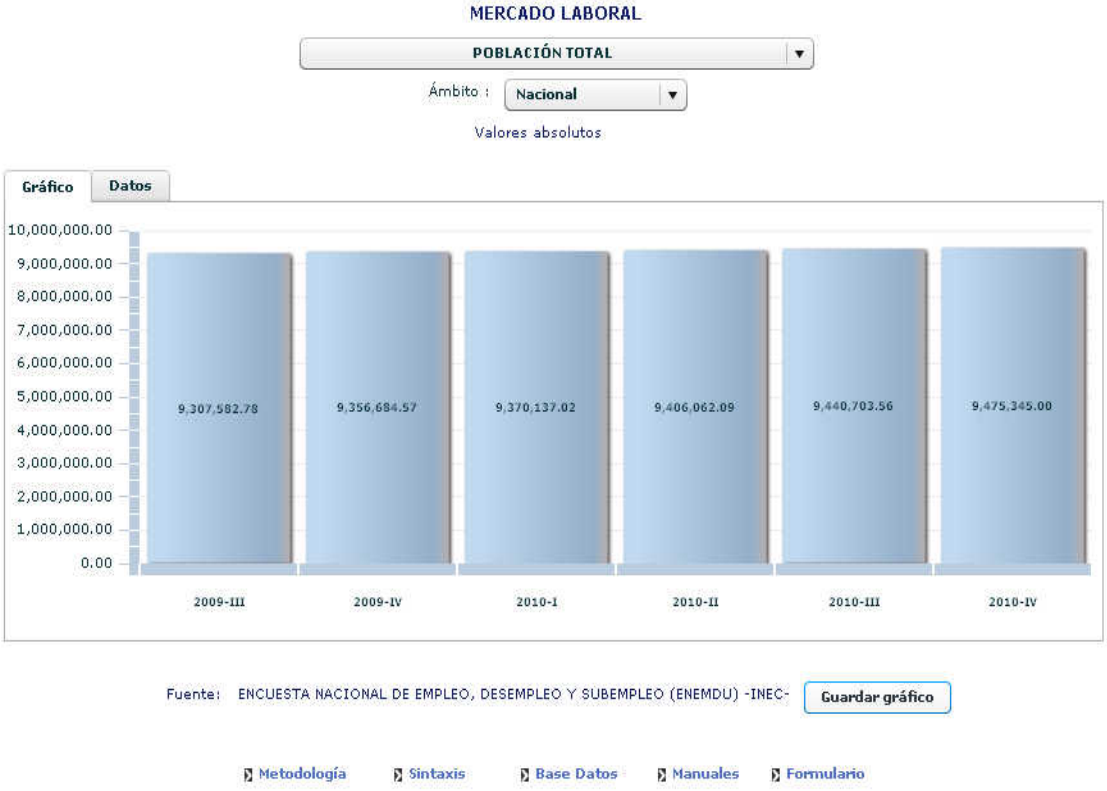
- COPIA DEL PERMISO SANITARIO AÑO ANTERIOR
- COPIA DEL RUC ACTUALIZADO
- COPIA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA
- CÉDULA Y CERTIFICADO DE VOTACIÓN DEL PROPIETARIO O REP. LEGAL
- DOCUMENTO QUE ACREDITE A LA PERSONA JURIDICA CUANDO CORRESPONDA
- PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS ACTUALIZADO
- COPIA DEL TÍTULO Y CONESUP DEL PROFESIONAL RESPONSABLE
- PLANO DEL ESTABLECIMIENTO ESCALA 1:50
- CROQUIS DE UBLICACIÓN
- COPIA DE CERTIFICADOS DE SALUD OCUPACIONALES DEL PERSONAL

NOTA: TRAER EN CARPETA CON COPIA DE LA SOLICITUD

ANEXOS CAPÍTULO III

ESTUDIO MERCADO

GRÁFICOS POBLACIÓN TOTAL.



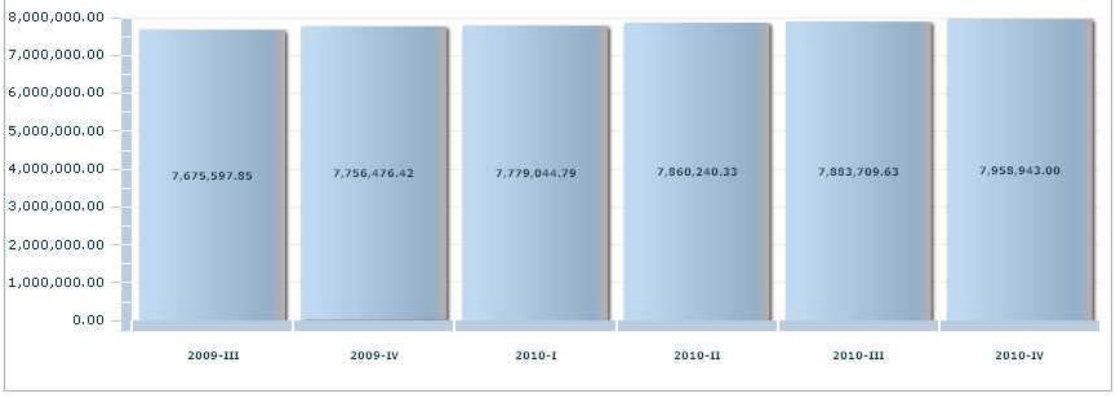
MERCADO LABORAL

POBLACIÓN EN EDAD DE TRABAJAR

Ámbito : **Nacional**

Valores absolutos

Gráfico | **Datos**



Fuente: ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO (ENEMDU) -INEC- **Guardar gráfico**

Metodología | Sintaxis | Base Datos | Manuales | Formulario

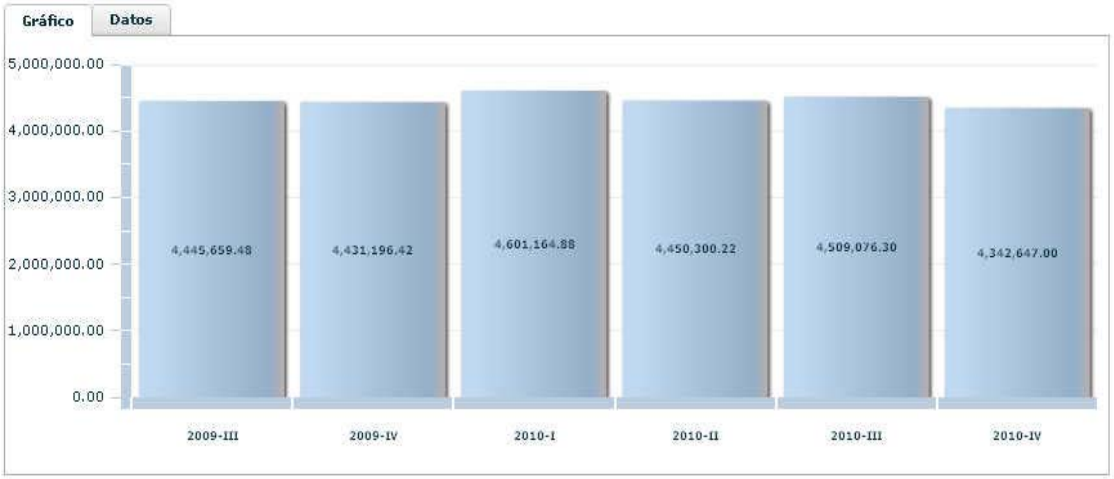
MERCADO LABORAL

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Ámbito : **Nacional**

Valores absolutos

Gráfico | **Datos**



Fuente: ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO (ENEMDU) -INEC- **Guardar gráfico**

Metodología | Sintaxis | Base Datos | Manuales | Formulario

MERCADO LABORAL

OCUPADOS PLENOS

Ámbito : Nacional

Valores absolutos

Gráfico | Datos

Fuente: ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO (ENEMDU) -INEC-

Guardar gráfico

Metodología Sintaxis Base Datos Manuales Formulario

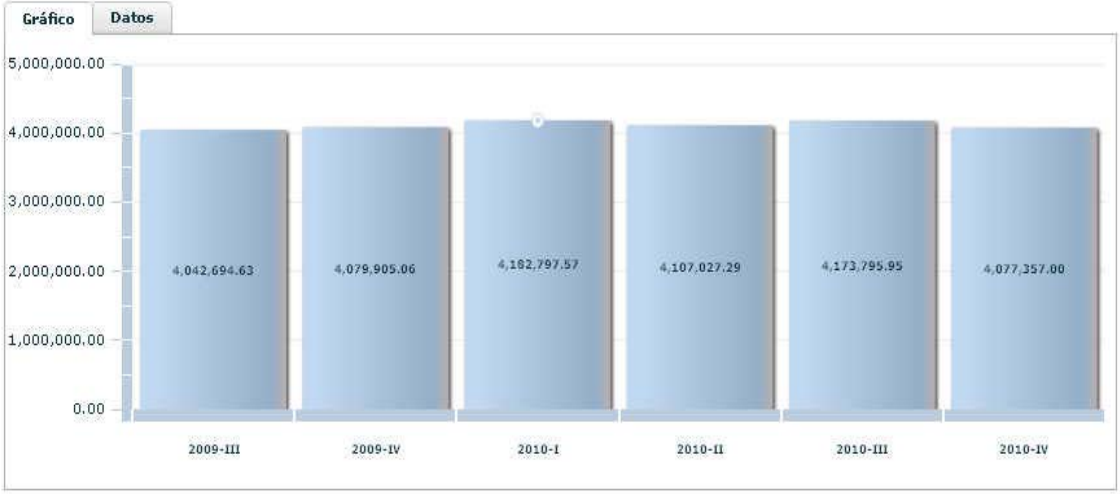
MERCADO LABORAL

OCUPADOS

Ámbito : Nacional

Valores absolutos

Gráfico | Datos



Fuente: ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO (ENEMDU) -INEC-

Guardar gráfico

Metodología Sintaxis Base Datos Manuales Formulario

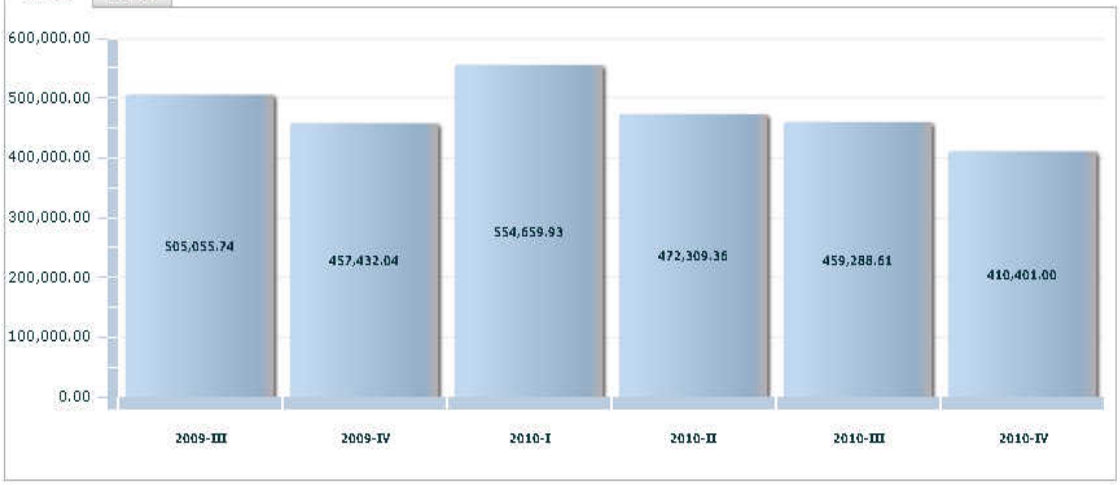
MERCADO LABORAL

SUBEMPLEADOS VISIBLES

Ámbito : Nacional

Valores absolutos

Gráfico | Datos



Fuente: ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO (ENEMDU) -INEC- Guardar gráfico

Metodología Sintaxis Base Datos Manuales Formulario

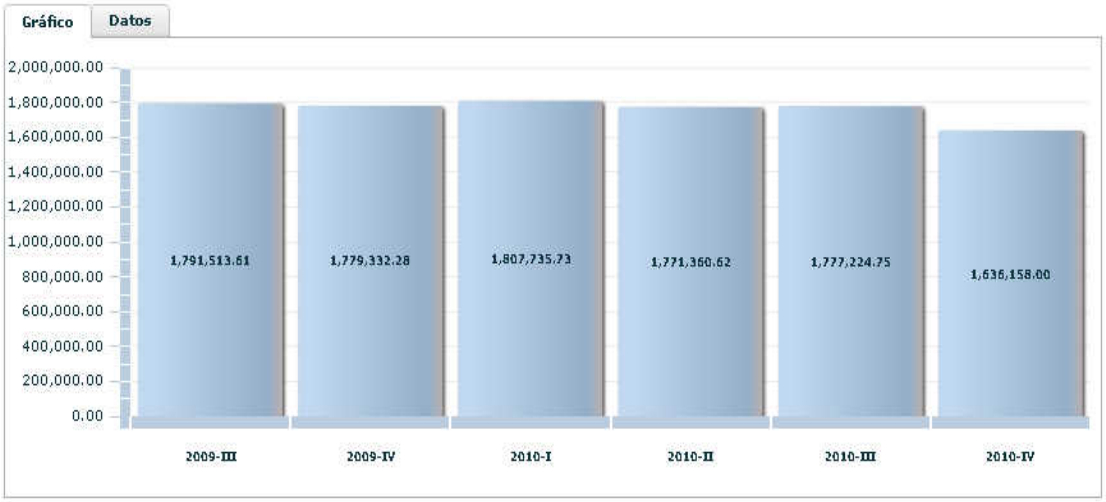
MERCADO LABORAL

SUBEMPLEADOS OTRAS FORMAS

Ámbito : Nacional

Valores absolutos

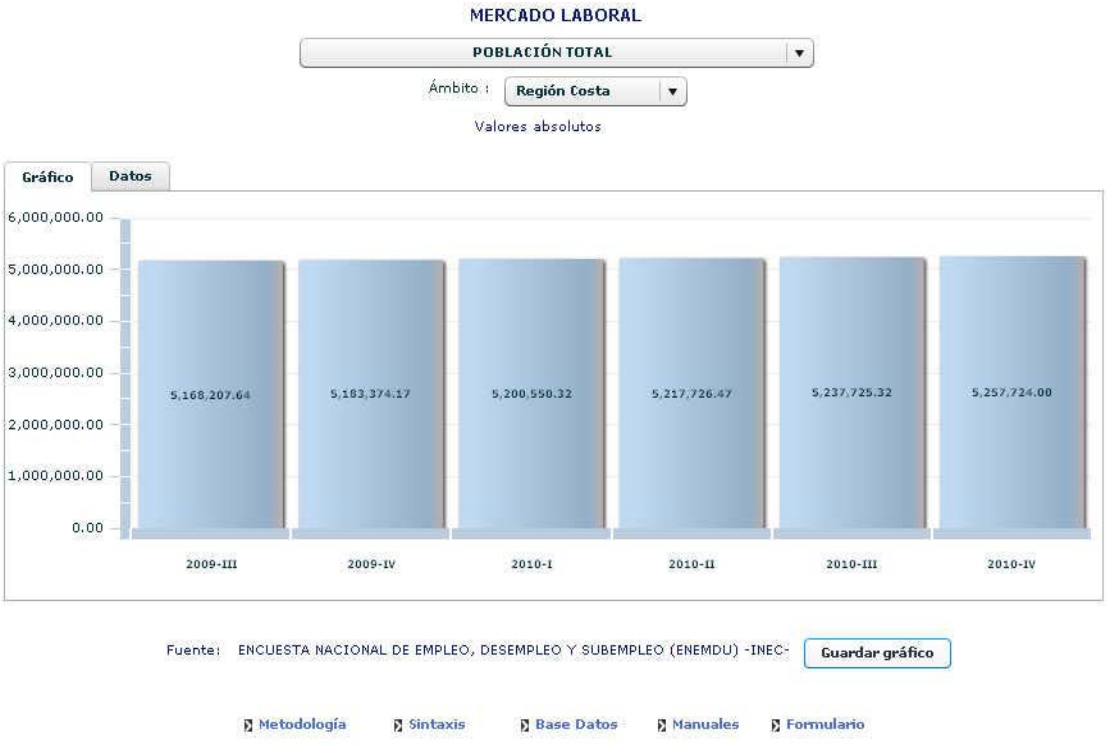
Gráfico | Datos



Fuente: ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO (ENEMDU) -INEC- Guardar gráfico

Metodología Sintaxis Base Datos Manuales Formulario

GRÁFICOS POBLACIÓN COSTA



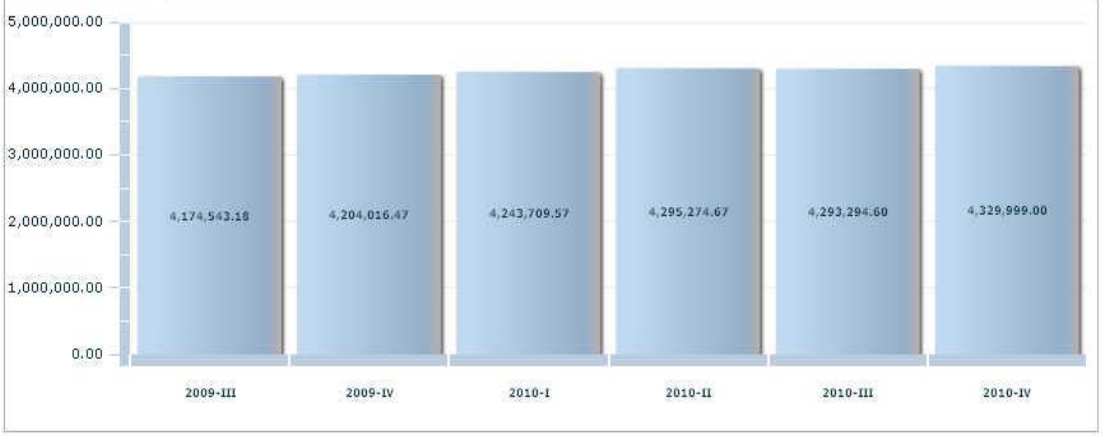
MERCADO LABORAL

POBLACIÓN EN EDAD DE TRABAJAR

Ámbito : **Región Costa**

Valores absolutos

Gráfico | **Datos**



Fuente: ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO (ENEMDU) -INEC- **Guardar gráfico**

Metodología Sintaxis Base Datos Manuales Formulario

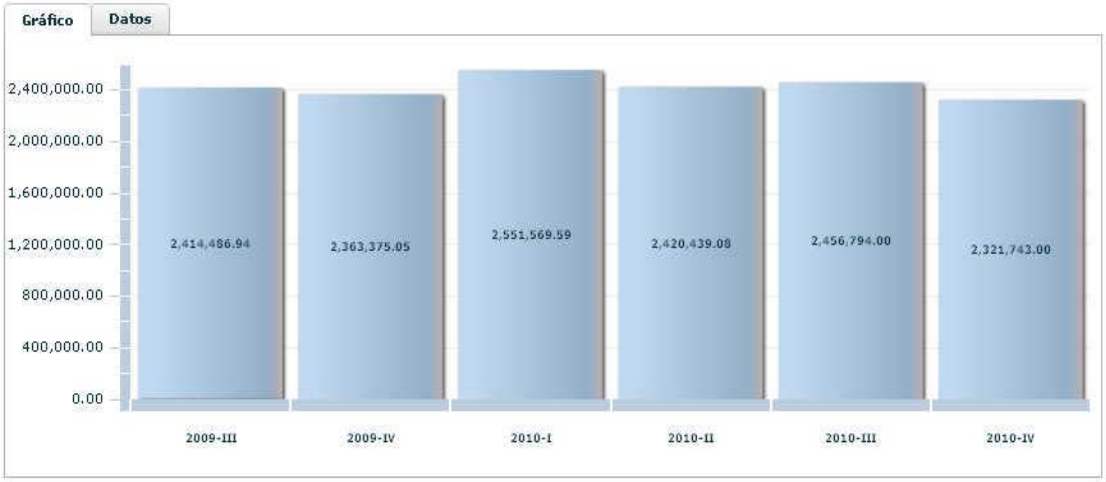
MERCADO LABORAL

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Ámbito : **Región Costa**

Valores absolutos

Gráfico | **Datos**



Fuente: ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO (ENEMDU) -INEC- **Guardar gráfico**

Metodología Sintaxis Base Datos Manuales Formulario

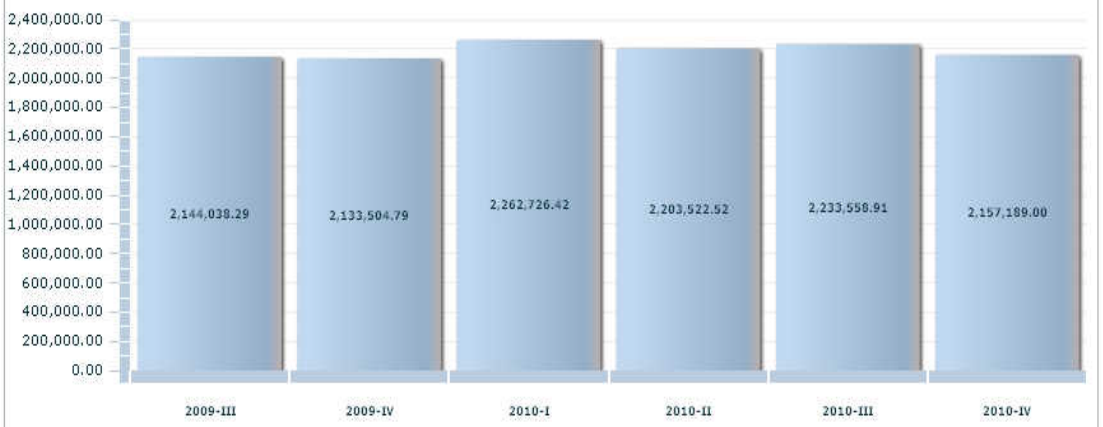
MERCADO LABORAL

OCUPADOS

Ámbito : Región Costa

Valores absolutos

Gráfico | Datos



Fuente: ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO (ENEMDU) -INEC- Guardar gráfico

Metodología Sintaxis Base Datos Manuales Formulario

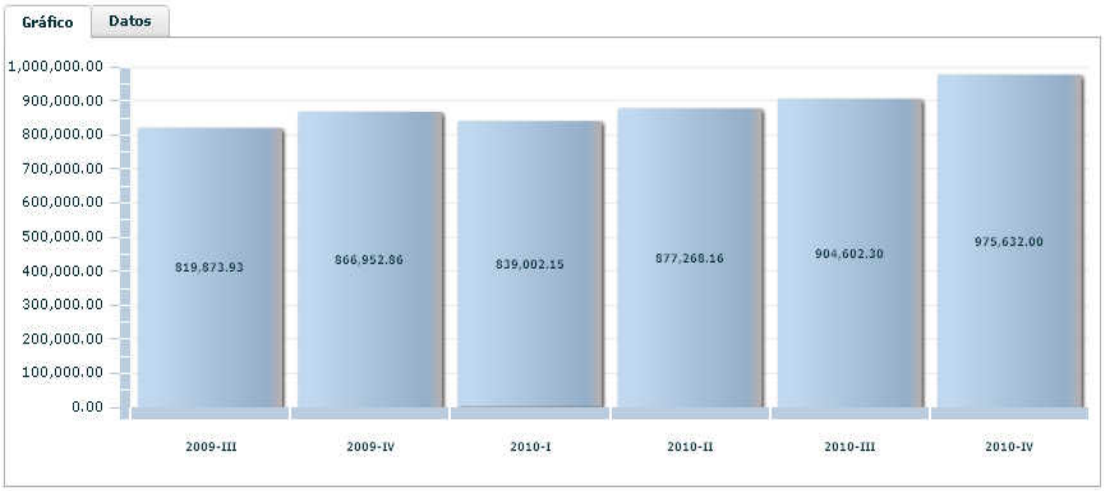
MERCADO LABORAL

OCUPADOS PLENOS

Ámbito : Región Costa

Valores absolutos

Gráfico | Datos



Fuente: ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO (ENEMDU) -INEC- Guardar gráfico

Metodología Sintaxis Base Datos Manuales Formulario

MERCADO LABORAL

SUBEMPLEADOS VISIBLES

Ámbito : Región Costa

Valores absolutos

Gráfico | Datos

Fuente: ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO (ENEMDU) -INEC- Guardar gráfico

Metodología Sintaxis Base Datos Manuales Formulario

MERCADO LABORAL

SUBEMPLEADOS OTRAS FORMAS

Ámbito : Región Costa

Valores absolutos

Gráfico | Datos

Fuente: ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO (ENEMDU) -INEC- Guardar gráfico

Metodología Sintaxis Base Datos Manuales Formulario

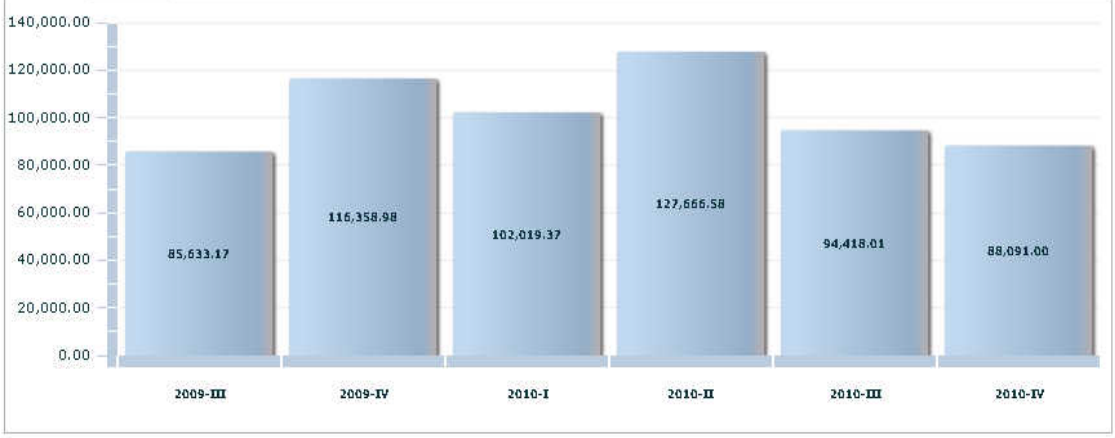
MERCADO LABORAL

OCUPADOS NO CLASIFICADOS POR SECTOR

Ámbito : Región Costa

Valores absolutos

Gráfico | Datos



Fuente: ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO (ENEMDU) -INEC- Guardar gráfico

Metodología Sintaxis Base Datos Manuales Formulario

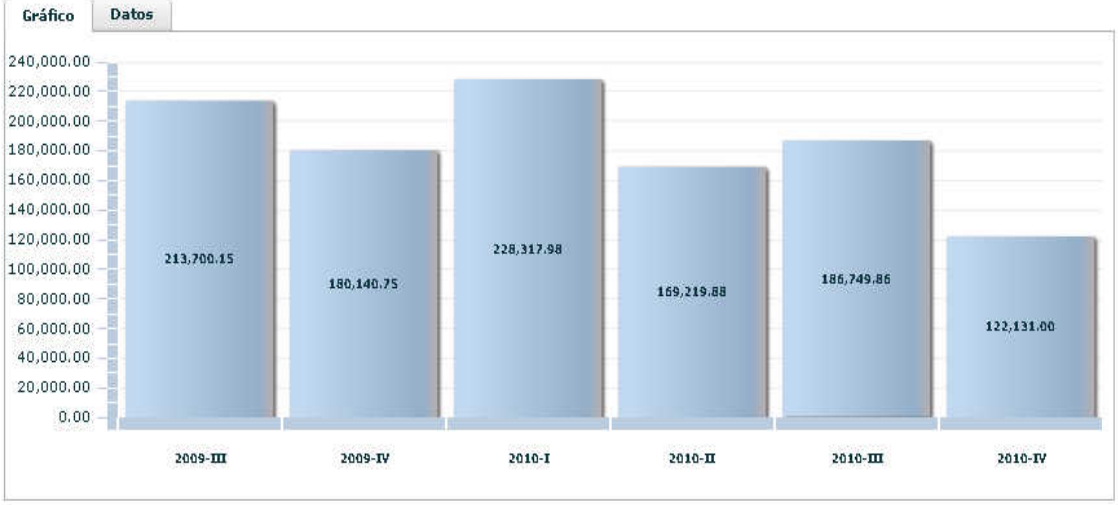
MERCADO LABORAL

DESEMPLEADOS ABIERTOS

Ámbito : Región Costa

Valores absolutos

Gráfico | Datos



Fuente: ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO (ENEMDU) -INEC- Guardar gráfico

Metodología Sintaxis Base Datos Manuales Formulario

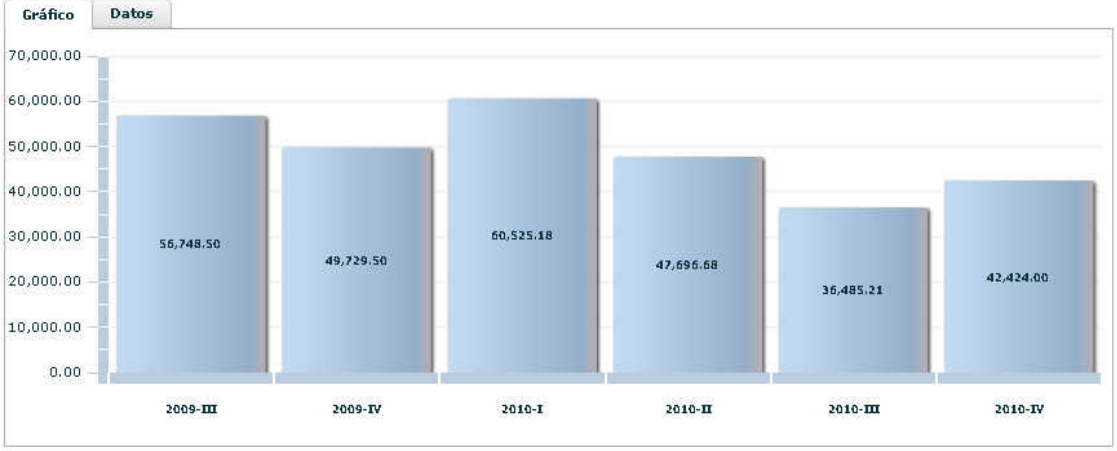
MERCADO LABORAL

DESEMPLEADOS OCULTOS

Ámbito : **Región Costa**

Valores absolutos

Gráfico | **Datos**



Fuente: ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO (ENEMDU) -INEC- **Guardar gráfico**

Metodología | Sintaxis | Base Datos | Manuales | Formulario

FORMATO ENCUESTAS PROYECTO CAFÉ EN TABLETAS

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

OBJETIVO: DEFINIR LA DEMANDA DE CLIENTES QUE LES AGRADARÍA LA APERTURA DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE CAFÉ EN FORMA DE TABLETA

Sexo……..
Sector…….
Edad…… Profesión……

1) ¿Consume Ud. Café?

SI ☐ NO ☐

***Si no le gusta el café termina la encuesta**

2) ¿Qué tipo de café Ud. consume?

Instantáneo ☐ café pasado ☐ café en bolsa de té ☐

3) ¿Qué marca de café Ud. Consume?

4) ¿En qué momento del día consume café?

---

5) ¿Con qué frecuencia toma café en el día?

1 – 2 ☐
3 – 5 ☐
6 – en adelante ☐

6) ¿Cuánto tiempo se demora en la preparación de su café?

---

7) ¿Estaría dispuesto a conocer una nueva opción práctica, rápida e higiénica a la hora de preparar el café" Tabletas de café"?

SI ☐ NO ☐ *

*Si su respuesta es NO termina la encuesta

8) ¿Cómo toma su café?

Dulce ☐ Sin azúcar ☐ Cargado ☐

9) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 10 tabletas de este producto?

a.) $ 2.5 – 5 ___

b.) $ 5 - 10 ___

c.) $ 10 - 15 ___

d.) $ 15 - 20 ___

10) ¿En dónde le gustaría poder adquirir este producto?

a) Gasolineras

b) Supermercados

c) Tiendas

11) ¿Qué envase prefiere las tabletas de café?

Empaque presentación tipo pastilla ___
Tubo de tabletas con tapa a presión ___
En dispensadores ___
Sobre ___

FOCUS GROUP

XTRATECH

ANEXOS CAPÍTULO V
ESTUDIO ECONÓMICO.

INVERSIÓN DE ACTIVOS

Ítem		U/M	Cantidad	Costo Unitario	Total	Total General
Muebles y enseres						
	Sofás	UNIDADES	2	$ 300	$ 600	
	Escritorios	UNIDADES	10	$ 100	$ 1.000	
	Sillas para oficinas	UNIDADES	16	$ 40	$ 640	
	Mesas	UNIDADES	2	$ 75	$ 150	
	Sillas	UNIDADES	6	$ 35	$ 210	
	Estantes	UNIDADES	4	$ 50	$ 200	$ 2.800
Equipos de computación						
	Red Computacional	UNIDADES	15	$ 800	$ 12.000	
	Software y Programas	UNIDADES	1	$ 2.500	$ 2.500	
	Servidor	UNIDADES	1	$ 1.500	$ 1.500	
						$ 16.000
Maquinaria y equipos						
	Tostadora	UNIDADES	1	$ 5.000	$ 5.000	
	Tableteadora	UNIDADES	1	$ 20.000	$ 20.000	
	Secadora	UNIDADES	1	$ 10.000	$ 10.000	
	Piladora	UNIDADES	1	$ 5.000	$ 5.000	
	Silos	UNIDADES	3	$ 5.000	$ 15.000	
	Balanza	UNIDADES	2	$ 5.000	$ 10.000	
	Alimentadora de café	UNIDADES	1	$ 10.000	$ 10.000	
	Pulido	UNIDADES	1	$ 10.000	$ 10.000	
	Molida	UNIDADES	1	$ 10.000	$ 10.000	
	Empacado	UNIDADES	1	$ 10.000	$ 10.000	
						$ 105.000
Equipos de oficina						
	Central telefónica	UNIDADES	1	$ 1.500	$ 1.500	
	Equipos de comunicación	UNIDADES	11	$ 50	$ 550	
	Equipos de cocina	UNIDADES	1	$ 400	$ 400	
	Central de Acondicionadores de Aire	UNIDADES	1	$ 4.000	$ 4.000	$ 6.450
Vehículo						
	Camión	UNIDADES	2	$ 18.000	$ 36.000	
						$ 36.000
Gastos de Constitución						
	Constitución de la compañía			$ 5.000	$ 5.000	
						$ 5.000
Marcas y Patentes						
	Gasto de marca			$ 8.000	$ 8.000	
						$ 8.000
Adecuación						
	Adecuación y decoración edificio			$ 110.000	$ 110.000	
						$ 110.000
Alquiler edificio						
	Alquiler edificio			$ 300.000	$ 300.000	
						$ 300.000
Capital de Trabajo					$ 10.000	
						$ 10.000
TOTAL INVERSIONES						**$ 599.250**

TABLA DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS

DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN						
VIDA UTIL	**DESCRIPCIÓN**	**AÑO 0**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**
10	**MUEBLES Y ENSERES**	$ 280	$ 280	$ 280	$ 280	$ 280
	AÑO 1				$ 0	$ 0
	AÑO 2			$ 0	$ 0	$ 0
	AÑO 3				$ 0	$ 0
	AÑO 4				$ 0	$ 0
	AÑO 5				$ 0	$ 0
20	**MAQUINARIA Y EQUIPOS**	$ 5.250	$ 5.250	$ 5.250	$ 5.250	$ 5.250
	AÑO 1				$ 0	$ 0
	AÑO 2				$ 0	$ 0
	AÑO 3				$ 0	$ 0
	AÑO 4				$ 0	$ 0
	AÑO 5				$ 0	$ 0
3	**EQUIPO DE COMPUTACIÓN**	$ 5.333	$ 5.333	$ 5.333	$ 5.333	$ 5.333
	AÑO 1				$ 0	$ 0
	AÑO 2				$ 0	$ 0
	AÑO 3				$ 0	$ 0
	AÑO 4				$ 0	$ 0
	AÑO 5				$ 0	$ 0
5	**VEHÍCULOS**	$ 7.200	$ 7.200	$ 7.200	$ 7.200	$ 7.200
	AÑO 1					$ 0
	AÑO 2					$ 0
	AÑO 3					$ 0
	AÑO 4					$ 0
	AÑO 5					$ 0
20	**MARCAS Y PATENTES**	$ 500	$ 500	$ 500	$ 500	$ 500
	AÑO 1					$ 0
	AÑO 2					$ 0
	AÑO 3					$ 0
	AÑO 4					$ 0
	AÑO 5					$ 0
5	**GASTOS DE CONSTITUCIÓN (AMORT.)**	$ 1.200	$ 1.200	$ 1.200	$ 1.200	$ 1.200
	AÑO 1					$ 0
	AÑO 2					$ 0
	AÑO 3					$ 0
	AÑO 4					$ 0
	AÑO 5					$ 0
	TOTAL DEP. ANUAL	$ 19.763	$ 19.763	$ 19.763	$ 19.763	$ 19.763
	TOTAL DEP.ANUAL ACUMULADA	$ 19.763	$ 39.527	$ 59.290	$ 79.053	$ 98.817
	TOTAL ACTIVOS	$ 592.250	$ 592.250	$ 592.250	$ 593.950	$ 594.750
	DEP ACUM	($ 19.763)	($ 39.527)	($ 59.290)	($ 79.053)	($ 98.817)
	TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	$ 572.487	$ 552.723	$ 532.960	$ 514.897	$ 495.933

TABLA AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO

CAPITAL DE INVERSIÓN……..		$ 599.250
MODELO DE FINANCIAMIENTO		
FONDOS PROPIOS	20%	$ 119.850
PREST. BANCARIO	80%	$ 479.400

MONTO:	$ 479.400
TASA DE INTERÉS:	15,00%
PLAZO:	5 AÑOS
DIVIDENDO:	$ 11.405

CUPÓN	INTERÉS	CAPITAL	DIVIDENDO	SALDO		
0				$ 479.400		
1	$ 5.993	$ 5.412	$ 11.405	$ 473.988		
2	$ 5.925	$ 5.480	$ 11.405	$ 468.508		
3	$ 5.856	$ 5.549	$ 11.405	$ 462.959		
4	$ 5.787	$ 5.618	$ 11.405	$ 457.341		
5	$ 5.717	$ 5.688	$ 11.405	$ 451.653		
6	$ 5.646	$ 5.759	$ 11.405	$ 445.894		
7	$ 5.574	$ 5.831	$ 11.405	$ 440.063		
8	$ 5.501	$ 5.904	$ 11.405	$ 434.158		
9	$ 5.427	$ 5.978	$ 11.405	$ 428.181		
10	$ 5.352	$ 6.053	$ 11.405	$ 422.128		
11	$ 5.277	$ 6.128	$ 11.405	$ 416.000		
12	$ 5.200	$ 6.205	$ 11.405	$ 409.795	**$ 67.253**	**$ 69.605**
13	$ 5.122	$ 6.282	$ 11.405	$ 403.512		
14	$ 5.044	$ 6.361	$ 11.405	$ 397.151		
15	$ 4.964	$ 6.441	$ 11.405	$ 390.711		
16	$ 4.884	$ 6.521	$ 11.405	$ 384.190		
17	$ 4.802	$ 6.603	$ 11.405	$ 377.587		
18	$ 4.720	$ 6.685	$ 11.405	$ 370.902		
19	$ 4.636	$ 6.769	$ 11.405	$ 364.134		
20	$ 4.552	$ 6.853	$ 11.405	$ 357.280		
21	$ 4.466	$ 6.939	$ 11.405	$ 350.341		
22	$ 4.379	$ 7.026	$ 11.405	$ 343.316		
23	$ 4.291	$ 7.113	$ 11.405	$ 336.202		
24	$ 4.203	$ 7.202	$ 11.405	$ 329.000	**$ 56.064**	**$ 80.795**
25	$ 4.112	$ 7.292	$ 11.405	$ 321.708		
26	$ 4.021	$ 7.384	$ 11.405	$ 314.324		
27	$ 3.929	$ 7.476	$ 11.405	$ 306.848		
28	$ 3.836	$ 7.569	$ 11.405	$ 299.279		
29	$ 3.741	$ 7.664	$ 11.405	$ 291.615		
30	$ 3.645	$ 7.760	$ 11.405	$ 283.855		
31	$ 3.548	$ 7.857	$ 11.405	$ 275.999		
32	$ 3.450	$ 7.955	$ 11.405	$ 268.044		
33	$ 3.351	$ 8.054	$ 11.405	$ 259.989		
34	$ 3.250	$ 8.155	$ 11.405	$ 251.834		
35	$ 3.148	$ 8.257	$ 11.405	$ 243.577		
36	$ 3.045	$ 8.360	$ 11.405	$ 235.217	**$ 43.076**	**$ 93.783**
37	$ 2.940	$ 8.465	$ 11.405	$ 226.752		
38	$ 2.834	$ 8.570	$ 11.405	$ 218.182		
39	$ 2.727	$ 8.678	$ 11.405	$ 209.504		
40	$ 2.619	$ 8.786	$ 11.405	$ 200.718		
41	$ 2.509	$ 8.896	$ 11.405	$ 191.822		
42	$ 2.398	$ 9.007	$ 11.405	$ 182.815		
43	$ 2.285	$ 9.120	$ 11.405	$ 173.696		
44	$ 2.171	$ 9.234	$ 11.405	$ 164.462		
45	$ 2.056	$ 9.349	$ 11.405	$ 155.113		
46	$ 1.939	$ 9.466	$ 11.405	$ 145.647		

FORMULARIOS PARA CRÉDITO DE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (C.F.N.)

SOLICITUD DE PRE-CALIFICACIÓN PERSONAS JURÍDICAS
RPCP-16B

DATOS DE LA EMPRESA

Razón social:	
RUC:	Actividad:
Capital social suscrito y pagado:	Fecha de constitución (aa-mm-dd):
Total activos:	Total patrimonio:
Nombre representante legal:	
CI No.	Experiencia en la actividad : Años meses

ACCIONISTAS

Nombre	No. CI	% Participación

UBICACIÓN DE OFICINAS

Provincia:	Parroquia	Cantón:	
Ciudad:	Calle:		No.
Sector/barrio:		Dpto.:	Piso:
Teléfono:	Celular:	E-mail:	

Tipo de ocupación de oficina actual: Propia sin hipoteca ☐ Propia hipotecada ☐ Arrendada ☐ Prestada ☐ Con familiares ☐

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO A DESARROLLAR (DATOS PRELIMINARES)

Tipo de proyecto : Nuevo ☐ Ampliación ☐	
Actividad del proyecto	
Descripción del proyecto:	
Tiempo del negocio : Años meses	No. de empleados

UBICACIÓN DEL PROYECTO

Provincia	Parroquia	Cantón	
Ciudad	Calle		No.
Sector/barrio		Dpto.	Piso
Teléfono	Celular	E-mail	

GENERACIÓN DE INGRESOS Y GASTOS

	Actual		Proyectado	
	Mensual	Anual	Mensual	Anual
Ingresos				
Gastos				

DETALLE DE INVERSIONES Y GASTOS (REFERENCIAL DEL PROYECTO)

	Descripción	Monto US$
Materia prima (Capital de trabajo)		
Tecnología (maquinaria y equipos)		
Inversiones (activos fijos)		
Beneficios esperados		
Fuente de repago (ingresos alternos)		
Número de empleos generados		

Monto total del proyecto (US$)	Monto del crédito (US$)	
Plazo	Período de gracia	Forma de pago
Destino del crédito: Activos fijos ☐	Capital de trabajo ☐	Asistencia técnica ☐

GARANTÍA		
	Descripción de la garantía	Valor referencial
Hipotecaria		
Prendaria (año de fabricación)		
Auto-liquidables		

Describa el aporte del cliente al proyecto:
(Dentro del plan de inversiones: proyectos nuevos aporte 30%; ampliación 10%)

NOTAS

1. Queda entendido que la CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL, también se podrá denominar en esta solicitud, la Corporación o CFN.
2. Declaro (amos) bajo la gravedad de juramento, que los datos asentados en mi (nuestra) solicitud de crédito son correctos, reconociendo que la CFN tiene el derecho y está plenamente facultada a comprobar la identidad del solicitante, a través de fuentes internas y externas; la veracidad y autenticidad de los datos que hubiese proporcionado; la capacidad crediticia conforme a las sanas prácticas y condiciones del mercado; la realización del avalúo practicado por un avaluador autorizado; y, a cumplir con todas las normas y formalidades que establecen las leyes y reglamentos para el otorgamiento de los créditos. Así mismo, autorizo (amos) a la CFN a informar documentadamente a las autoridades competentes, en caso de investigación o determinación de coincidencias o comportamiento inusual y/o injustificado.
3. Acuerdo (amos) que tengo (emos) una obligación continua de enmendar y/o suplir la información proporcionada en esta solicitud, si alguno de los hechos esenciales que he (mos) expuesto aquí cambiara antes del cierre de la transacción.
4. Convengo (imos) que no prosperará el trámite de la presente solicitud, si falta alguno de los documentos solicitados por la CFN y que atiende al objeto o al destino del crédito solicitado.

REPRESENTANTE LEGAL			
Nombre	**CI**	**Firma**	**Fecha**
Representante:			
Cónyuge:			

SOCIOS CON PARTICIPACIÓN IGUAL O MAYOR AL 20% DELCAPITAL			
Nombre	**CI**	**Firma**	**Fecha**
Socio			
Cónyuge			
Socio			
Cónyuge			
Socio			
Cónyuge			
Socio			
Cónyuge			
Socio			
Cónyuge			

DOCUMENTACIÓN REQUERIDA QUE DEBERÁ SER ENTREGADA POR EL SOLICITANTE

1. Copia del RUC actualizado de la compañía
2. Copia de la cédula de identidad del (los) representante (s) legal (es), accionistas con el 20% o más de acciones y cónyuges.
3. Copia de los estados financieros de la empresa del último año
4. Copia de la resolución de la Super. Cías sobre la conformación de los accionistas
5. Copia de pago del impuesto predial

SOLICITUD Y LISTADO DE DOCUMENTOS ENTREGADOS POR EL CLIENTE – PERSONAS NATURALES (RPCP-11A)

Lugar y fecha : _____

Señores
CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL
Presente.

De mi consideración:

Yo, _____ presento para su análisis y verificación, la documentación y requisitos solicitados, para acceder a la inversión de capital de riesgo por: _____USD, destino: Activo Fijo: _____USD; Capital de trabajo: _____UDS; Asistencia Técnica_____USD.

Yo, _____ rector de la Universidad _____ ó Director Ejecutivo de la Agencia de Desarrollo Empresarial _____ declaramos que hemos revisado a profundidad el proyecto que presenta el señor _____ hemos apoyado en su elaboración y consideramos que el proyecto esta adecuadamente sustentado en todos sus supuestos y que las cotizaciones de equipos, maquinarias, activos fijos, sueldos y salarios, ingresos, gastos y en todos los demás rubros económicos de la proyección, están acordes con la realidad actual del Ecuador.

Por lo tanto, consideramos que en el proyecto es factible de implementarlo en el mercado y tecnológicamente es factible de realizarlo y utiliza tecnologías ambientalmente amigables, por lo que la Universidad _____ ó la Agencia de Desarrollo _____ considera que la CFN debe invertir para conformar la empresa propuesta por el emprendedor señor _____.

Atentamente,

_____ Firma
CI

_____ Rector Universidad o Director Ejecutivo Agencia Desarrollo
CI y sello

PARA USO EXCLUSIVO DE LA CFN

VERIFICACIÓN

Personas Naturales

1.	Copia cédula ciudadanía, RUC y papeleta votación, de ser el caso			
2.	Pago impuesto a la renta ultimo año (de ser una empresa con antigüedad máxima de 2 años), de ser el caso			Puede ser estudiante sin record laboral
3.	Declaraciones IVA ultimo año (de ser una empresa con antigüedad máxima de 2 años)			
4.	Copia matrícula de vehículos (en caso de aportar vehículos)			
5.	Copia último pago luz, agua o teléfono			
6.	Referencias bancarias, comerciales (3), personales (3), financiera, laboral (últimos trabajos de ser el caso)			
7.	Currículo vital de los emprendedores			
8.	Proformas de equipos, maquinarias y materia prima contempladas en el plan de inversiones. (de ser el caso)			
9.	Presupuesto de obra, planos arquitectónicos en caso de obras civiles, si la construcción es en el área urbana adjuntar permisos aprobados por la autoridad competente. (de ser el caso)			

10	Balance de situación, estado de pérdidas y ganancias, (2 últimos años de operación) Compañía, de ser el caso			
11	Documento ambiental expedido por el Ministerio de Ambiente, o municipio o autoridad competente (de ser el caso)			
12	Título de propiedad (copias de escrituras) debidamente inscrito del inmueble a aportar.			
13	Certificado de gravámenes del bien a aportar (con historial de 15 años, si es inmueble)			
14	En el caso de inmuebles, comprobante de pago de impuestos municipales del bien a aportar (del año en curso)			
15	Certificado de afectación al predio emitido por el INDA del bien a aportar (si esta en el área rural)			
16	Copia de las escrituras del bien inmueble donde se desarrollará el proyecto (de ser el caso de aportación)			
17	Certificado de gravámenes del Registro Mercantil (de ser el caso)			
18	Certificado de gravámenes original de la Jefatura o Comisión de Tránsito (en caso de vehículos) (de ser el caso)			
19	Copia de matricula del vehículo a aportar (de ser el caso)			
20	Declaración notariada y juramentada sobre las vinculaciones por propiedad o por gestión o por segundo grado de consaguinidad o cuarto de afinidad con la CFN, suscrita por cónyuges de igual manera para los codeudores.			
21	Otros documentos relacionados con la actividad pasada, presente y futuro del deudor (solicitados por la CFN) de ser el caso.			
22	Avalúo actualizado del bien, realizado por un avaluador calificado por la SBS (solicitado por la CFN posterior)			
		Sí	**No**	**Observaciones**
Dispositivo magnético				
1.	Anexo 1: Solicitud de inversión, Anexo 2: Información básica del cliente, (impresas y debidamente suscritas)			
2.	Contenido del proyecto (impreso y grabado en medio magnético)			
3.	Modelo de evaluación financiera y plantillas de la CFN (grabado en medio magnético)			

RECIBIDO

Cliente entregó documentación completa: SI____ NO____

Documentación pendiente:

_____

_____

_____

_____

_____ Nombre analista CFN	_____ Firma	_____ Fecha

Fecha en la que el cliente completa documentación: Mes____ Día_____ Año_____

Nombre:_____ Firma:_____

DOCUMENTACIÓN DEVUELTA AL CLIENTE

_____ Nombre cliente	_____ Firma	_____ Fecha

Primer Piso

Operaciones con Tasas Reajustables

Primer Piso CFN											
Plazo (años)	0-1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tasa Efectiva segmento corporativo	8,25%	8,50%	8,50%	8,90%	8,90%	8,90%	9,08%	9,08%	9,08%	9,08%	9,08%
Tasa Efectiva segmento Empresarial	9,00%	9,25%	9,25%	9,45%	9,45%	9,45%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
Tasa Efectiva segmento PYMES	9,75%	10,50%	10,50%	10,85%	10,85%	10,85%	11,50%	11,50%	11,50%	11,50%	11,50%

La Tasa Base para reajuste es la TPR.
En el mes de julio es de **4.58%**

*** Para el sector corporativo la tasa máxima es de 9.33%**

COSTO DE NÓMINA

COSTO DE NOMINA								7%	7%	7%	7%
AREA	CARGO	SUELDO	INGRESOS	TOTAL BENEF. SOC.	TOTAL COSTO	VAR%	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ADMINSIRATIVA	GERENTE GENERAL	$1,100.00	$1,100.00	$384.90	$1,484.90	35%	$1,484.90	$1,588.84	$1,700.06	$1,819.06	$1,946.40
PRODUCCION	GERENTE DE PRODUCCION	$975.00	$975.00	$343.67	$1,318.67	35%	$1,318.67	$1,410.97	$1,509.74	$1,615.42	$1,728.50
COMERCIAL	GERENTE ADMINSIRATIVO	$850.00	$850.00	$302.44	$1,152.44	36%	$1,152.44	$1,233.11	$1,319.43	$1,411.79	$1,510.61
PRODUCCION	ASISTENTE DE PRODUCCION	$597.00	$597.00	$218.99	$815.99	37%	$815.99	$873.11	$934.23	$999.63	$1,069.60
PRODUCCION	JEFE DE MANTENIMIENTO	$750.00	$750.00	$269.46	$1,019.46	36%	$1,019.46	$1,090.82	$1,167.17	$1,248.88	$1,336.30
PRODUCCION	OPERADOR 1	$264.00	$264.00	$109.16	$373.16	41%	$373.16	$399.28	$427.23	$457.14	$489.13
PRODUCCION	OPERADOR 2	$264.00	$264.00	$109.16	$373.16	41%	$373.16	$399.28	$427.23	$457.14	$489.13
PRODUCCION	OPERADOR 3	$264.00	$264.00	$109.16	$373.16	41%	$373.16	$399.28	$427.23	$457.14	$489.13
PRODUCCION	OPERADOR 4	$264.00	$264.00	$109.16	$373.16	41%	$373.16	$399.28	$427.23	$457.14	$489.13
PRODUCCION	OPERADOR 5	$264.00	$264.00	$109.16	$373.16	41%	$373.16	$399.28	$427.23	$457.14	$489.13
COMERCIAL	ASISTENTE BODEGA P.T.	$330.00	$330.00	$130.93	$460.93	40%	$460.93	$493.19	$527.72	$564.66	$604.18
COMERCIAL	ASISTENTE MP	$300.00	$300.00	$121.03	$421.03	40%	$421.03	$450.50	$482.04	$515.78	$551.89
COMERCIAL	CHOFER 1	$300.00	$300.00	$121.03	$421.03	40%	$421.03	$450.50	$482.04	$515.78	$551.89
COMERCIAL	CHOFER 2	$300.00	$300.00	$121.03	$421.03	40%	$421.03	$450.50	$482.04	$515.78	$551.89
ADMINSIRATIVA	CONTADOR	$600.00	$600.00	$219.98	$819.98	37%	$819.98	$877.38	$938.80	$1,004.51	$1,074.83
ADMINSIRATIVA	ASISTENTE 1	$350.00	$350.00	$137.52	$487.52	39%	$487.52	$521.65	$558.17	$597.24	$639.04
ADMINSIRATIVA	ASISTENTE 2	$350.00	$350.00	$137.52	$487.52	39%	$487.52	$521.65	$558.17	$597.24	$639.04
ADMINSIRATIVA	CREDITO Y COBRANZAS	$600.00	$600.00	$219.98	$819.98	37%	$819.98	$877.38	$938.80	$1,004.51	$1,074.83
ADMINSIRATIVA	ASISTENTE 1	$350.00	$350.00	$137.52	$487.52	39%	$487.52	$521.65	$558.17	$597.24	$639.04
COMERCIAL	GERENTE VENTAS	$650.00	$650.00	$236.47	$886.47	36%	$886.47	$948.53	$1,014.92	$1,085.97	$1,161.99
COMERCIAL	VENDEDOR 1	$300.00	$300.00	$121.03	$421.03	40%	$421.03	$450.50	$482.04	$515.78	$551.89
COMERCIAL	VENDEDOR 2	$300.00	$300.00	$121.03	$421.03	40%	$421.03	$450.50	$482.04	$515.78	$551.89
COMERCIAL	VENDEDOR 3	$300.00	$300.00	$121.03	$421.03	40%	$421.03	$450.50	$482.04	$515.78	$551.89
TOTAL		$10,622.00	$10,622.00	$4,011.37	$14,633.37	38%	$14,633.37	$15,657.71	$16,753.75	$17,926.51	$19,181.36
			ADMINSIRATIVO				$4,587.48	$4,908.55	$5,252.15	$5,619.80	$6,013.19
			COMERCIAL				$5,026.03	$5,377.86	$5,754.31	$6,157.11	$6,588.10
			PRODUCCION				$5,019.91	$3,481.92	$3,725.66	$3,986.46	$4,265.51

COSTOS DE PRODUCCIÓN

Para la determinación del costo directo de producción, se establece una política de 30/70, que quiere expresar que el 70% del precio de venta será el costo de producción este factor será multiplicado por el volumen de producción.

TASA DE CRECIMIENTO		15.00%	15.00%	15.00%	15.00%
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
UNIDADES PRODUCIDAS	795,894	915,278	1,052,570	1,210,455	1,392,024
TASA INFLACIÓN		5.00%	6.00%	7.00%	8.00%
PRECIO K-FE	$ 2.60	$ 2.73	$ 2.89	$ 3.10	$ 3.34
TOTAL DE INGRESOS	$ 2,069,324	$ 2,498,709	$ 3,045,927	$ 3,748,013	$ 4,655,032

Basándonos en la tabla de ingresos determinamos.

Unidades producidas anualmente por tableta:

Total unidades producidas anualmente	795,894
Cantidad de tabletas por empaque anualmente	7,958,940

Unidades producidas diariamente por tableta:

Cantidad de unidades producidas diarias	33,162
Cantidad producidas mensualmente	3,316

Costo de producción (Costos directos)

Para determinar el costo de producción se tomara como referencia

Precio de venta	$	2.60
70% Costo de Producción	$	1.82

Costo de producción, por unidades producidas determinaremos el valor del costo directo de producción con el cual se trabajara para el estado de resultados del proyecto.

Unidades producidas		795,894
Costo de producción	$	1.82
Total costo directos de producción	$	1,448,527

Para determinar los Costos indirectos se consideró lo siguiente:

DETALLE DE COSTOS INDIRECTOS	PARCIAL	TOTAL				
		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
NOMINA ADMINISTRACION		$ 55,049	$ 57,405	$ 59,862	$ 62,424	$ 65,096
NOMINA COMERCIALIZACION		$ 60,312	$ 62,894	$ 65,586	$ 68,393	$ 71,320
SERVICIOS BASICOS ADMINISTRACION Y COMERCIALIZACION		$ 20,000	$ 20,856	$ 21,749	$ 22,679	$ 23,650
AGUA	$ 4,000					
LUZ	$ 10,000					
TELEFONO	$ 6,000					
INTERNET		$ 4,800	$ 5,005	$ 5,220	$ 5,443	$ 5,676
MOVILIZACIONES		$ 2,400	$ 2,503	$ 2,610	$ 2,722	$ 2,838
IMPUESTOS PREDIALES, VARIOS		$ 6,000	$ 6,257	$ 6,525	$ 6,804	$ 7,095
ALQUILER, GALPON, OFICINAS		$ 60,000	$ 60,000	$ 60,000	$ 60,000	$ 60,000
COMISIONES DE VENTAS		$ 60,010	$ 62,579	$ 65,257	$ 68,050	$ 70,963
BONO POR VENTAS ADMINISTRACION		$ 10,347	$ 10,789	$ 11,251	$ 11,733	$ 12,235
MARKETING		$ 38,000	$ 39,626	$ 41,322	$ 43,091	$ 44,935
PRENSA, HABLADA Y ESCRITA	$ 20,000					
PUBLICIDAD; FOLLETOS, TRIPTICOS, PANCARTAS	$ 18,000					
SUMINISTROS		$ 12,000	$ 12,514	$ 13,049	$ 13,608	$ 14,190
GASTOS LEGALES Y DE MARCA		$ 10,000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
LIMPIEZA LOCALES Y OFICINA		$ 3,600	$ 3,754	$ 3,915	$ 4,082	$ 4,257
TOTAL COSTOS Y GASTOS		**$ 342,519**	**$ 344,182**	**$ 356,345**	**$ 369,029**	**$ 382,255**

DETALLE DEPARTAMENTAL					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	$ 181,796	$ 176,581	$ 181,570	$ 186,774	$ 192,199
GASTOS DE VENTAS	$ 160,723	$ 167,602	$ 174,775	$ 182,255	$ 190,056
	$ 342,519	**$ 344,182**	**$ 356,345**	**$ 369,029**	**$ 382,255**