



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS.**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y  
ADUANAS.**

**TESIS:**

**PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN  
COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA EXPORTACIÓN DE CREMA  
DE GEL DE BABA DE CARACOL A AUSTRALIA CON FINES  
DERMATOLÓGICOS.**

**AUTOR:**

**JHONNY PAÚL AGUILAR CORONEL**

**DIRECTOR DE TESIS:**

**ECO. WILSON EDUARDO JÁCOME**

**QUITO-FEBRERO 2014**

# DEDICATORIA

Quiero en especial dedicar la realización de este proyecto de tesis a mi hija Sol Emilia Aguilar Pérez quien es mi principal inspiración y el motivo más grande para mi superación diaria.

A mis padres Mario y Lucía que son pilares fundamentales en mi vida, a mi esposa Cristina Nathaly Pérez Corrales por su constante apoyo, sin ustedes jamás habría conseguido esto.

Jhonny Paúl Aguilar Coronel.

# AGRADECIMIENTO

Quiero principalmente agradecer a Dios por ser siempre la guía en mi camino,  
a mis padres que con su esfuerzo y lucha constante han sido un  
ejemplo a seguir y destacar, su perseverancia conmigo ha logrado  
que pueda dar un paso más en mi vida y conseguir este logro.

A mi esposa e hija que son lo más hermoso que Dios me puso en el camino,  
con su amor cualquier cosa es posible para mí.

A mis hermanos que con sus consejos y enseñanzas han grabado  
en mi cabeza el sentido de responsabilidad y profesionalismo,  
por ser mis mejores amigos cuando más los necesite.

A mis profesores que con su conocimiento impartido han logrado que  
pueda llegar a este día con la preparación adecuada, gracias  
también por ser no solo mis profesores, sino también mis amigos.

A todas las personas que he tenido como jefes hasta en el momento  
por su apoyo y confianza ya que han sido otros docentes  
dentro de mi vida profesional.

## **RESPONSABILIDAD**

“Del contenido total del presente documento me hago responsable”

.....

Jhonny Paúl Aguilar Coronel

C.I. 171531446-2

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>CAPÍTULO 1 EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>15</b>
1.1. Tema.....	15
1.2. Planteamiento del problema.....	15
1.3. Formulación del problema.....	15
1.4. Sistematización del problema .....	15
1.5. Objetivos .....	16
1.5.1. Objetivo General.....	16
1.5.2. Objetivos específicos.....	16
1.6. Justificación e importancia del tema.....	17
1.7. Marco referencial .....	18
1.7.1. Marco teórico .....	19
1.7.2. Marco legal .....	23
1.7.3. Marco conceptual.....	26
1.8. Hipótesis .....	27
1.9. Metodología de investigación.....	27
1.9.1. Tipo de investigación .....	27
1.9.2. Métodos .....	27
1.9.3. Población .....	28
1.9.4. Muestra.....	29
1.9.5. Mercado Meta .....	29
1.9.6. Cálculo del tamaño de la muestra.....	30
1.9.7. Técnicas para recopilar información .....	31

<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>32</b>
<b>ANTECEDENTES</b> .....	<b>32</b>
2.1. Antecedentes históricos .....	32
2.2. Características del sector .....	33
2.3. Características de la producción del bien o servicio.....	35
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>39</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	<b>39</b>
3.1. Objetivo del estudio de mercado .....	39
3.2. Metodología para la cuantificación de la demanda .....	39
3.3. Recolección de la información.....	40
3.4. Procesamiento de la información .....	49
3.5. Cuantificación de la demanda .....	49
3.6. Cuantificación de la oferta .....	51
3.7. Oferta del proyecto .....	56
3.8. Comercialización del bien.....	56
3.9. Marketing mix .....	57
3.9.1 Producto .....	57
3.9.2 Precio.....	58
3.9.3 Plaza.....	58
3.9.4 Promoción.....	59

<b>CAPÍTULO 4 .....</b>	<b>61</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO –ADMINISTRATIVO.....</b>	<b>61</b>
4.1. Objetivo del estudio técnico-administrativo .....	61
4.2. Tamaño del proyecto.....	61
4.2.1 Tamaño propuesto del proyecto .....	61
4.2.1.1 Tamaño y la demanda .....	61
4.2.1.2 Tamaño y tecnología .....	62
4.2.1.3 Tamaño y financiamiento.....	62
4.3. Localización del Proyecto.....	62
4.3.1 Macro localización .....	63
4.3.2 Micro localización.....	64
4.4. Ingeniería del Proyecto.....	65
4.4.1 Distribución de las Instalaciones.....	65
4.4.2 Descripción del proceso.....	66
4.4.3 Requerimientos técnicos.....	67
4.5. Estructura administrativa .....	70
4.5.1 La Empresa .....	70
4.5.2 Base Filosófica de la Empresa .....	74
4.6. Manual de Funciones .....	77
4.7. Procesos de exportación .....	85
4.7.1 Requerimientos para la exportación .....	85
4.7.2 Aranceles.....	95
4.7.3. Requerimientos fitosanitarios.....	97
4.7.4. Formas de cobro de las exportaciones .....	99

<b>CAPÍTULO 5 .....</b>	<b>101</b>
<b>LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN.....</b>	<b>101</b>
5.1. Elaboración del producto.....	101
5.1.1 Proceso de comercialización de la crema de baba de caracol .....	104
5.2. Empaquetado y etiquetado.....	105
5.3. Embalaje .....	106
5.4. Transporte.....	107
5.5. Seguro.....	108
5.6. Comercialización .....	108
<b>CAPÍTULO 6 .....</b>	<b>109</b>
<b>INVERSION Y FINANCIAMIENTO .....</b>	<b>109</b>
6.1. Inversiones .....	109
6.1.1 Propiedad planta y equipos .....	109
6.1.2 Activos intangibles .....	111
6.1.3 Capital de Trabajo .....	111
6.1.4 Resumen de inversión inicial .....	112
6.2. Financiamiento.....	113
6.2.1 Estructura del Financiamiento .....	113
6.2.2 Tabla de amortización del crédito .....	114



<b>CAPÍTULO 7 .....</b>	<b>117</b>
<b>COSTOS, GASTOS E INGRESOS.....</b>	<b>117</b>
7.1. Costos de operación .....	117
7.1.1 Mercadería .....	117
7.1.2 Mano de obra directa.....	117
7.2 Gastos administrativos .....	119
7.3. Gastos de ventas .....	120
7.4. Depreciación .....	122
7.5. Ingresos.....	123
7.5.1 Datos generales.....	123
7.5.2 Ingresos por ventas .....	123
<b>CAPÍTULO 8.....</b>	<b>124</b>
<b>EVALUACION FINANCIERA.....</b>	<b>124</b>
8.1 Estados financieros .....	124
8.1.1 Estado de situación inicial .....	125
8.1.2 Estado de resultados proyectado .....	126
8.1.3 Flujo de caja .....	127
8.2 Costo de oportunidad .....	127
8.3 Valor actual neto (VAN).....	128
8.4 Tasa interna de retorno (TIR).....	129
8.5 Periodo de recuperación de la inversión .....	130
8.6 Punto de equilibrio.....	131
8.7 Gráfico del punto de equilibrio .....	132

<b>CAPÍTULO 9 .....</b>	<b>133</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>133</b>
7.1. Conclusiones.....	133
7.2. Recomendaciones.....	134
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>135</b>
<b>Anexo 1 .....</b>	<b>136</b>
<b>Anexo 2 .....</b>	<b>137</b>
<b>Anexo 3 .....</b>	<b>138</b>
<b>Anexo 4 .....</b>	<b>139</b>
<b>Anexo 5 .....</b>	<b>140</b>
<b>Anexo 6 .....</b>	<b>141</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1. Distribución por edad en Australia.....</b>	<b>28</b>
<b>Tabla 2. Cálculo demanda aproximada .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 3. Cuantificación de la oferta total .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 4. Cuantificación de oferta por países .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 5. Proyección de oferta de mercado.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 6. Datos principales de embarque .....</b>	<b>107</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Exportaciones de Ecuador a Australia .....	55
Gráfico 2. Presentación similar del envase.....	57
Gráfico 3. Canal de comercialización de gel de baba de caracol.....	59
Gráfico 4. Flujograma del proceso .....	67
Gráfico 5. Logo de la empresa .....	71
Gráfico 6. Requisitos para obtención de RUC persona jurídica .....	72
Gráfico 7. Organización administrativa-posicional .....	74
Gráfico 8. Manual de funciones .....	77
Gráfico 9. Responsabilidades Incoterms .....	94
Gráfico 10. Proceso de comercialización del producto .....	104
Gráfico 11. Empaquetado .....	105
Gráfico 12. Embalaje similar para envío.....	106
Gráfico 13. Punto de equilibrio .....	132

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Matriz locacional .....	64
Cuadro 2. Sueldos Personal .....	68
Cuadro 3. Requerimientos equipos de operación .....	68
Cuadro 4. Requerimiento muebles y enseres .....	69
Cuadro 5. Requerimiento equipos de computación .....	69
Cuadro 6. Requerimiento suministros de oficina .....	69
Cuadro 7. Requerimiento insumos de limpieza .....	70
Cuadro 8. Los accionistas .....	73
Cuadro 9. Propiedad planta y equipo .....	110
Cuadro 10. Instalaciones <i>para</i> centro de acopio .....	110
Cuadro 11. Útiles de oficina .....	110
Cuadro 12. Activos intangibles .....	111
Cuadro 13. Capital de trabajo .....	112
Cuadro 14. Resumen de inversión inicial .....	112
Cuadro 15. Estructura del Financiamiento .....	113
Cuadro 16. Amortización .....	114
Cuadro 17. Costos mercadería .....	116
Cuadro 18. Mano de obra directa .....	118
Cuadro 19. Gastos administrativos .....	119
Cuadro 20. Personal administrativo .....	119
Cuadro 21. Gastos generales .....	120
Cuadro 22. Gastos de ventas .....	120
Cuadro 23. Costos de exportación .....	121
Cuadro 24. Depreciación .....	122

<b>Cuadro 25. Estado de situación inicial .....</b>	<b>125</b>
<b>Cuadro 26. Estado de resultados proyectado .....</b>	<b>126</b>
<b>Cuadro 27. Flujo de caja .....</b>	<b>127</b>
<b>Cuadro 28. Valor actual neto .....</b>	<b>129</b>
<b>Cuadro 29. Periodo de recuperación de la inversión .....</b>	<b>130</b>
<b>Cuadro 30. Costos y gastos anual .....</b>	<b>131</b>

## **CAPÍTULO 1**

### **EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Tema**

Plan de negocios para exportación de crema de gel de baba de caracol a Australia con fines dermatológicos.

#### **1.2. Planteamiento del problema**

La exportación de gel de baba de caracol al mercado australiano y la aceptación del producto por parte del consumidor.

#### **1.3. Formulación del problema**

¿Es factible y rentable la exportación de gel de baba de caracol para uso dermatológico a Australia?

#### **1.4. Sistematización del problema**

- ¿Existe demanda de gel de baba de caracol en Australia?
- ¿Existe suficiente oferta de materia prima para la fabricación de gel de baba de caracol en nuestro país para cubrir la demanda en Australia?
- ¿Es viable la exportación de gel de baba de caracol desde el punto de vista legal en nuestro país?

- ¿Es viable la exportación de este tipo de productos para el comercio exterior en Ecuador?
- ¿Es rentable para las empresas la exportación de gel de baba de caracol como producto no tradicional desde el Ecuador?

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad y rentabilidad para la exportación de gel de baba de caracol con fines dermatológicos a Australia.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercados para determinar la posible demanda, oferta y canales de distribución.
- Ejecutar un estudio técnico a través del cual se establecerá el tamaño y localización del proyecto.
- Revisar en base a los aranceles y permisos legales, las barreras que se puedan presentar para la ejecución del proyecto.
- Determinar la logística adecuada para el proceso de recepción y envío del producto al exterior y en tiempos adecuados.
- Elaborar el respectivo estudio financiero por medio del cual se determinará la factibilidad y rentabilidad del proyecto.



## **1.6. Justificación e importancia del tema**

Esta investigación permite el desarrollo dentro del sector industrial a los laboratorios encargados de la producción de gel de baba de caracol y otros productos similares que los realizan a través del planteamiento de procesos y directrices, con el fin de obtener un producto terminado para que el sector comercial se encargue de distribuirlo y de esta forma tratar de convertir a los dos sectores en fuentes de ingresos por divisas por la exportación del producto a otros países estableciendo una marca reconocida procedente del país.

### **¿Quiénes se benefician?**

El principal beneficiario será la empresa con nombre comercial HEALT EXPORT, constituida a partir de la demostración de viabilidad realizada a través del presente estudio, debido a las utilidades del negocio que se va a realizar. También los habitantes de la provincia de Pichincha pues la empresa está ofreciendo oportunidades de trabajo para dos sectores muy significativos de nuestro país, de igual forma mientras más éxito se consiga en el mercado internacional por medio de la marca, será más la oportunidad de seguir brindando trabajo a nuestra gente y de manera constante.

Finalmente el Ecuador por el ingreso de divisas que ayuda a nuestra economía y luego por mostrar al mercado mundial un producto ecuatoriano diferente a los tradicionales de exportación, esto ayuda a que Ecuador sea reconocido además de la calidad en sus productos, por la diversidad que podemos ofrecer como país, esto puede ser una cierta ventaja frente a los demás países que son nuestra competencia pero que no han llegado aún a llevar un producto similar a otros mercados que no sea el suyo.

## **1. 7. Marco referencial**

### **1.7.1. Marco teórico**

#### **1.7.1.1 Características del producto**

La utilización de este producto cosmetológicamente fue descubierta gracias a los efectos observados cuando la piel humana entra en contacto con las secreciones (o baba) que el caracol produce.

Para que los cosméticos a base de baba de caracol sean eficaces deben ser elaborados con la secreción que el caracol genera ante determinados estímulos externos que ayudan a reparar su piel y protegerse de las agresiones externas, no con la baba que el caracol desprende normalmente en sus desplazamientos ya que esta no consta en la misma cantidad de los agentes que benefician la piel del ser humano.

La secreción del caracol obtenida en estado de estrés es extremadamente rica en proteínas y polisacáridos (agentes regeneradores) y nada tiene que ver con la baba que el caracol segrega durante su desplazamiento cuya única función es permitir su movilidad.

Los resultados que este producto brinda se apreciarían en el primer mes de tratamiento, aunque se recomienda un tratamiento no inferior a 90 días para lograr una notable mejoría del aspecto y estado de la piel.

Este extracto contiene Alantoína en una forma natural que es rápidamente absorbida hacia las capas internas de la piel humana.

Tiene también proteínas y vitaminas que contribuyen al enriquecimiento y suavidad de la piel, antibióticos naturales, colágeno y elastina que son los principales componentes del tejido conectivo de la piel.

Incluso tiene ácido glicólico, que hace posible la exfoliación o peeling, eliminando las células muertas que se encuentran sobre la piel.

Ayuda a eliminar tejidos necróticos sustituyéndolos por tejidos nuevos y actúa como anti irritante.

Contiene antibiótico natural y proteínas anti inflamatorias las cuales combaten la bacteria que produce el acné.

Combate arrugas, atenúa manchas, mejora cicatrices, ayuda controlar quemaduras de menor grado, disminuye estrías.

Es un poderoso anti age ya que gracias a la melatonina ayuda a retrasar los efectos del envejecimiento y del paso del tiempo en la piel.

#### **1.7.1.2 Antecedentes en el mundo**

La secreción o llamada también “limasina” de esta especie de molusco (*Helix aspersa*) es conocida por su efecto curativo sobre la piel ya que contiene en forma natural Alantoína, Colágeno, Elastina y Acido Glicólico (elementos conocidos en el campo de la cosmetología y dermatología).

Se han encontrado indicios que en la antigua Grecia a fines del siglo XVII había existido un remedio a base de caracol y concretamente su baba de nombre

ELICINA que se usaba para el tratamiento de úlceras gastrointestinales, esto debido a su gran poder regenerador, también se lo utilizaba a modo de jarabe para atenuar la tos.

Su utilización para uso dermatológico se da a finales del siglo XIX a manos del doctor español Rafael Abad Iglesias quien posteriormente fallecería en mayo del año 2003, él sería el encargado de buscar un animal apropiado para estudiar las alteraciones cromosómicas que provocan en los pacientes oncológicos las radiaciones ionizantes que aplican los aparatos de Radioterapia.

Procede a someter a rayos X y gamma producidos por el cobalto-60 a un pequeño caracol de la especie antes mencionada y se fija en la segregación que este molusco produce para protegerse y recuperarse de las lesiones que le producía este sometimiento con sorprendente rapidez, esto lo puso a pensar si podría tener la misma reacción defensiva y curativa en un humano dando paso a la creación de la crema de baba de caracol.

Los productos elaborados en base a la limasina o baba de caracol están especialmente indicados para el cuidado de la piel, ya sea prevención como para el tratamiento de problemas dermatológicos, rejuvenecer la piel, eliminar y atenuar arrugas/ manchas de la piel, disimular cicatrices y estrías, regenerar tejidos dañados por heridas y quemaduras, tratar el acné, verrugas, combatir la “piel de naranja”, etc.

Desde 1980 la familia chilena Bascuñán desarrolló un criadero de caracoles para exportar su carne a Europa pero al manipularlos pudo comprobar que las manos de quienes topaban los caracoles quedaban extremadamente suaves y

que las pequeñas heridas producidas por el manejo de las jaulas sanaban rápidamente sin infectarse y sin dejar cicatriz.

### **1.7.1.3 Antecedentes en el Ecuador**

El Ecuador es considerado como un productor agropecuario potencial debido a la riqueza de sus suelos, disponibilidad de agua, clima y luminosidad solar, con respecto a sus países vecinos.

El caracol es un producto que se puede producir en Europa sólo durante seis meses del año a diferencia de nuestro país que se lo puede producir durante todo el año gracias a las condiciones climáticas indicadas arriba.

El cultivo de caracol en el Ecuador se menciona desde la década de los ochenta cuando se hicieron cultivos privados en la zona de Guayllabamba, que viene a ser la pionera en helicultura comercial en nuestro país.

Posteriormente a mediados de los noventa en nuestro medio se realizan eventos para fomentar la helicultura lo que atrae inversiones con capital extranjero y nacional, una de las más importantes en Niebli, (cerca de la Mitad del Mundo), en Cayambe a través de la Casa Campesina, varias comunidades emprenden en criaderos de orden artesanal.

A principios del año 2.000 se experimenta un crecimiento de la helicultura en nuestro medio, mucha gente usa la tierra que posee en sus propiedades para que pequeños y medianos inversionistas emprendan el cultivo de caracoles.

En el 2003 por medio del PROMSA (Programa de Modernización del Sector Agropecuario) se realizó un estudio en la sierra ecuatoriana donde se determinó como resultado que las zonas de producción más representativas son Pichincha y los alrededores de Quito, en el centro del país en la provincia de Bolívar, en el austro Cuenca y Loja.

En la costa (Guayaquil), se ha fomentado la helicultura de pequeña escala por empresas que repiten el mismo esquema sucedido en la sierra.

#### **1.7.1.4 Producción Nacional**

El ambiente húmedo es ideal para los caracoles, en un inicio para quienes disponían de los recursos suficientes no fue obstáculo hacer inversiones elevadas, pagar por un reproductor que inicie el proceso pero para las inversiones de menor cuantía la estrategia fue diferente, se adquiría el pie de cría en las comunidades de Cayambe.

Se produjo la creación de Asociaciones de Productores, mismas que en diferentes zonas del país surgen como la solución al tema de exportación logrando la inclusión del caracol en los registros de exportaciones y así los productos derivados de este que son no tradicionales en las exportaciones de nuestro país.

Ahora el Ecuador cuenta con varios helicultores ubicados en las diferentes provincias de nuestro país: Costa, Sierra y Oriente; en Guayas (Guayaquil), Carchi, Imbabura, Pichincha (Cayambe – Santo Domingo de los Colorados - Sangolquí - Valle de Tumbaco – Nanegal – Nanegalito - Los Bancos- Quito), Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Napo, Loja, Tena y Cañar.

A partir del 2.005 apareció en nuestro país una plaga que empezó a dañar las plantaciones de otros productos, en Ecuador se han identificado dos especies: la africana, que se caracteriza por su gran tamaño (hasta 20 centímetros) y la especie manzana, que es pequeña y perjudica principalmente a los cultivos de arroz.

Por el momento y de acuerdo a estudios realizados se ha logrado detectar en 12 provincias dentro de nuestro país por lo que ya AGROCALIDAD , la entidad estatal que coordina acciones con otras instituciones públicas para enfrentar las plagas del caracol, hasta el momento ha iniciado contactos con expertos de Estados Unidos, la República de Fiji, y Filipinas para solucionar este inconveniente pero recalando que la estrategia está destinada al control y disminución de poblaciones de estos tipos de caracoles encontrados.

El uso de la baba de caracol comenzó hace aproximadamente ocho años atrás en el Ecuador. Muchas de esta son vendidas por productores informales, y es por ello que se recomienda no usarlo.

## **1.7.2. Marco legal**

### **1.7.2.1 Acuerdos comerciales de Ecuador**

Ecuador en la actualidad pertenece a los siguientes bloques económicos:

- ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN (ALADI) desde 1980
- COMUNIDAD ANDINA (CAN) desde 1969
- SISTEMA GLOBAL DE PREFERENCIAS COMERCIALES ENTRE LOS PAÍSES EN DESARROLLO (SGPC) desde 1971

Estos acuerdos o convenios nos otorgan como país la preferencia en gravámenes (derechos arancelarios aduaneros) y demás restricciones aplicadas por las partes pertenecientes a los bloques señalados en la importación de productos negociados en el mismo, siempre y cuando los productos sean originarios del país que se acoge a la preferencia, esta puede ser parcial o total dependiendo el producto en cuestión. Cabe recalcar que para nuestro caso con Australia estaría dentro del SGPC pero siempre y cuando el producto sea parte del listado de los acordados.

Lo que buscan los acuerdos o convenios es un libre comercio entre los países integrantes donde tenga como características: la eliminación de barreras en la comercialización de productos de sus áreas y una política de comercio exterior común (mismo arancel para todos los países).

#### **1.7.2.2 Relaciones comerciales de Ecuador con Australia**

La relación de nuestro país con Australia en lo comercial es pequeña pero a partir del año 2006 ha incrementado gradualmente, esto ha permitido que de Australia hacia Ecuador se realice la exportación de productos como medicamentos, partes de vehículos, madera, entre otros y así mismo las exportaciones desde Ecuador hacia Australia se ha evidenciado en productos como la cocoa, fruta preservada, jugos de frutos y alimento animal.

Entre los años 2001 y 2002 Australia ha contribuido para el desarrollo de América a un fondo de la Organización de Estados Americanos (OEA) que asistió a Ecuador entre otros países.

Las propuestas para fortalecer la relación entre ambos países se está basando en los sectores de energía y minería, existe también la opción de que empresas australianas inviertan en servicios y equipamiento de



telecomunicaciones, infraestructura portuaria y tecnologías de información, La cooperación para la creación de negocios agropecuarios y turismo podrían también generar nuevas oportunidades.

En mayo del 2012 hubo un contacto entre el viceministro de nuestro país y un enviado de la primera ministra de Australia para estrechar los lazos entre ambos países y hablar sobre temas políticos / comerciales donde quedo claro el interés de Australia por conocer el potencial exportador de nuestro país.

Actualmente con el fin del tratado ATPDEA con los Estados Unidos el gobierno ha realizado contactos con la comunidad europea en busca de oportunidades de negocios y acuerdos que beneficien posibles negocios que se puedan mantener.

### **1.7.2.3 Normativa legal del Ecuador**

La Política Comercial del Ecuador está normada por la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI) y aprobada por el Congreso Nacional desde el 22 de mayo de 1997.

La LEXI creó el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEX) de la cual la principal función es determinar las políticas de comercio exterior de bienes, servicios y manufacturas, considerando los compromisos internacionales asumidos por el país.

Las áreas sobre las cuales tiene competencia el COMEX son:

1. Política Arancelaria (En base al arancel y la Ley Orgánica de Aduanas)
2. Negociaciones internacionales.
3. Políticas para el desarrollo de los regímenes especiales
4. Medidas para contrarrestar el comercio desleal.
5. Definir las políticas tendientes a lograr mayor competitividad de la producción nacional.
6. Aprobar el plan de promoción de exportaciones.

Adicional a esto en el Ecuador se requiere la elaboración de licencias para importaciones/exportaciones de productos agropecuarios como parte de los controles sanitarios y fitosanitarios.

### 1.7.3. Marco conceptual

- **Ácido glicólico:** Llamado también HIDROXIACETICO y se presenta de forma incolora, inodora en estado natural y es utilizada cosmetológicamente por la reestructuración celular que se consigue con su uso. Elimina las capas superficiales de la piel y mejora los folículos pilosos favoreciendo el paso de las sustancias aplicadas en la superficie.
- **Alantoína:** Su nombre proviene de alantoides que es una estructura que está unida al cordón umbilical de los mamíferos que lo producen, puede ser un compuesto químico y se encuentra en forma natural en la secreción o baba del caracol (*Helix aspersa*). Es un estimulante de la epitelización de la piel que hace posible su regeneración.
- **Helix aspersa:** Especie de molusco de vida terrestre de las varias del género *Helix*, utilizada para la realización de productos dermatológicos por la cantidad de alantoína que desprende.

- **Limasina:** Conocida comúnmente como baba de caracol, es el nombre que se le da a la secreción que emana este molusco y es utilizada normalmente con fines cosmetológicos.
- **Melatonina:** Es una sustancia natural producida por la glándula pineal (epífisis) presente en todas las formas de vida, actúa de forma directa y se utiliza normalmente para eliminar características típicas del envejecimiento en las personas.
- **Tejidos necróticos:** Es la degeneración de un tejido causado por la muerte de sus células debido a una falta de suministro de sangre en ese sector, es húmeda y amarillenta pero al secarse presenta un color negro y se endurece formando una especie de capa.

## 1.8. Hipótesis

La exportación de gel de baba de caracol con fines dermatológicos hacia Australia es técnicamente factible y económicamente rentable.

## 1.9. Metodología de investigación

### 1.9.1. Tipo de investigación

Existen varios tipos de investigación:

- Descriptiva: Describe el problema
- Correlacional: Relaciona las variables que intervienen en el proceso.
- Explicativa: Explica los aspectos que intervienen en el proceso.
- Exploratoria: Investiga un tema poco conocido

En este plan se utilizará el método descriptivo ya que se debe tener en cuenta los gustos, preferencias, frecuencia de uso, etc. en el mercado australiano.

### 1.9.2. Métodos

Inductivo: Relacionado con la experimentación (experiencias vividas que pueden integrarse a la teoría) donde se tiene como resultado la aceptación o el rechazo, parte de lo particular a lo general y se basa en la recopilación de ideas o vivencias.

Deductivo: Parte de lo general para alcanzar situaciones particulares, considera que la conclusión se halla implícita en las premisas y basa su criterio en una ley general.

### 1.9.3. Población

**Habitantes Australia:** 22.015.576 (Actualizado a Julio 2011)

#### 1.9.3.1 Distribución por edad

**Tabla 1. Distribución por edad en Australia**

<b>0-14 años:</b>	18,3%	(hombres	2.040.848/mujeres	1.937.544)
<b>15-64 años:</b>	67,7%	(hombres	7.469.092/mujeres	7.266.143)
<b>65 años y más:</b>	14%	(hombres	1.398.576/mujeres	1.654.508) (2011.)

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

**Tasa de crecimiento**

1,126% (2011)

**Tasa de natalidad**

12,28 nacimientos/1.000 habitantes (2011.)

**Tasa de mortalidad**

6,94 muertes/1.000 habitantes (Julio 2011)

**Tasa de migración neta**

5,93 migrante(s)/1.000 habitantes (2011)

**Tasa de alfabetización**

99%

**Fuente:** <http://www.indexmundi.com/es/australia.html>

**1.9.4. Muestra**

El producto está delimitado a la población comprendida entre los 15 y 64 años de los mostrados en la información arriba, estos conforman el 67.7% y comprenden 14.735.235 habitantes de la población total.

**1.9.5. Mercado Meta**

De la población escogida para la delimitación del producto se escoge la ciudad de Melbourne que después de Sídney es la 2da. Ciudad con mayor población en Australia, conformada por 3.6 millones de habitantes de los cuales el 28.19% están dentro de las edades promedio analizadas entre hombres y mujeres. Melbourne además consiguió el puesto 16 dentro de las 50 principales ciudades financieras evaluadas en una encuesta hecha por el Índice de Centros de Comercio Mundial de Master Card (2007) y es la segunda ciudad

con más habitantes, sólo superada por Sídney. Y es que Melbourne ha sido una atracción cada vez mayor para conferencias de los mercados nacionales e internacionales. La construcción de un centro de convenciones internacional comenzó en febrero de 2006, e incluye, también, un Hotel Hilton y distrito comercial junto al Centro de Convenciones y Exhibiciones de Melbourne, que va a conectar el desarrollo a lo largo del río Yarra con el distrito de Southbank y la reurbanización de Docklands.

#### **1.9.6. Cálculo del tamaño de la muestra**

El universo a utilizar para calcular la muestra corresponde a la población segmentada que será 485.913 correspondiente a la cantidad de mujeres iguales o mayores de 18 años en la ciudad de Melbourne Australia (Bureau of Statistics Australia, 2013).

#### **Fórmula para el cálculo de la muestra**

$$n = \frac{Z^2 P q N}{[(N - 1) e^2] + (Z^2 P q)}$$

#### **Donde:**

**N:** Universo poblacional = 485.913

**Z:** Varianza o nivel de confianza con un 95% = 1,96

**P:** Probabilidad = 0,50

**q:** No probabilidad = 0,50

**e:** Margen de error = 0,06

3% = Óptimo

5% = Común

6% = Para tesis

10% = Proyectos

**Para el presente caso se ocupará un margen de error de 6%**

$$1,96^2 * 0,50 * (0,50) * (485.913)$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * (0,50) * (485.913)}{[(485.913 - 1) * 0,06^2] + 1,96^2 * (0,50) * (0,50)}$$

$$n = \frac{466670,8452}{1750,2472} = 266.63 = 267 \text{ encuestas}$$

### **1.9.7. Técnicas para recopilar información**

Se utilizarán fuentes primarias y secundarias, entre las primarias está principalmente las encuestas a los potenciales clientes. Entre las fuentes secundarias estarán estudios realizados al mercado australiano, así como estudios sobre la baba de caracol y su comercialización.

## CAPÍTULO 2

### ANTECEDENTES

#### 2.1. Antecedentes históricos

El consumo de caracoles ha evolucionado desde la época de los antiguos griegos hasta llegar a ser un rubro muy importante para Europa, sobretodo Francia, que es el principal consumidor de estos animales con un volumen de importación de alrededor de 2,825 TN, con un valor de US \$14'820,000. Siendo seguido en valor por Grecia, Portugal, España e Italia. (Risco, 2008).

El extracto helix aspersa muller (la base para la crema) fue descubierto por azar, gracias a los efectos observados cuando la piel humana entra en contacto con las secreciones (o baba) que el caracol silvestre produce.

La misma sustancia que el caracol utiliza para regenerar su piel e incluso su concha calcárea cuando sufre un daño.

Desde 1980, la familia chilena Bascuñán desarrolló un criadero de caracoles para exportar su carne a Europa. Al manipularlos se comprobó que las manos de los operadores quedaban extremadamente suaves y, más aún, las pequeñas heridas producidas por el manejo de las jaulas sanaban rápidamente sin infectarse y sin dejar cicatriz alguna.

El doctor Fernando Bascuñán y Gualt, entonces estudiante de Medicina, condujo en el laboratorio un estudio científico del extracto del caracol de tierra chileno, y confirmó las facultades regeneradoras y cicatrizantes del producto. Luego, una vez que un equipo de investigadores diseñó un proceso para



obtener las secreciones, conservarlas y producir una crema de uso tópico, se procedió a patentar el producto en la Organización Mundial de Patentes Industriales (OMPI), con sede en Ginebra, Suiza.

Ese extracto contiene Alantoína en una forma natural, la que al estar biodisponible es rápidamente absorbida hacia las capas internas de la piel humana.

También tiene proteínas y vitaminas, que contribuyen al enriquecimiento y suavidad de la piel; antibióticos naturales, colágeno y elastina (principales componentes del tejido conectivo de la piel). Incluso tiene ácido glicólico, que hace posible la exfoliación o peeling, eliminando las células muertas que se encuentran sobre la piel (Bascuñán, 2005).

## **2.2. Características del sector**

Cuando se inició el cultivo de estos famosos gasterópodos, actividad conocida como la helicultura, nadie podía imaginar el potencial, la rentabilidad y sobre todo la aceptación que tendrían los caracoles en el Ecuador, ya que la carne de este animal es conocida como "Manjar de Reyes" debido a su alto poder nutritivo, su riqueza en proteínas y sobre todo su precio.

De modo que todos han volcado sus mejores esfuerzos para ingresar en esta nueva actividad.

La crianza de caracoles es un negocio, en el cual no se requiere mayor inversión tanto en capital como en mano de obra, se tiene una rentabilidad alta y sobre todo está dirigida hacia la exportación.

Se afirma que los caracoles son tan viejos como la humanidad. Lo cierto es que la producción de caracoles de la familia HELIX entre ellos la GROSS GRIS, ya no se producen solamente en Europa, en países Asiáticos o en América Latina, sino en el Ecuador las ventajas competitivas con las que cuenta el país, permiten afirmar que muy pronto el país se convertirá en uno de los mayores productores de caracoles para la exportación de la zona.

El caracol se lo puede cultivar en el Ecuador, todo el año, el único requisito es que se cuente con una temperatura entre 14 y 24 grados C. y una humedad que va entre 70 y 90 por ciento.

Con los caracoles se ha identificado la oportunidad de iniciar una nueva actividad comercializadora y este momento ya se han firmado los convenios para obtener las normas internacionales y el registro sanitario para la comercialización local, regional e internacional.

La Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Caracoles (Escargots) y Afine "APECYA" se encuentra buscando nuevas oportunidades de negocio, para obtener las certificaciones internacionales y para firmar contratos de distribución en esos mercados.

Según un equipo de científicos de la Universidad Autónoma de Madrid (2011) señalan que el caracol por las impresionantes propiedades que tiene sirve para combatir la bronquitis, dolores de garganta y gastrointestinales, su baba es utilizada para elaborar cremas suavizantes para uso cosmético.

Hoy por hoy en el país se creando la cultura del caracol, prueba de ello es que ya se han realizado varios eventos de capacitación sobre producción de caracoles para la exportación en ciudades ecuatorianas como Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja y en todo el Ecuador.

En el mercado ecuatoriano se ha identificado tres marcas en disputa: Elicina, Elina y Licina. La última, incluso, fue retirada para evitar líos de competencia ilegal por la utilización de nombres parecidos.

- La primera, de origen chileno, declara ser la auténtica por ser patentada y comercializada por su creador, Fernando Bascuñán
- La segunda demanda sus bondades y también el haber hecho una gran campaña de publicidad y comercialización.

La representante para el Ecuador (Marketing World) de Elicina, inició una indagación jurídica para demandar a las otras marcas por competencia desleal.

La gerencia de la firma comercializadora pidió una explicación a Licina, la cual se vendía por TVentas por el nombre similar que se utilizaba para la comercialización del producto por lo que el gerente de esta firma señaló que se buscó otro nombre para presentar su artículo llamándolo Celltone que es el nombre con el cual se exporta actualmente por parte de ellos y así se evito cualquier problema legal.

### **2.3. Características de la producción del bien o servicio**

En el ámbito mundial el Ecuador es considerado como un productor agropecuario potencial, debido a las bondades de tipo ecológico como a la riqueza de sus suelos, disponibilidad de agua, clima y luminosidad solar, lo que le otorga ventajas competitivas respecto a sus países vecinos.

Estos elementos permiten al país obtener una variedad de productos tanto nativos como exóticos, los que han dado excelentes resultados y alentadoras perspectivas de mercados, tanto nacionales como internacionales.

El caracol que se produce en el país es el *Helix aspersa*, debido a que se adapta mejor al cautiverio, es conocido comúnmente como caracol gris. Existen dos tipos de caracoles grises, estos son el Müller y el Máxima. Comercialmente el primero se lo identifica como Petit-Gris y el segundo como Gros-Gris. Los dos son muy parecidos y apenas se diferencian por el tamaño.

En Ecuador se comercializa de preferencia el Gros-Gris por su mayor tamaño, el caracol se lo comercializa en el Ecuador, principalmente en las ciudades de Quito y Guayaquil de distintas maneras:

- Caracol vivo para faenar.
- Carne de caracol faenada y congelada.
- Caracoles semicocidos en su concha.
- Conservas.
- Enlatados.
- Platos preparados.
- Reproductores, juveniles e infantiles para engorde.

Así mismo tenemos como derivados del caracol los siguientes:

- Huevos que se los vende como caviar blanco.
- Conchas que son utilizadas para elaborar balanceados por su alto contenido de calcio, por los artesanos para la fabricación de objetos como collares o adornos y en la alta cocina para la presentación de platos.
- Vísceras y heces que se las utilizan como abono orgánico previa descomposición.
- La baba es utilizada en la cosmética y la medicina.

Esta última es la que se utiliza para la elaboración del producto que vamos a comercializar.

Según la Corporación de Helicicultores del Ecuador (CORHE), la producción helicícola en el Ecuador se inicia desde aproximadamente unos veinte años, sin embargo, en la última década esta actividad ha comenzado a desarrollarse favorablemente y a llamar el interés de los inversionistas.

La producción nacional se encuentra a cargo de aproximadamente quinientos helicicultores ubicados en diferentes zonas del Ecuador, especialmente en la serranía. Se estima que para el 2010 existían más de cinco mil personas que se dedican a esta actividad.

Por otra parte PROECUADOR (Instituto De Promoción De Exportaciones E Inversiones), estima que la superficie destinada a la cría de caracol es de alrededor de 400 hectáreas en todo el país, con una producción superior a las 1500 toneladas al año.

En el Ecuador la oferta es constante, debido a que disfruta de ventajas de tipo ecológicas y climáticas, que permiten producir carne de escargot durante todo el año, y en ciclos productivos mucho más cortos que en países de Europa, que poseen las cuatro estaciones.

A nivel latinoamericano, los mayores productores de caracol son Ecuador, con una producción anual superior a las 800 toneladas a partir del año 2004, Argentina y Brasil están detrás de Ecuador con aproximadamente una producción anual de 900 y 700 toneladas respectivamente, pero con gran expectativa de crecimiento por lo que se espera que para años posteriores estos valores aumenten significativamente.

Brasil produce básicamente caracoles de la especie Achatina Fulica por lo que apunta a un sub-segmento distinto del mercado.

La producción de caracoles en Ecuador como se menciona anteriormente se centra en las especies *Helix Aspersa Muller* y *Helix Aspersa Máxima*, pero también producen en pequeñas cantidades caracoles de la especie *Helix Pomatia* que es la que goza de mayor precio. Los precios se establecen y varían de acuerdo al tipo de comercialización y uso que se aplica.

Las empresas ecuatorianas dieron importancia a este negocio hace diez años cuando trajeron técnicas y caracoles reproductores de Francia y desde entonces se han tomado como base lo aprendido para la actual cría de estos animales.

En el siguiente capítulo se analizará con mayor profundidad las cifras de interés para el presente estudio y como se podría incentivar a los productores nacionales para la posible comercialización de todos los derivados que se pueden obtener de este animal.

## CAPÍTULO 3

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1 Objetivo del estudio de mercado

El principal interés de un estudio de mercado es determinar una posible demanda en base a la investigación sobre el comportamiento del consumidor en un mercado diferente al propio, esto con el fin de obtener información sobre sus gustos, preferencias y demás, con estos factores podríamos establecer una adecuada oferta en base a precios, tendencias, preferencias, etc. que obtengamos como resultado de la investigación.

#### 3.2 Metodología para la cuantificación de la demanda

Para el desarrollo del estudio de mercado la metodología que se va a emplear es:

- **Método científico.:** Es un proceso que explica fenómenos a través del análisis de hechos y leyes con el fin de explicar los diversos fenómenos físicos los cuales son aplicados a la solución de los problemas. De tal forma este método se va a emplear en el presente estudio para el análisis de la producción de caracoles en el Ecuador y la exportación del producto que queremos ingresar en el mercado australiano, de igual forma cuáles son los diferentes países que proveen el mismo producto a nivel mundial.

- **Método Analítico-Sintético:** Este método permite la descomposición de cada una de las partes de un todo para el conocimiento de un fenómeno con el fin de generar una síntesis de un nuevo conocimiento. Por lo cual este método se empleará para identificar las oportunidades que podamos encontrar y las amenazas que debemos enfrentar ante el sector productivo de caracoles del Ecuador, comercializadores y los diversos obstáculos que tengamos que superar para llegar con nuestro producto a un mercado internacional.

### 3.3 Recolección de la información

Para el desarrollo del presente tema se ha utilizado para la recolección de datos, la información que podemos obtener a través de fuentes secundarias por medio de la revisión documental.

**Revisión Documental.-** Este proceso se caracteriza por el análisis y recopilación de información de los diversos documentos relacionados sobre el sector agrícola exportador, en especial de caracoles, cifras de exportaciones del Ecuador, así que las publicaciones a tomar en consideración son de entidades relacionadas con la exportación de productos ecuatorianos como es la SENA (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador), BCE (Banco Central del Ecuador), PROECUADOR (Instituto de Promoción De Exportaciones E Inversiones) y también revisar otros estudios realizados que contengan información de nuestro interés y pueda ser utilizado en el actual documento.

Para nuestro estudio se realizarán encuestas vía internet, estas serán enviadas a un contacto en destino quien nos ayudará recopilando información que principalmente determine las preferencias del consumidor y la aceptación que podría tener el producto y con ello poder establecer una posible demanda. La persona que intervino es la Srta. Christine Weston de la empresa internacional



BRAND DEVELOPERS LIMITED quien se encuentra en una de sus instalaciones ubicada en Australia que es donde vamos a llegar con nuestro producto, esta empresa antes mencionada tiene como actividad comercial la distribución en varios países del mundo de productos que son presentados a ellos como propuesta por varios fabricantes de diferentes partes del mundo muchas veces en ferias internacionales a las cuales están constantemente asistiendo y de las cuales se espera ser parte también, así como también con presentaciones vía internet.

El modelo en idioma original español de la encuesta es el mostrado a continuación y de mismo se pudo obtener los siguientes resultados: (Ver Anexo 2 encuesta en idioma original)

## ENCUESTA

**Edad:** 18 años ( ) 19 a 30 años ( ) 31 a 45 años ( )  
Más de 45 años ( )

**¿Usted hace uso de cremas hidratantes, humectantes, antiarrugas u otras para el cuidado del rostro y piel?**

Si ( ) No ( )

**¿Qué cantidad aproximada de este tipo de producto (indicados en la pregunta anterior) compra usted mensualmente?**

1 a 3 productos ( ) 4 – 6 productos ( ) 7 – 9 productos ( )  
Más de 9 ( )

**¿Tendría usted interés en comprar el producto crema de baba de caracol, que tiene como propiedades principales que es reconstituyente, hidratante y regenerador de las células de la piel?**

Si ( ) No ( )

*En el caso de contestar no en la respuesta anterior, aquí concluye la encuesta. Muchas gracias*

**¿Qué es lo que más le atraería del producto (mencionado en la pregunta anterior)? Marque solo 1**

Sus propiedades benéficas de la piel ( ) La consistencia ( )

La hidratación ( ) Que es un producto natural ( )

Otros (indique) .....

**¿Qué precio aproximadamente pagaría por el producto en envases de 50 ml?**

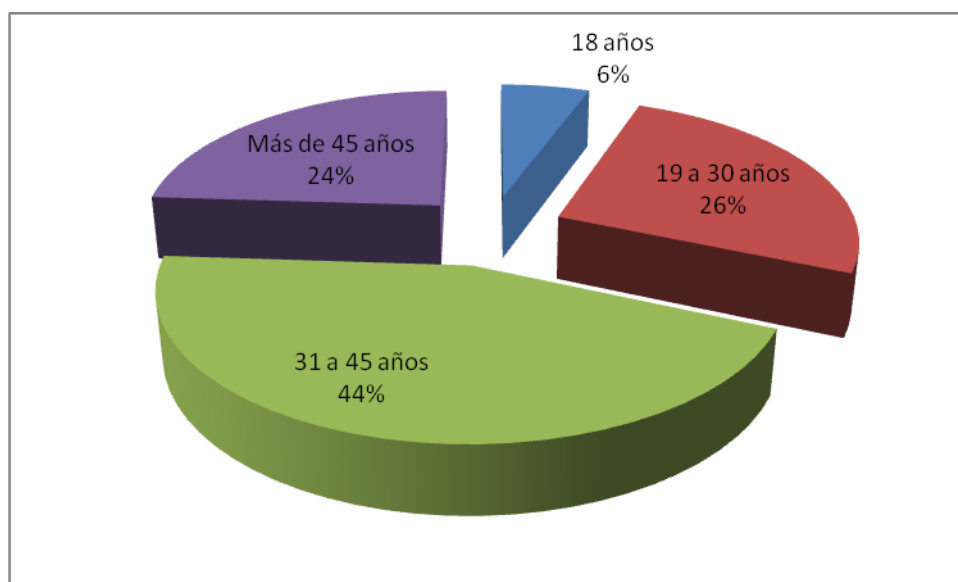
\$5 – \$10 ( ) \$11 - \$15 ( ) \$16 - \$20 ( ) Más de \$20 ( )

**MUCHAS GRACIAS**

## Resultados de la investigación

### Edad

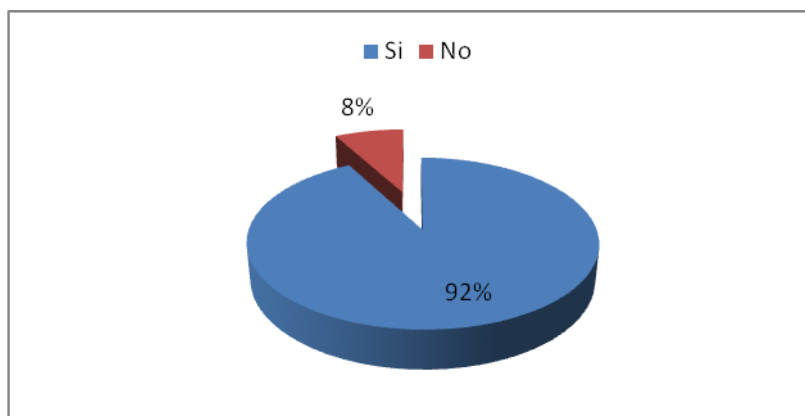
Edades	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
18 años	15	5,6%	5,6%
19 a 30 años	69	25,8%	31,5%
31 a 45 años	119	44,6%	76,0%
Más de 45 años	64	24,0%	100,0%
Total	267	100%	



Como se puede observar en el estudio de las encuestas válidas consideradas, un 26% han respondido mujeres de 19 a 30 años, un 44% mujeres de 31 a 45 años y un 24% de mujeres de más de 45 años y un mínimo (5,6%) de mujeres de hasta 18 años.

**¿Usted hace uso de cremas hidratantes, humectantes, antiarrugas u otras para el cuidado del rostro y piel?**

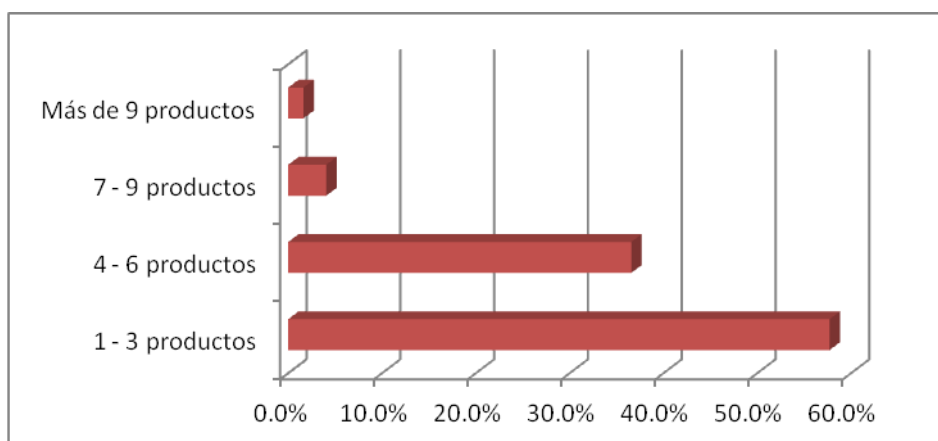
Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Si	246	92,1%	92,1%
No	21	7,9%	100,0%
Total	267	100%	



Al consultar si hace uso de cremas hidratantes, humectantes, antiarrugas u otras para el cuidado del rostro y piel, un 92% indicó que sí hace uso de este tipo de productos, lo cual muestra que en su mayoría las mujeres hacen uso de este tipo de productos y solo un pequeño porcentaje no hacen uso.

**¿Qué cantidad aproximada de este tipo de producto (indicados en la pregunta anterior) compra usted mensualmente?**

Productos mensual	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
1 - 3 productos	152	57,7%	57,7%
4 - 6 productos	95	36,6%	94,3%
7 - 9 productos	15	4,1%	98,4%
Más de 9 productos	5	1,6%	100,0%
Total	267	100%	

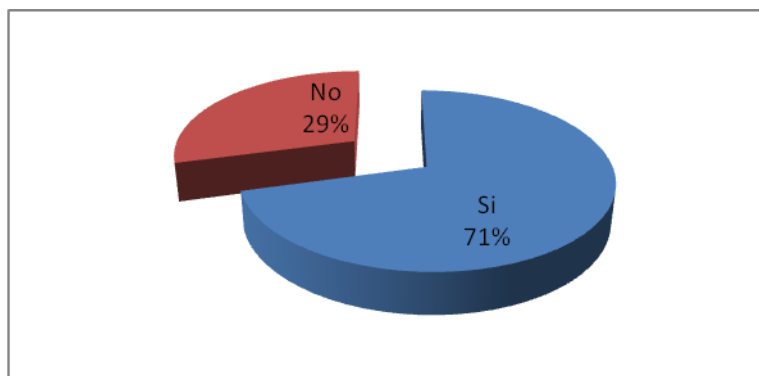


Al analizar la cantidad de productos que consumen se muestra que en su mayoría consumen de 1 a 3 productos, pero también un importante 37% consumen de 4 a 6 productos al mes e inclusive un cerca de un 5% consumen más de esa cantidad.

Al determinar el promedio de cremas que consumen las mujeres se ha podido determinar que cada mujer en promedio consume 3,5 cremas al mes.

**¿Tendría usted interés en comprar el producto crema de baba de caracol, que tiene como propiedades principales que es reconstituyente, hidratante y regenerador de las células de la piel?**

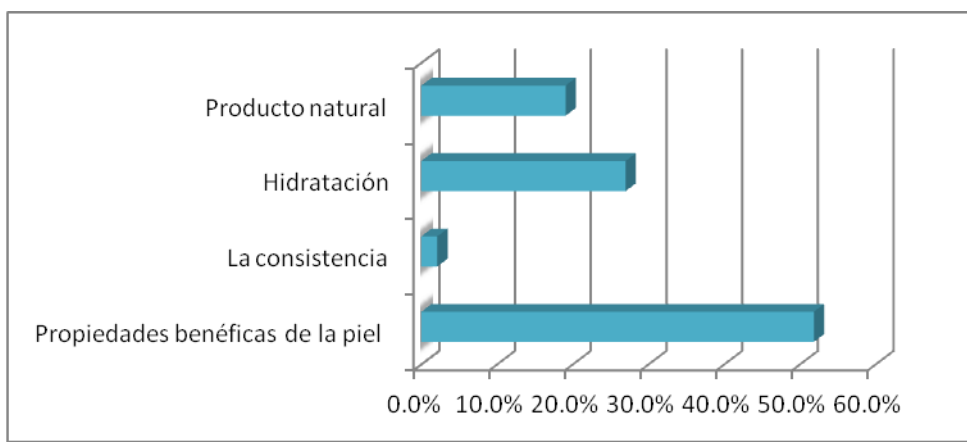
Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Si	189	70,8%	70,8%
No	78	29,2%	100,0%
Total	267	100%	



Cuando se ha preguntado si le gustaría comprar la crema de baba de caracol, un 71% de las mujeres ha indicado su interés por comprar el mismo, mostrándose una gran cantidad de la población que consume este producto.

**¿Qué es lo que más le atraería del producto (mencionado en la pregunta anterior)?**

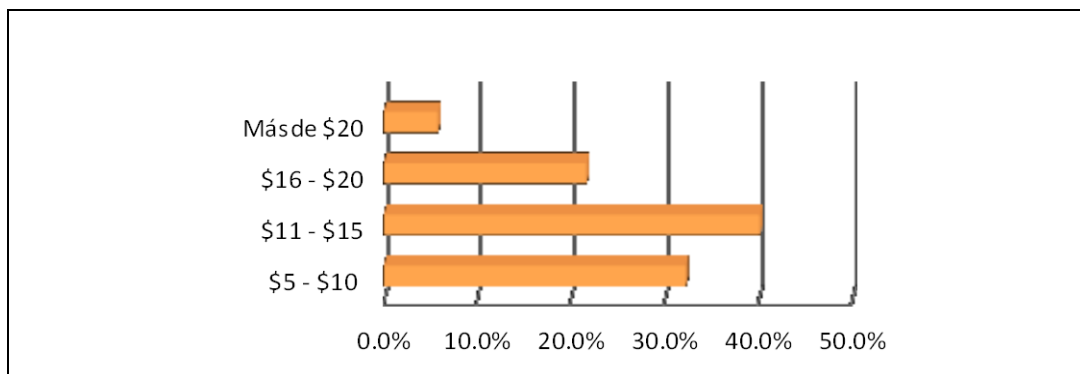
Características	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Propiedades benéficas de la piel	138	51,9%	51,9%
La consistencia	14	2,1%	54,0%
Hidratación	68	27,0%	81,0%
Producto natural	47	19,0%	100,0%
Total	267	100%	



Al analizar las principales propiedades que tendrían interés del producto, las respuestas son variadas, sin embargo, en su mayoría se indica que las propiedades benéficas a la piel es lo que más les interesa (52%), así también la hidratación de la piel (27%) y que es un producto natural (19%).

**¿Qué precio aproximadamente pagaría por el producto en envases de 50 ml?**

Valor que se cancelarías	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
\$5 - \$10	86	32,3%	32,3%
\$11 - \$15	108	40,2%	72,5%
\$16 - \$20	57	21,7%	94,2%
Más de \$30	16	5,8%	100,0%
Total	267	100%	



Finalmente al analizar los precios a los cuales estarían dispuestas a pagar por el producto, en su mayoría indican un precio entre \$11 y \$15, así mismo un 32% indican precios entre \$5 y \$10 y un 22% que podrían pagar de \$16 a \$20. Hay que considerar que el valor del Dólar Australiano tiene prácticamente paridad con el dólar, para tener en cuenta como valor comparativo.



### **3.4 Procesamiento de la información**

Después de definir la metodología a aplicarse en el desarrollo del estudio, es necesario plantearse las diversas actividades para poder procesar la información las cuales son:

- Recolección de información a través de fuentes secundarias
- Análisis de la información
- Presentación de la información a obtenerse de forma ordenada, concreta y de acuerdo a los objetivos planteados.
- Con el desarrollo de estas fases se podrá obtener la información necesaria que le permita el cumplimiento de los objetivos planteados.

### **3.5 Cuantificación de la demanda**

En años recientes, se ha apreciado un aumento de la demanda por productos que contienen vitaminas y minerales relacionados con el cuidado y belleza de la piel por lo que consecuentemente, hay un importante interés tanto local como internacional por los productos naturales que puedan brindar este tipo de beneficios sin afectar el lugar donde se aplique, mucho más en países europeos donde la tendencia al cuidado de su salud y apariencia es primordial y eso es lo que podría ofrecer un mercado como el australiano.

El extracto de Caracol que tiene su presentación en forma de crema o un gel de la que la forma más natural es en gel, puesto que es la misma textura que su ingrediente principal. Se usa para mejorar la calidad de la piel envejecida por el tiempo o la exposición a la radiación ultravioleta, elimina manchas de la piel y el tratamiento del acné. Se aplica dos veces al día.

Como información de las importaciones de cosméticos al año 2011 en Australia, podemos decir que si bien no es cubierta la demanda en su totalidad es porque no hay países que puedan llegar con este tipo de productos, esto ya que el caracol es importado en su mayoría por su carne como alimento y no por sus derivados como es la baba o secreción que se utilizan de otra forma.

De acuerdo a la información primaria recopilada a través de la encuesta, el 71% de las mujeres en las edades seleccionadas como probables para el consumo, tienen aceptación por este tipo de producto. Al analizar este porcentaje en relación al universo segmentado se tiene la siguiente información:

Población segmentada	485.913
Porcentaje de aceptación del producto según encuestas realizadas	71%
Población que aceptaría el producto (Demanda en cantidad de población)	344.999 personas.

Con la información mencionada se determinará la posible demanda del producto al año 2014 que se entraría en el mercado de Australia en base a la información que se obtuvo sobre la tasa de crecimiento poblacional que es 1.126%, de la siguiente manera: (Indexmundi, 2011)

**Tabla 2 Cálculo demanda aproximada**

DEMANDA EN CANTIDAD DE POBLACION ANALIZADA MEDIANTE ENCUESTAS AÑO 2013:				344999 PERSONAS
% DE ACEPTACION	NUMERO DE PERSONAS	PRODUCTO UNIDADES MENSUALES MINIMAS	SUB TOTAL MENSUAL	SUB TOTAL ANUAL
57.70%	199064	1	199064	2388773
36.60%	126270	3	378809	4545707
4.10%	14145	6	84870	1018437
1.60%	5520	9	49680	596158
POSIBLE DEMANDA ANUAL UNIDADES:				8549075

AÑO	POBLACION	CANTIDAD EN UNIDADES DE PRODUCTO
2011	337273	8357625
2012	341114	8452805
2013	344999	8549075
<b>2014</b>	<b>348884</b>	<b>8645346</b>
2015	352812	8742681
2016	356785	8841132
2017	360802	8940674
2018	364865	9041355

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

### 3.6. Cuantificación de la oferta

Según los datos de MCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) el principal exportador de productos cosméticos es Francia que genera el 16.4% del valor del mercado de la industria cosmética, seguido por Alemania.<sup>1</sup>

La partida arancelaria 03076099 en Australia corresponde a crustáceos, moluscos invertebrados, caracoles y sus derivados, se ha identificado que no

<sup>1</sup> Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2008) Información sobre el sector de cosméticos a nivel mundial <http://es.scribd.com/doc/34896804/Estudio-Cosmeticos>

se registra producción nacional o exportación de esta partida en la actualidad pero se registran datos de exportación hasta el año 2007, es decir más de 6 años atrás que ya no se exporta, sin embargo sí se evidencia importaciones, por lo cual es claro que para el uso de este tipo de productos recurren a la importación de otros países. (Trade Map, 2012)

Así mismo la información de un estudio realizado por Pro Chile en Australia, reitera que no existe producción o exportaciones de productos de la partida en cuestión en ese país, pero indica que las importaciones de cosméticos cubren el 68% de la demanda total de esta partida.

Cabe recalcar que en Australia se encuentra como principal competencia la empresa Elicina que se encarga de producir productos cosméticos entre ellos una crema similar a la nuestra pero por su alto precio de venta el producto no tiene una buena aceptación.



**Fuente:** <http://www.elicina.com.au/categories/>

Estos a su vez venden el producto localmente y a países cercanos por medio de su página web por donde realizan los envíos.

Con lo antes indicado procederemos para la cuantificación de la oferta, al análisis de información que tenemos de las importaciones a Australia en el año 2012 por lo cual se estructura de la siguiente forma:

**Tabla 3 Cuantificación de la oferta Total**

<b>IMPORTACIONES DE COSMETICOS</b>	5 tn. (año 2012)
------------------------------------	------------------

**Tabla 4 Cuantificación de la oferta por países**

PAIS	% DE PARTICIPACION	CANTIDAD EN TONELADAS
FRANCIA	66.7	3.34
HONG KONG	10	0.50
INDONESIA	6.7	0.34
COREA	16.6	0.83
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>5</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

**Fuente:** [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx)

Después de analizar la oferta existente en Australia para la partida arancelaria correspondiente a cosméticos en el año 2012 se procede a la proyección de la oferta para lo cual se tomó en consideración la tasa de crecimiento de las importaciones de los últimos 6 años que nos da como resultado un 6,1%<sup>2</sup> y la proyección se estructura de la siguiente forma:

---

<sup>2</sup> Index Mundi (2011) Información sobre las importaciones realizadas por Australia desde el año 1999 <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?v=89&c=as&l=es>

**Tabla 5 Proyección de oferta de mercado**

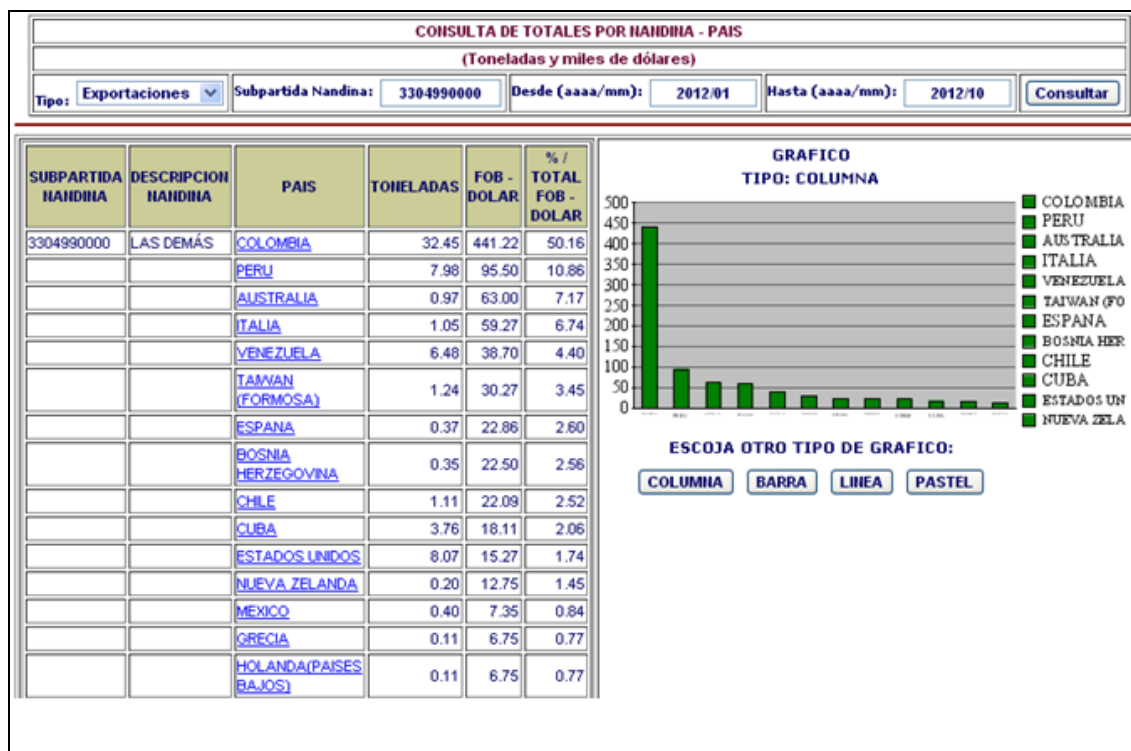
AÑO	TONELADAS
2011	4.944
2012	5
2013	5.056
<b>2014</b>	<b>5.365</b>
2015	5.425
2016	5.486
2017	5.548
2018	5.610

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

Las exportaciones de Ecuador de productos para el cuidado de la piel (preparaciones de belleza, maquillaje y otros, excepto los medicamentos) desde enero del 2012 hasta octubre del mismo año hacia Australia, representan un 7.17 % del porcentaje total de productos exportados según información del Banco Central del Ecuador.

Así mismo se puede observar que el país de destino al que va a llegar el producto se encuentra en el sitio 3 de todos los otros países a los cuales se exporta productos bajo esta partida arancelaria.

**Gráfico 1 Exportaciones de Ecuador a Australia**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador,  
[http://www.portal.bce.fin.ec/vto\\_bueno/ComercioExterior.jsp](http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp)

En Ecuador el principal exportador del producto es Televisión y Ventas TELEVENT S.A. “TVENTAS” (30.096 unidades al año / 5.35 tn.) a pesar de no ser este el principal negocio de la empresa.

Existen laboratorios encargados de producir este tipo de productos para la venta, estos son también conocidos a nivel internacional y son: **Bio Body y Zaphiredelcor**; así mismo la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, menciona que de los productores pequeños nacionales se estima que para el total de la superficie destinada a la cría de caracol (alrededor de 400 hectáreas en todo el país) se produzca aproximadamente 1500 toneladas al año que sean dedicadas solamente a vender dichos caracoles reproductores a los empresarios que desean iniciar sus actividades en este negocio, así como a los laboratorios mencionados antes para la elaboración de cosméticos. Estos laboratorios hacen productos de caracol con las licencias y permisos sanitarios

correspondientes pero lo venden localmente. Hemos tomado como referencia de proveedor para el presente estudio al laboratorio Zaphiredelcor ya que tiene más certificaciones para el producto final que vamos a enviar y cuenta con la infraestructura adecuada para la elaboración.

### **3.7. Oferta del proyecto**

Para identificar la oferta del proyecto se tomará en consideración principalmente la capacidad de inversión. También el requerimiento del mercado en cantidad de unidades, se relacionan estos aspectos para determinar si la oferta puede cumplir con el nivel de necesidad.

### **3.8. Comercialización del bien**

Para la comercialización de productos los canales y estrategias son:

El producto (gel de baba de caracol) es negociado por el exportador o comerciante quien envía la mercadería después realizar los trámites necesarios para la liberación de la mercadería de las bodegas de aduana, seguidamente el producto se coloca en el transporte previamente contratado según los acuerdos llegados en la negociación hacia el país de destino (Australia) donde es transportado hacia las bodegas del importador en donde el producto se almacenará para su posterior distribución a sus diversos locales que son empresas y comercializadores de diversos productos entre ellos los de la industria de cosmetología para que ellos a su vez entreguen el mismo al cliente final.

En el proceso de exportación es importante que el vendedor como se menciona arriba, desde el Ecuador tenga en cuenta la elección de un agente



comercial en el exterior para la distribución del producto ya que este factor influye en el éxito de la comercialización del bien.

### 3.9 Marketing mix

#### 3.9.1 Producto

El producto a exportar es gel de baba de caracol de origen ecuatoriano para uso cosmético, esto por sus propiedades, la baba del caracol está a la orden del día en la industria cosmética y farmacéutica desde cremas reconstituyentes e hidratantes para la piel hasta jarabes para la tos por varios años, su presentación es en forma de gel para aplicación directa en la zona de la piel afectada o que se quiere conservar.

#### Envase

Para la exportación del producto (gel de baba de caracol) se empleará un envase unitario que será de plástico sellado herméticamente de calidad y durabilidad en presentación de 50 ml. dentro de un empaque de cartón similar a la presentación mostrada a continuación:

**Gráfico 2 Presentación Similar del envase**



**Fuente:** <http://www.tventas.com.ec>

### **3.9.2. Precio**

Para el establecimiento del precio del producto tanto para el envío como para la comercialización en el mercado de Australia se ha identificado de acuerdo al estudio de mercado y el estudio financiero que el precio adecuado de envío es de \$ 12.45 por unidad de 50 ml., mientras que se estima que el precio de venta al público, en base a la relación de productos similares en el mercado de Australia y de los resultados de las encuestas sea hasta \$15.00 como máximo con lo cual el distribuidor tendrá un adecuado margen de ganancia, así como la empresa tendrá su rentabilidad adecuada para poder realizar posteriores exportaciones.

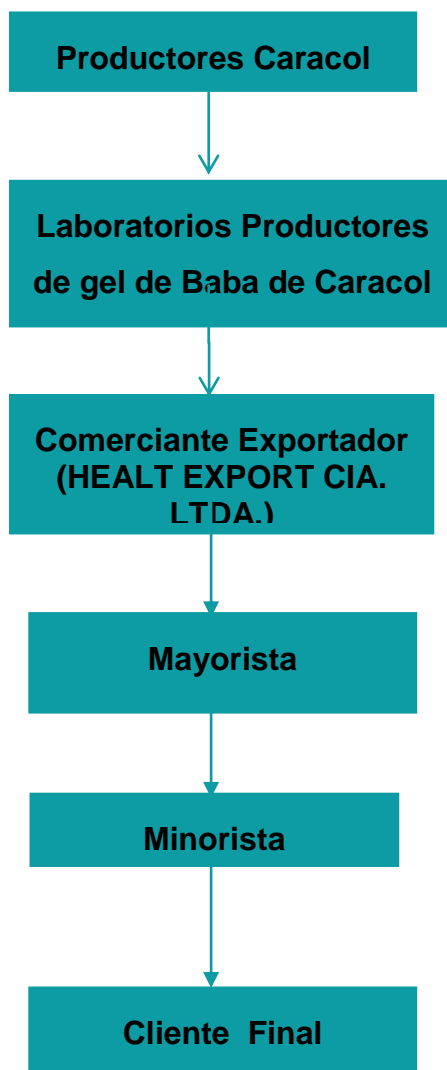
### **3.9.3. Plaza**

Se toma como referencia a Australia para el presente estudio y la posibilidad de realizar negocios comerciales principalmente por ser un país al cual no ha tiene mucho conocimiento de productos como el nuestro y adicional el hecho de tener un contacto establecido en el lugar de destino quien nos puede brindar cierta información directa.

Así mismo en la comunidad europea los principales países que se atacan son los potencialmente más fuertes pero se descarta mercados alternativos como es el australiano donde se podría aprovechar también lo que este nos permita presentar y los productos que podamos ofertar.

A continuación se presenta un esquema del canal de comercialización que se empleará para que el producto llegue al cliente final en el país de destino.

**Gráfico 3 Canal de Comercialización de gel de baba de caracol**



**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

#### **3.9.4. Promoción**

Para que la exportación del producto tenga éxito se necesita que la promoción sea un respaldo dentro de este proceso y de manera directa, por esta razón es necesario identificar las técnicas y tácticas para que el producto (gel de baba de caracol de origen ecuatoriano) sea conocido a nivel

internacional y se ha determinado que se aplicarán a medios de publicidad que son los siguientes:

- Página web donde se difundirá información sobre el producto, sus beneficios y las maneras de envío así como información de la empresa y sus principales objetivos.
- Participación en ferias y eventos, dónde se promociona los productos de origen ecuatoriano a empresas comerciantes con el fin de que los diversos países en el exterior en un lapso posterior puedan demandar nuestro producto.
- El uso de anuncios en radios en Ecuador, de los cuales posean web site por lo emiten su señal en tiempo real y son escuchados a nivel internacional, como por ejemplo Radio Platinum, Radio Centro, Radio La Rumbera, etc.

Además es necesario considerar el diseño de una imagen corporativa ya que es la manera por la cual se menciona el nombre la empresa quien vende el producto al país de destino, esto adicional a la información del producto como tal.

Por lo cual se debe identificar una imagen la cual se añadirá en el envase del producto, la cual se muestra en la constitución de la empresa más adelante.

## **CAPÍTULO 4**

### **ESTUDIO TÉCNICO –ADMINISTRATIVO**

#### **4.1. Objetivo del estudio técnico-administrativo**

Definir cada uno de los requerimientos de tipo técnico-administrativo adecuados que permitan poder abrir mercado para la exportación de gel de baba de caracol a Australia y se obtenga beneficios rentables y satisfactorios a la empresa para que se justifique la creación de la misma.

#### **4.2. Tamaño del proyecto**

Expresa la cantidad de producto o servicio en función del desempeño de la organización y por un tiempo determinado, se toma en cuenta la naturaleza del proyecto para poder asignar un tamaño óptimo.

##### **4.2.1 Tamaño propuesto del proyecto**

###### **4.2.1.1. Tamaño y la demanda**

De acuerdo al segmento de mercado se ha logrado identificar que el requerimiento en cantidad de unidades puede ser de 8'645.346 al año 2014 que se iniciaría la actividad comercial.

Se podrá cubrir solamente alrededor de un 0.43% de la posible demanda a razón de la capacidad de producción que tiene el laboratorio escogido como proveedor (3120 unidades al mes como máximo) quien entrega el producto

para comercializar. Cabe recalcar que la producción mencionada es solo para el proyecto en cuestión, al ser un laboratorio encargado de elaborar artículos similares no puede ofrecer por el momento más producción que la indicada.

#### **4.2.1.2. Tamaño y tecnología**

Como consecuencia de la actividad comercial de la organización, la tecnología no es un inconveniente mayor puesto que el producto final para la venta viene ya procesado y elaborado por parte del laboratorio escogido, esto permite que los cambios tecnológicos no alteren el canal de distribución hacia el país de destino y se pueda realizar la adecuada comercialización.

#### **4.2.1.3 Tamaño y financiamiento**

La capacidad de inversión del presente caso de estudio no es significativa, esto a razón de que no es una empresa enfocada en la producción, así pues no es necesaria una infraestructura de alto valor, maquinaria para la producción, etc. ; esto permite mayor facilidad al solicitar el financiamiento con la entidad elegida y la aceptación por parte de esta.

### **4.3. Localización del Proyecto**

Para poder delimitar la localización, se va a considerar los aspectos tomando en cuenta que no es una empresa productora de la materia prima sino que es una comercializadora de un producto final y así también que el producto que vamos a ofrecer no necesita un trato especial para su mantenimiento.

Esto permite que se pueda tener alternativas para que se escoja el lugar en base a precios de alquiler y demás que se puedan presentar.

#### 4.3.1. Macro localización

La Macro localización de la empresa se va ubicar de acuerdo a los siguientes aspectos:

##### Aspectos geográficos

- **País:** Ecuador
- **Región:** Sierra
- **Provincia:** Pichincha
- **Cantón :** Quito
- **Localidad:** Distrito Metropolitano
- **Posibles Sectores:**

Comité del Pueblo: Av. José Fernández S/N y Endara esquina.

San Carlos: Gonzalo Gallo OE7-156 y Jorge Piedra

Carcelén: Sector Industrial, Av. José Andrade Oe1-105 y Juan de Selis



### 4.3.2. Micro localización

#### 4.3.2.1. Matriz Locacional

**Cuadro 1 Matriz Locacional**

Factores	Peso Asignado	Comité del Pueblo		San Carlos		Carcelén	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Servicios Básicos	0.25	8	2.00	5	1.25	6	1.50
Vías de Acceso y Movilidad	0.35	7	2.45	7	2.45	8	2.80
Valores de Arriendo	0.25	8	2.00	6	1.50	6	1.50
Empresas alrededor	0.15	6	0.90	6	0.90	8	1.20
<b>Suman</b>	<b>1.00</b>		<b>7.35</b>		<b>6.10</b>		<b>7.00</b>

Elaborado por: Jhonny Paúl Aguilar



La ubicación para las actividades operativas – administrativas para el empackado y exportación de gel de baba de caracol de acuerdo al cuadro mostrado arriba indica que el sector adecuado dentro de los 3 posibles establecidos es el del Comité del Pueblo por lo que queda claro que será en el sector norte de la ciudad de Quito específicamente en la calle José Fernández y Endara donde se pudo ubicar lugares disponibles de arriendo y está cerca a



la parte industrial del norte-orienté, adicional se tiene la posibilidad de vías alternas para el envío al aeropuerto desde este sector y no se encuentra significativamente lejos del laboratorio productor, también por la ubicación donde estaría la oficina y bodega de acopio para envío del producto, se puede conseguir precios de arrendamiento óptimos para una empresa que está recién comenzando como se trata en el presente caso.

#### **4.4. Ingeniería del Proyecto**

##### **4.4.1. Distribución de las Instalaciones**

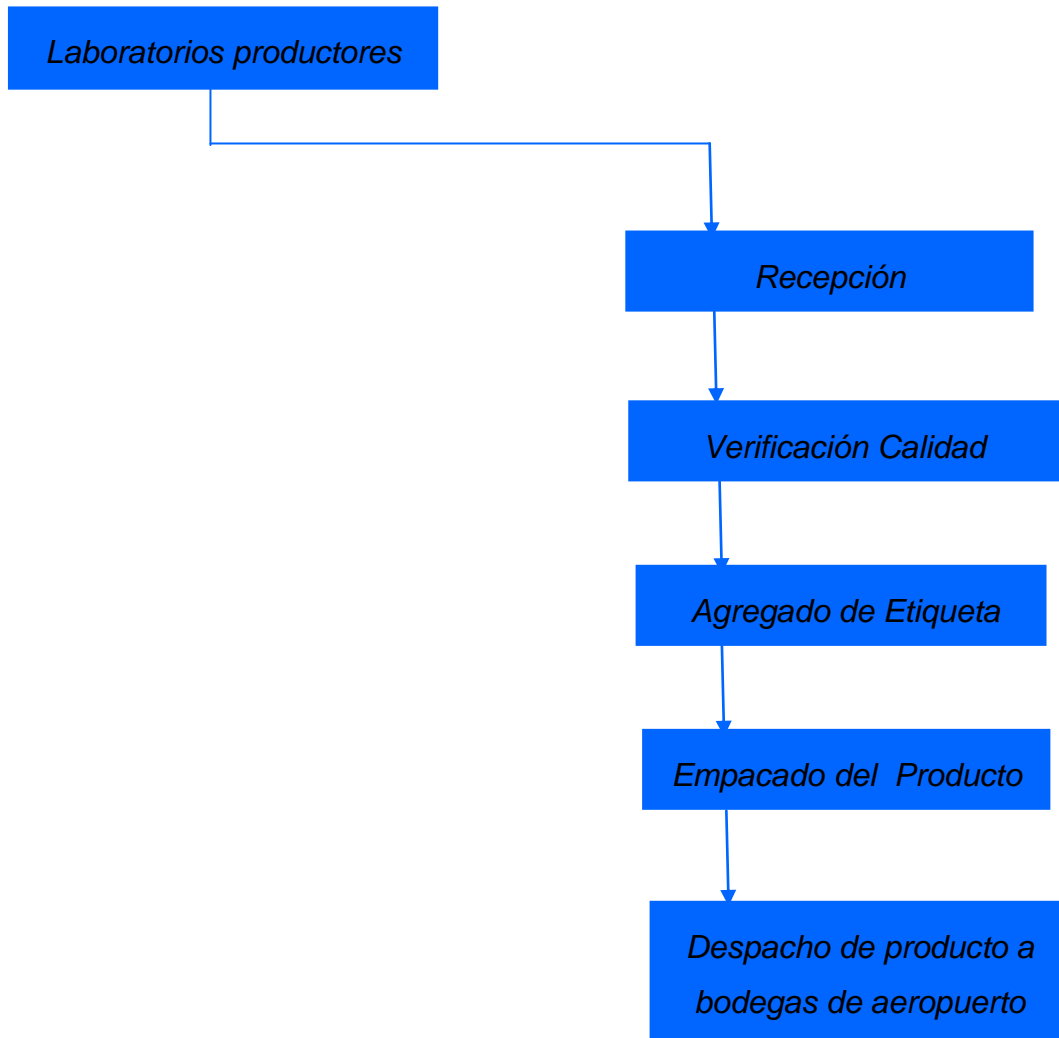
En las instalaciones físicas se va a destinar un área temporal en la cual se procederá a la recepción del producto enviado por el laboratorio quien garantizará la calidad del producto que es Zaphiredelcor, mismo que ha tenido ya estudios previos de la crema de baba de caracol que elabora (Ver Anexo 1), el producto se recibe previamente envasado (el envase plástico se entrega a los laboratorios por parte del exportador para que este a su vez pueda colocar el producto final con la debida precaución y de la forma correcta), posteriormente se procede a clasificar, organizar, empacar, pero antes de esto último se añadirá una etiqueta empresarial distintiva de la organización, luego se realiza el embalaje correspondiente y finalmente se envía la mercadería con el transporte del agente de carga a las zonas predeterminadas para el almacenamiento temporal previo al embarque internacional que es el paso final. (Ver Anexo 3)

#### **4.4.2. Descripción del proceso**

- Se procede recepción del gel de baba de caracol proveniente de los laboratorios productores.
- Analizar aspectos básicos del envase que se entrega con el fin de lograr en óptimas condiciones para el envío.
- Verificar que el producto cuente con etiquetas exigidas para su comercialización y que se encuentre el envase bajo las normas de calidad exigidas por los compradores internacionales, para en un futuro evitar problemas.
- Se procede a adherir la etiqueta corporativa de la organización en cada envase del producto.
- Posteriormente se procede al embalaje final del producto con una debida identificación de la organización.
- Finalmente se procede al almacenamiento temporal en las zonas previamente definidas donde va a estar el producto listo para el envío a las bodegas de aduana para las distintas exportaciones que se realice.

#### 4.4.2.1. Flujograma del proceso

Gráfico 4 Flujograma del proceso



#### 4.4.3. Requerimientos técnicos

En el desarrollo del presente estudio se ha determinado que los requerimientos técnicos requeridos son:

#### 4.4.3.1. Requerimiento de Mano de Obra

**Cuadro 2 Sueldos Personal**

Descripción	Nominal	IESS	14 sueldo	13 sueldo	Vacaciones	Total
Gerente	800.00	97.20	26.50	66.67	33.33	1023.70
Secretaria / Recepcionista	350.00	42.53	26.50	29.17	14.58	462.78
Contador	500.00					500.00
Jefe de ventas	500.00	60.75	26.50	41.67	20.83	649.75
Jefe de operaciones	500.00	60.75	26.50	41.67	20.83	649.75
Ayudantes (2) \$350.00 C/U	700.00	85.05	26.50	58.33	29.17	899.05
<b>TOTAL</b>						<b>4185.03</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

Como se observa y de acuerdo a la producción requerida se ha considerado un número de personal que pueda cumplir con lo que la empresa necesite para su funcionamiento, también por la misma razón se ha dispuesto que el contador, trabajará solamente bajo contrato de servicios profesionales y por tanto no dispone de beneficios de ley. Esto hasta que el movimiento de la empresa represente la necesidad de contar con uno fijo y que así mismo la empresa tenga la capacidad económica para cumplir con un sueldo y beneficios estipulados por ley.

#### 4.4.3.2. Requerimiento de Materiales, Suministros

**Cuadro 3 Requerimiento Equipos de operación**

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Valor
Carretilla elevadora	1	750.00	750.00
Caja de Herramientas	1	160.00	160.00
Total			<b>910.00</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

#### Cuadro 4 Requerimiento Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Valor
Escritorios	4	120.00	480.00
Archivador documentos	1	75.00	75.00
Charola papelera	5	12.00	60.00
Sillas	4	25.00	100.00
Muebles recepción	1	350.00	350.00
Total			<b>1065.00</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

#### Cuadro 5 Requerimiento Equipo de computación

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Total
Impresora multifunción	2	225.00	450.00
Computadoras	6	650.00	3900.00
Total			<b>4350.00</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

#### Cuadro 6 Requerimiento suministros de Oficina

Descripción	Cantidad trimestral	Costo unitario	Total
Resmas de papel	12	2.50	30.00
Lápices caja	2	2.50	5.00
Esferográficos Caja	2	3.60	7.20
Caja grapas 500 u.	2	2.50	5.00
Caja de clips 1000 u.	2	2.80	5.60
Carpetas 10 un	5	1.20	6.00
Juego CD´s 50 u.	2	15.00	30.00
TOTAL TRIMESTRAL			<b>88.80</b>
TOTAL ANUAL			<b>355.20</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

## Cuadro 7 Requerimiento de Insumos de Limpieza

Descripción	Cantidad trimestral	Costo unitario	Total
Desinfectante	12	3.35	40.20
Ambientales	6	1.75	10.50
Esponjas	30	0.39	11.70
Fundas de Basura 50 u	3	1.50	4.50
TOTAL TRIMESTRAL			66.90
TOTAL ANUAL			<b>267.60</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

### 4.5. Estructura administrativa

#### 4.5.1. La Empresa

Existen cinco tipos de compañías las cuales se rigen en nuestro país y se encuentran bajo control por la Superintendencia de Compañías:

- De nombre colectivo.
- De comandita simple y dividida por acciones.
- De responsabilidad limitada.
- Anónima.
- De economía mixta.

Se ha tomado para la creación de la empresa a la de responsabilidad limitada tomando en cuenta el número de accionistas quienes van a participar de dicha creación.

El Logo que se colocará en las etiquetas y el cual representa a la compañía es:

### Gráfico 5 Logo de la empresa



El tipo de empresa de responsabilidad limitada requiere para su creación de los siguientes requisitos:

- Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno y donde se detalle el número mínimo y máximo de socios.
- Copia de C.I. de cada socio.
- Escritura pública de constitución de la compañía.
- Aprobación en la Superintendencia de Compañías a la que se debe entregar tres copias certificadas de la escritura de constitución y la solicitud correspondiente emitida bajo responsabilidad de un abogado competente.
- Depósito del monto de integración con un mínimo de \$400.00 en una cuenta Bancaria el cual debe cancelarse por parte de los socios en un plazo no mayor a doce meses.
- Publicación en un diario de circulación nacional.
- Pago de patente Municipal (1.5 x 1.000) la cual se debe conseguir en una de las ocho administraciones zonales municipales así como en el balcón de servicios municipales de la Dirección Metropolitana Financiera.
- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Obtención de RUC en el SRI para lo cual se debe presentar:

**Gráfico 6 Requisitos para obtención de RUC de persona jurídica**

<b>Requisitos persona jurídica</b>			
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
<b>Formulario</b>	RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal, apoderado o liquidador)		
	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
<b>Identificación de la sociedad</b>	Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas)		
<b>Identificación representante legal</b>	Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil <b>Ecuatorianos:</b> 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 <b>Extranjeros Residentes:</b> Original y copia a color de la cédula vigente <b>Extranjeros no Residentes:</b> 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). 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.		
<b>Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes</b>	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.		

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas



El tiempo para la obtención del certificado de cuentas de integración de capital es de 24 horas y una vez obtenido el RUC se debe nuevamente acudir a la Superintendencia de Compañías para que esta a su vez entregue carta dirigida al banco donde se apertura la cuenta para que se pueda disponer desde ese momento con el dinero depositado en el Banco.

#### 4.5.1.1. Los Accionistas

Los accionistas partícipes para el registro de la empresa como compañía limitada son:

**Cuadro 8 Los accionistas**

NOMBRE	VALOR	%
Mario Aguilar	4137.09	33%
Roberto Aguilar	4137.09	33%
Jhonny Aguilar	4137.11	34%
Total	12411.29	100%

El valor total corresponde al 30% que es el porcentaje el cual tiene que ser financiado por los accionistas ya que el 70% restante es parte del financiamiento.

#### **4.5.1.2. Nombre comercial**

El nombre comercial de la empresa será:

***Healt Export Cía. Ltda.***

#### **4.5.2 Base Filosófica de la Empresa**

##### **4.5.2.1. Misión**

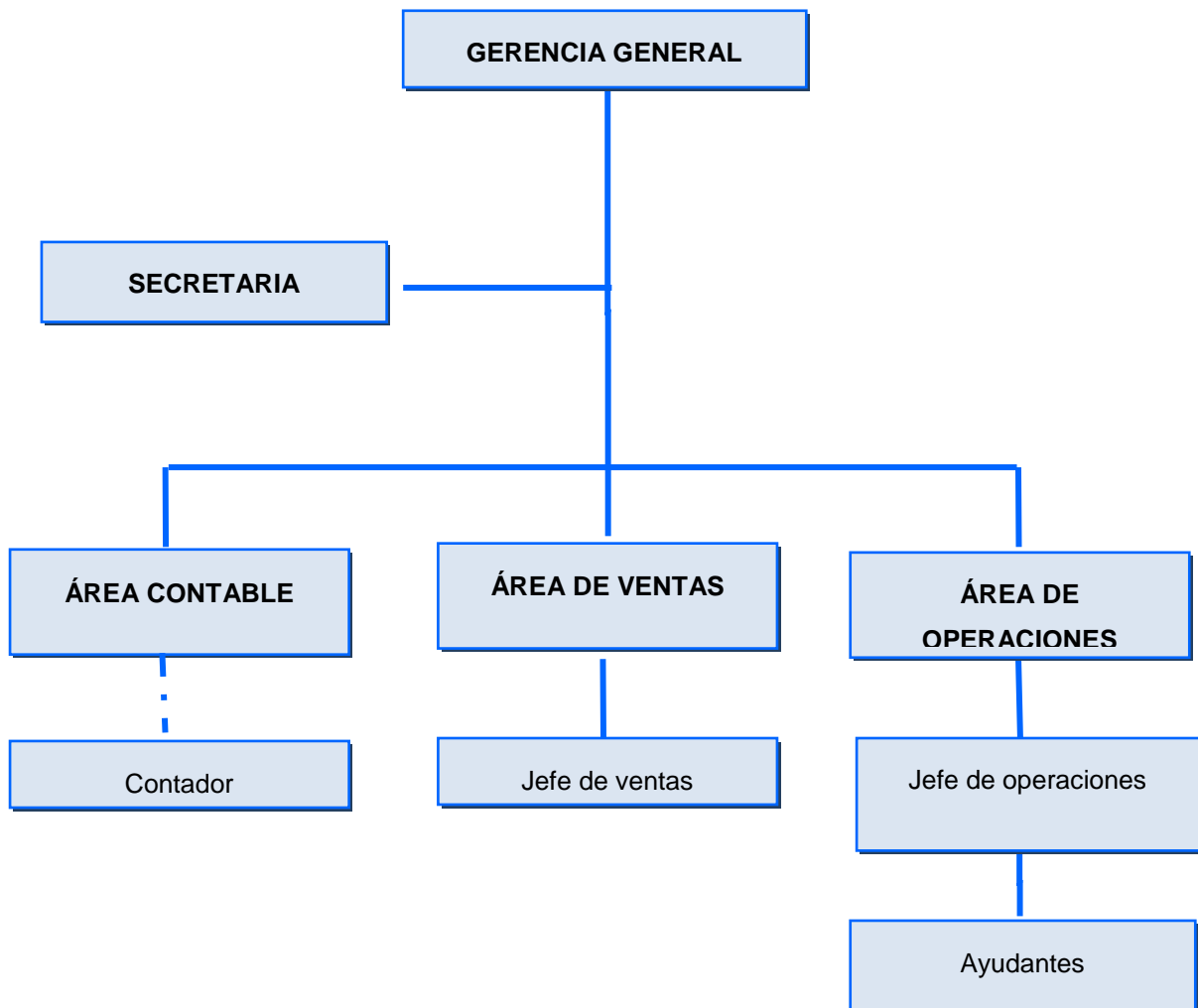
*Ofrecer un producto de origen ecuatoriano de excelente calidad que permita fortalecer al sector productivo del país y cubrir las necesidades de los clientes, priorizando sus requerimientos y cumpliendo sus expectativas.*

##### **4.5.2.2. Visión**

*Ser reconocidos como una empresa líder en la exportación de gel de baba de caracol de excelente calidad, con un manejo eficiente de los clientes, proveedores y empleados, caracterizados por un manejo hacia la ética y responsabilidad social.*

#### 4.5.2.3. Organización Administrativo – posicional

Gráfico 7 Organización Administrativo - posicional



Elaborado por: Jhonny Paúl Aguilar

#### 4.5.2.4. Principios y valores

##### Principios y valores

Para el proceso de apertura de una organización que se encargue de la exportación de gel de baba de caracol se ha identificado que los principios y valores a implementarse y que cada uno de los miembros deben cumplir son:

- **Honestidad:** En el cumplimiento y desarrollo de cada una de las actividades de cada uno de los miembros por medio de las acciones correctas.
- **Lealtad:** Conciencia de compromiso y fidelidad de los empleados hacia la organización con lo cual se contribuirá para lograr el cumplimiento de los objetivos planteados.
- **Respeto:** Ambiente cálido y de respeto hacia los seres humanos, con el fin de generar un ambiente de trabajo agradable para los empleados con el fin del desempeño eficiente de sus tareas.
- **Liderazgo:** Acompañamiento por parte de los directivos hacia los empleados y colaboradores para lograr un trabajo en equipo con el uso de la motivación basado en respeto hacia los demás.
- **Servicio:** Ofrecer a los clientes internacionales una atención basada en la calidad que permita la satisfacción de los requerimientos.
- **Perseverancia:** Mejoramiento continuo a los procesos lo cual apoyará el cumplimiento de las metas y la obtención de los logros.

#### 4.6. Manual de Funciones

Gráfico 8 Manual de Funciones

	<b>ÁREA</b> DIRECCIÓN GENERAL <b>PUESTO A DESEMPEÑAR: GERENTE</b>
<b>FUNCIONES</b>  Representar a la empresa legalmente	<b>ACTIVIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Control de todas las áreas que forman la unidad de negocio de exportación del producto a Australia</li><li>– Autorizar y analizar las compras, ventas y créditos representativos que se den en la empresa.</li><li>– Control de todas las áreas que forman parte de la unidad de negocio.</li><li>– Supervisión y control de estadísticas de ventas por zonas.</li><li>– Establecer el porcentaje de comisiones a pagar a vendedores, sea por la venta, por el cobro de facturas.</li><li>– Negociar con los proveedores, créditos, descuentos y bonificaciones.</li><li>– Establecer políticas de ventas.</li><li>– Controlar los procesos de exportación.</li></ul>

<p><b>REQUERIMIENTOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Deberá poseer título en ingeniería comercial experiencia Mínima de cinco años en empresas similares.</li> <li>– Capacidad de relacionarse con otras áreas.</li> <li>– Líder, Motivador, Proactivo, Visionario Iniciativa y Creatividad.</li> <li>– Excelente habilidad expresiva</li> <li>– Habilidad de negociación</li> <li>– Buen manejo de relaciones interpersonales.</li> </ul>	<p><b>RESPONSABILIDADES:</b></p> <p>Ser responsable en las actividades encomendadas</p>
--	---

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

	<p><b>ÁREA</b> DIRECCIÓN GENERAL</p> <p><b>PUESTO A DESEMPEÑAR</b> SECRETARIA DE GERENCIA</p>	
<p><b>FUNCIONES</b></p> <p>Apoyo a la gerencia General</p>	<p><b>ACTIVIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recepar llamadas y recibir personas en las instalaciones.</li> <li>- Recepar documentos.</li> <li>- Desglosar y entregar documentos a las diferentes áreas.</li> <li>- Realizar oficios, memos, para los distintos departamentos.</li> <li>- Responder correspondencias.</li> <li>- Organizar el archivo</li> <li>- Realizar otras labores que necesite la gerencia.</li> </ul>	
<p><b>REQUERIMIENTOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estar estudiando alguna carrera universitaria en administración de empresas o afines.</li> <li>- Buen manejo de paquetes utilitarios (Word, Excel, Power Point).</li> <li>- Excelente ortografía y redacción</li> <li>- Experiencia Mínima de un año.</li> </ul>	<p><b>RESPONSABILIDADES:</b></p> <p>Ser responsable en las actividades encomendadas</p>	

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

	<p><b>ÁREA</b> DIRECCIÓN FINANCIERA</p> <p><b>PUESTO A DESEMPEÑAR:</b> CONTADOR</p>
<p><b>FUNCIONES</b></p> <p>Llevar un registro de las actividades económicas</p>	<p><b>ACTIVIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar la contabilidad diaria de los movimientos de la empresa.</li> <li>• Estar pendiente de las leyes y reglamentos del código tributario del Servicio de Rentas Internas.</li> <li>• Obtener, analizar, procesar y proporcionar toda la información de las actividades mercantiles que se desarrollan dentro de la empresa.</li> <li>• Recomendar controles internos de las áreas de compras, producción, ventas y recursos humanos, y delegar funciones a estas.</li> </ul>



<b>REQUERIMIENTOS:</b>	<b>RESPONSABILIDADES:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Título – CPA</li><li>- Haber obtenido el título superior en ciencias contables.</li><li>- Experiencia mínimo 3 años.</li><li>- Ser hombre o mujer mayor de 25 años.</li><li>- Tener experiencia en contabilidad general aplicada al sector comercial.</li><li>- Tener conocimiento de inglés básico.</li></ul>	<p>Ser responsable en las actividades encomendadas</p>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

	<p><b>ÁREA</b> DIRECCIÓN DE VENTAS</p> <p><b>PUESTO A DESEMPEÑAR:</b> JEFE DE VENTAS</p>	
<p><b>FUNCIONES:</b></p> <p>Realizar los pedidos a los proveedores y revisar pedidos de nuestros clientes</p>	<p><b>ACTIVIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Entregar semanalmente información post venta sobre lo realizado.</li> <li>– Imprimir reportes de ventas semanales.</li> <li>– Realizar conjuntamente con el Gerente el presupuesto de ventas mensuales.</li> <li>– Identificar compradores a nivel internacional</li> <li>– Negociar con los compradores a nivel internacional</li> <li>– Aperturar nichos de mercado a nivel internacional</li> <li>– Conocer las tendencias del mercado en Australia.</li> </ul>	
<p><b>REQUERIMIENTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Estudios superiores en Administración de Empresas o Afines.</li> <li>– Buen manejo de programas (Word, Excel, Power Point)</li> <li>– Experiencia mínima de tres años en atención y servicio al cliente.</li> <li>– Capacidad de Negociación</li> </ul>	<p><b>RESPONSABILIDADES:</b></p> <p>Ser responsable en las actividades encomendadas</p>	

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

	<p><b>ÁREA</b> BODEGA DE ACOPIO Y OPERACIONES</p> <p><b>PUESTO A DESEMPEÑAR:</b> JEFE DE OPERACIONES</p>	
<p><b>FUNCIONES:</b></p> <p>Control de inventarios, manejo de los operarios</p>	<p><b>ACTIVIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Planificar las actividades operativas de bodega</li> <li>– Recibir y revisar las cargas del producto.</li> <li>– Realizar la toma física de las mercaderías para verificar si las existencias coinciden con las del sistema.</li> <li>– Coordinar el despacho de las mercaderías para las distintas zonas.</li> <li>– Planificar la entrega de los pedidos.</li> <li>– Realizar las guías de remisión para el transporte de las mercaderías.</li> </ul>	
<p><b>REQUERIMIENTOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Estudios universitarios en Administración de Empresas, Finanzas, Marketing o afines</li> <li>– Conocimientos en organización de bodegas, toma de inventarios y kardex.</li> <li>– Buen manejo de paquetes utilitarios (Word, Excel, Power Point)</li> </ul>	<p><b>RESPONSABILIDADES:</b></p> <p>Ser responsable en las actividades encomendadas</p>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de toma de decisiones.</li> <li>- Emprendedor, Proactivo, Dinámico.</li> <li>- Actitud de servicio.</li> <li>- Capacidad para trabajar bajo presión.</li> </ul>	
--	--

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

	<p><b>ÁREA</b> BODEGA DE ACOPIO Y OPERACIONES</p> <p><b>PUESTO A DESEMPEÑAR:</b> PERSONAL DE APOYO</p>
<p><b>FUNCIONES:</b></p> <p>Mantenimiento, Apoyo de Mano de Obra y prestar seguridad dentro de las instalaciones</p>	<p><b>ACTIVIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Garantizar la apertura y cierre del edificio y dependencias donde presta Servicio</li> <li>- Controlar el estado de funcionamiento, aseo, mantenimiento y limpieza del área de trabajo.</li> <li>- Aceptar acceso de personas específicas hacia la bodega de acopio, recibéndolas y acompañándolas cuando resulte conveniente.</li> <li>- Receptar, custodiar y garantizar la distribución de la mercadería para envío a aeropuerto.</li> <li>- Garantizar el encendido y apagado de luces y otras instalaciones que no dispongan de mecanismos automáticos que las regulen, en instalaciones a su cargo.</li> </ul>

<p><b>REQUERIMIENTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Historial de antecedentes</li> <li>– Título de bachiller</li> <li>– Certificado de salud.</li> <li>– Capaz de manejar emergencias eficientemente.</li> </ul>	<p><b>RESPONSABILIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ser responsable en las actividades encomendadas</li> </ul>
--	--

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

#### **4.7. Procesos de exportación**

##### **4.7.1. Requerimientos para la exportación**

###### **4.7.1.1 Requisitos para ser exportador**

###### **Registro como exportador**

Se lo realiza directamente en el sitio Web de la SENA E (<http://sice1.aduana.gob.ec/aduana/admin/FormularioRegistroOCE.jsp>)

llenando el formulario electrónico previsto para el caso; la SENA E le asigna clave y nombre de usuario, adicional se tiene que ingresar por ventanilla copia del RUC, nombramiento y cédula del representante legal de la CIA.

Adicional al registro se debe obtener el Certificado Digital para firma electrónica para poder realizar cualquier trámite dentro del sistema ECUAPASS en la

opción Ventanilla Única que donde se registra las operaciones de comercio exterior, para el caso de estudio al ser persona jurídica se tiene que realizar las aprobaciones pertinentes al personal que va a ingresar información en este portal, esto previamente realizado el registro del representante legal con su certificado digital electrónico correspondiente.

El certificado digital se lo debe adquirir como dispositivo tipo tokens HSM (Hardware Security Module) y actualmente se los puede obtener en las dependencias de:

Banco Central del Ecuador <http://www.eci.bce.ec/web/guest/> ; o

Security Data <https://www.securitydata.net.ec/> <sup>3</sup>

#### **4.7.1.2. Documentos para exportar**

- **Documento de transporte:** Se utiliza para el transporte marítimo (BILL OF LADING) o aéreo (AIR WAY BILL) y es el título que representa la propiedad de la mercadería, además de ser la prueba del contrato de transporte y prueba de recibo de la mercadería a bordo. Los datos que contiene son: (Ver Anexo 4)
  - Datos del cargador
  - Datos del exportador
  - Datos del consignatario
  - Datos del importador
  - Nombre del buque o vuelo
  - Puerto o Aeropuerto de carga y de descarga

---

<sup>3</sup> Información tomada del boletín 381-2011 del Servicio Nacional de Aduana de Ecuador publicado mediante Registro Oficial 553 del 11 de octubre de 2011.

- Indica si el flete es pagadero en destino o en origen
- Importe del flete
- Marcas y números del de los bultos o cajas
- Número del precinto
- Descripción de mercaderías, pesos bruto y neto, volumen y medidas.<sup>4</sup>
- Fecha de embarque.

### **Factura comercial**

Es emitida por el exportador, y contiene:

- Los nombres del Exportador e Importador, con sus respectivas direcciones y datos.
- Los detalles técnicos de la mercadería
- Fecha y lugar de emisión
- La unidad de medida
- Cantidad de unidades que se están facturando<sup>5</sup>
- Precio unitario y total de venta
- Moneda de venta,
- Condición de venta,
- Forma y plazos de pagos,
- Peso bruto y neto,
- Marca,
- Número de bultos que contiene la mercadería y medio de transporte firmada al pie por alguna persona responsable de la empresa o del sector de Comercio Exterior.

---

<sup>4</sup> Información tomada de Informes de Oficinas Comerciales de España.  
<http://www.mcx.es/polco/paises/paises.asp>

<sup>5</sup> Información tomada de Informes del Banco Mundial  
<http://www.worldbank.org/html/extdr/regions.htm>

## **Lista de empaque – packing list**

Su finalidad es informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, (Aduana del Ecuador ,2011)

De acuerdo ha como se encuentra embalada; la emite el exportador en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

- Datos del exportador.
- Datos del importador.
- Marcas y números de los bultos.
- Lugar y fecha de emisión.
- Modo de embarque
- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería.
- Total de los pesos brutos y netos.
- Tipo de embalaje.
- Firma y sello del exportador.
- Habitualmente, este documento no es muy exigido en las operaciones de comercio internacional, dependiendo este factor de la naturaleza de las mercaderías.
- Por lo general, se lo solicita en grandes embarques, o en aquellos donde existen variedad de tipos de mercadería.
- Si el embarque contiene un solo tipo de mercadería, este documento puede ser obviado.

## **Certificados de Calidad**



- a) Para productos del mar y derivados, confiere el Instituto Nacional de Pesca mediante su Sub Secretaria.
- b) Para conservas alimenticias otorga el INEN.
- c) Para banano, café y cacao en grano, emiten los programas nacionales correspondientes. (MIPRO)

### **Declaración Aduanera de Exportación**

Es el documento que se genera electrónicamente mediante el ingreso de información de la mercadería a exportarse en la página electrónica del ECUAPASS (VUE), cabe recalcar que a partir del 20 de septiembre del año 2013 y mediante boletín 265-013 el Servicio Nacional de Aduana de Ecuador (SENAE) obliga a los exportadores a llenar todos los campos que se muestran en la página electrónica para que esta entidad pueda identificar y determinar el destino de la mercadería.

### **Declaración Juramentada de Origen (Exportaciones)**

A partir del 20 de Septiembre de 2013 el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador ha solicitado la presentación de este documento con el cual el exportador, declara bajo juramento que la empresa a la cual precede se encuentra al día del pago de sus obligaciones tributarias por lo que puede realizar la operación comercial en cuestión.

Esta información se encuentra publicada en el boletín 260-2013 de la SENAE mediante la página del ECUAPASS.

#### **4.7.1.3 Trámites Aduaneros en el Ecuador**

## Trámite en la aduana para embarque

Se realiza por parte del Agente de Aduana contratado la declaración aduanera de exportación (DAE) donde se genera la orden de embarque (código 40), la información que se ingresa es:

- Datos del Exportador.
- Descripción de la mercadería (cantidad, valor y peso).
- Información de la agencia de carga.
- Datos de aeropuerto de llegada y salida.
- Detalle de la factura de exportación (número y fecha).

Para la inspección previa al embarque se deberá presentar:

- Factura comercial (2 copias), si existen diferencias entre el valor declarado y el valor exportado, se deberá presentar una nueva factura en original y cuatro copias para liquidación. (Galarza Xavier ,2008)<sup>6</sup>
- Copia de documento de transporte con información de pesos manifestados y recibidos por la bodega de Aduana asignada para recepción de carga de despacho.
- Copia de la orden de embarque aprobada.
- Entrega de la mercadería en las bodegas de Aduana.

Posterior a la inspección:

---

<sup>6</sup> Ibídem

- Entrega de factura y packing list originales al representante de la aerolínea para que se adjunten al conocimiento de embarque original y se cierre despacho en Aduana ya embarcada la mercadería.

Una vez embarcada la mercadería el exportador tiene que regularizar la exportación mediante la transmisión de la DAE definitiva de exportación.

El SENA validará la información de validación de DAE contra el manifiesto de carga emitido por la aerolínea el momento de despachar la mercadería, si la validación es satisfactoria el exportador y agente de Aduana recibirán un mensaje electrónico con el refrendo para la DAE de exportación definitiva con lo que queda cerrado el proceso.

### **Trámites especiales complementarios**

Existen ciertos productos que debido a su sistema de comercialización (regulaciones internas o requerimientos externos) se apartan del sistema general de exportaciones descrito, y por consiguiente se rigen por normas, requisitos y trámites especiales complementarios de los ya señalados.

### **Autorizaciones previas**

Para la exportación de varios productos es indispensable obtener una licencia o autorización previa.

1.- El MAGAP a través de la Subsecretaría Forestal, autoriza la exportación de especímenes de flora y fauna silvestre en proceso de extinción y sus productos, cuando ésta se realiza con fines científicos, educativos o de

intercambio internacional con instituciones educativas (Corporación Aduanera Ecuatoriana ,2008).<sup>7</sup>

2.- La exportación de plantas y sustancias psicotrópicas y sus componentes, insumos precursores y otros productos químicos necesarios para producirlas o elaboraras, así como los preparados o derivados; son autorizados por el Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes (CONSEP)

### **Determinación de precios**

Están sujetos a régimen de determinación de precios mínimos referenciales los siguientes productos:

- Banano, café crudo o verde, tostado en grano, tostado molido, cáscara y cascarilla de café; cacao y subproductos. Los precios son fijados por los Ministerios de Industrias, Agricultura y Finanzas, debiendo sujetarse a ellos los contratos de exportación.
- Camarón: los precios al igual que de pescado son determinados por la Subsecretaria de Recursos Pesqueros. (Corporación Aduanera Ecuatoriana ,2008)

#### **4.7.1.4 Requisitos de acceso en Australia**

Los requisitos generales para la importación de productos cosméticos en Australia:

Productos totalmente fabricados (listo para la venta) con componentes animales de menos de 20%:

---

<sup>7</sup> Corporación Aduanera Ecuatoriana (2008) Material Capacitación Agentes SICE [http://www.aduana.gov.ec/archivos/Boletines/material\\_de\\_estudio\\_SICE.pdf](http://www.aduana.gov.ec/archivos/Boletines/material_de_estudio_SICE.pdf)

- Cosméticos que entran en esta categoría podrán importarse sin un permiso de importación, sin embargo los importadores necesitan garantizar que puedan satisfacer otros requisitos del producto como tal.

Ingredientes parcialmente manufacturados, crudos o productos con más de 20% de componentes animales:

- Lista completa de ingredientes incluyendo el porcentaje de cada ingrediente para agregar hasta 100 por Ciento (incluye agua) especie y país de origen para todos los ingredientes que derivan de animales completos la información de fabricación de cada ingrediente y del producto final.

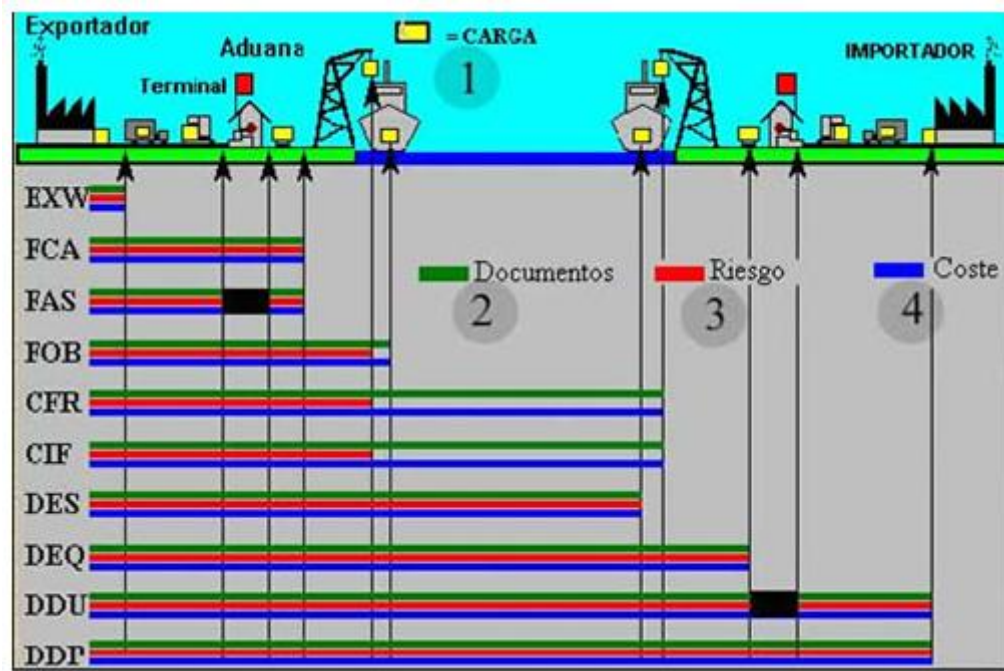
La información anterior se presentará en forma de declaración del exportador/fabricante (incluyendo la dirección de la compañía y país) firmado por un empleado de la empresa desde el sitio de fabricación cuyo nombre, título y datos de contacto también aparecen con fecha y libre de raspaduras y alteraciones sin certificar (alteraciones de todos deben ser reubicados por el empleado de la empresa responsable de la firma de la declaración).

## **Etiquetado**

En general los bienes que sean exportados a Australia deben ser marcados con una descripción verdadera del bien, incluyendo el país donde fue fabricado. Esta información puede ser en la forma "Made in...." o "Producto de....", pero debe estar en inglés y claramente visible en el empaque exterior o en la etiqueta.

#### 4.7.1.5 Incoterms

Gráfico 9 Responsabilidades Incoterms



Fuente: <http://www.quiminet.com/articulos/los-10-tipos-de-incoterms-48084.htm>

Las exportaciones de origen ecuatoriano se caracterizan porque normalmente se emplea el incoterm FOB el cual es:

#### Free on board (Franco a bordo)

Este término significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entrega cuando la mercancía ha sobrepasado la borda y efectivamente se ha colocado sobre el transporte. El término FOB exige al vendedor despachar la mercancía en aduana para la exportación.

#### **4.7.2. Aranceles**

Este producto en el territorio australiano se encuentra libre de arancel (0%) pero sin embargo en Australia todas las importaciones se encuentran grabadas por el GST (Goods and Services Taxes) el cual es pagado por los importadores (impuesto indirecto) y equivale al 10% del valor total de la mercancía.

El GST se aplica sobre los productos y servicios vendidos en Australia, incluyendo los productos importados. La gran mayoría de los productos básicos para consumo humano están libres de GST.

##### **4.7.2.1 Sistema General de Preferencias (SGP) para el Ecuador**

El Sistema General de Preferencias (SGP) es el instrumento mediante el cual la UE concede preferencias a los países en desarrollo.

Además, el Ecuador es beneficiario del SGP+ desde el año 2005 al ser considerado un país vulnerable y se ha constituido como el quinto país mayor beneficiario del SGP; precedido por Bangladesh, India, Tailandia y Brasil. Tomando en cuenta sólo el SGP+, el Ecuador es el mayor beneficiario, seguido por Costa Rica, Perú y Colombia. Si bien la UE decidió ampliar el plazo del sistema de preferencias hasta el 2013; a partir de 2014 entrará en vigencia un nuevo esquema con menores beneficios frente a otros competidores, debido a la firma de acuerdos comerciales entre la UE y varios países.

Además, el último informe del Banco Mundial establece que el Ecuador pasó de ser un país de ingresos medios bajos a un país de ingresos medios altos a partir del 2010, pues el ingreso per cápita fue de US\$ 4.082; en 2011 se incrementó a US\$4.578 y se estima que en 2012 llegará a US\$4.905. Debido a

esta nueva condición el Ecuador perdería las preferencias el 31 de diciembre del 2013, por lo que los productos exportados deberán pagar un arancel mayor.

En los últimos años, la UE ha incrementado los acuerdos comerciales con diversos socios; especialmente desde el año 2000, lo cual demuestra la importancia del comercio exterior y, por ende, la necesidad de garantizar el acceso a múltiples mercados. Esta situación alteraría las condiciones de competencia de los productos ecuatorianos en el mercado europeo, pues si bien actualmente cuentan con acceso preferencial por el sistema SGP+, no se tiene la garantía de un tratado a largo plazo que asegure su ingreso sin restricciones a este bloque.

### **Declaración en factura**

- La podrá extender cualquier exportador para cualquier envío constituido por uno o varios bultos que contengan productos originarios cuyo valor total no exceda de 6.000 euros, (se entiende que estos productos cumplen la normativa de origen del SGP de la Unión Europea).
- El exportador que extienda una declaración en factura deberá poder presentar en todo momento, a petición de la autoridad aduanera u otras autoridades gubernamentales competentes del país de exportación, todos los documentos apropiados que demuestren el carácter originario de los productos de que se trate.
- El exportador extenderá la declaración en factura escribiendo a máquina, estampando o imprimiendo sobre la factura, la orden de entrega o cualquier otro documento comercial la referida declaración si la declaración se extiende a mano, deberá escribirse con tinta o en caracteres de imprenta. las declaraciones en factura llevarán la firma original manuscrita del exportador.



La utilización de la declaración en factura estará sujeta a las siguientes condiciones:

- se extenderá una declaración en factura para cada envío;
- si en el país de exportación las mercancías incluidas en el envío ya han sido controladas como "productos originarios", el exportador podrá mencionar este control en las declaraciones en factura.

### **Productos que no requieren justificar origen.**

No existirá la obligación de extender y presentar una comunicación sobre origen, en los siguientes casos:

- Los productos enviados de particular a particular en paquetes pequeños, siempre que el valor total de los mismos no exceda de 500 euros.
- Los productos que formen parte del equipaje personal de los viajeros y cuyo valor no exceda de 1.200 euros.

### **4.7.3 Requerimientos fitosanitarios**

#### **Requisitos para certificar un producto como orgánico**

Desde 2009, en Australia, todos los productos orgánicos tienen que cumplir con los estándares de **Australian Organic Standard (AOS)** perteneciente a la **Biologic Farmers of Australia BFA** para validarse como tal, por lo cual se deben cumplir con los siguientes requisitos:

#### **Para cosméticos y productos para el cuidado de la piel**

BFA Registered Approved Product Productos a base de minerales pueden contener menos que el 95% de Ingredientes certificados como orgánicos. Aditivos, preservativos e insumos de transformación siguen calificando para esta certificación. Estos no pueden denominarse como “certificados en forma orgánica.” (Certified Organic), pero pueden denominarse “realizado con ingredientes orgánicos.” y/o. “Producto aprobado por BFA.” (Made with organic ingredients) and/or (BFA Approved Product) utilizando el logo registrado por esta institución.

## **Requisitos de Australian Quarantine And Inspection Service**

### **AQIS Condición C5401 Para envíos comerciales**

- Una entrada de cuarentena es necesaria para todos los envíos de productos cosméticos
- El cosmético debe contener menos del 20% de la masa de material de origen animal (ej. almizcle, civeta o ámbar gris).

Es responsabilidad del importador proporcionar documentación suficiente para satisfacer al oficial de Cuarentena que el producto no contiene componentes que requieren un permiso de importación. La documentación puede incluir declaración no etiqueta del producto demostrando un fabricante que:

- El producto contiene ingredientes animales de menos de 20%, el producto contiene sólo extractos del mismo.

En caso de envíos que no están cubiertos por documentación válida o están cubiertos por documentación con una Declaración incorrecta, estarán sujetos a

una inspección para garantizar que el producto contiene menos de 20% de material animal. Se aplicará una tarifa de inspección por parte del programa de productos biológicos.

Cosméticos no mencionados anteriormente, requieren de un permiso de importación otorgado por AQIS en Canberra.

#### **4.7.4 Formas de cobro de las exportaciones**

El exportador deberá negociar estratégicamente la forma de pago de sus productos, de acuerdo a los términos del contrato de compraventa y teniendo en cuenta el grado de credibilidad que le inspire el comprador.

#### **Carta de Crédito o Crédito Documentario**

Es, sin duda, la forma de pago más recomendada para el exportador que recién se inicia, ya que al contar con entidades bancarias comprometidas en la operación, la carta de crédito se transforma en un compromiso de pago, razón por la cual es el mecanismo de pago más difundido en todo el mundo.

Otorga la seguridad de que las mercancías serán pagadas una vez enviadas y tan pronto el exportador cumpla las condiciones previamente establecidas. En términos simples, la forma de pago con crédito consiste en que el importador ordena a su banco comercial ubicado en el país de importación (banco emisor), pagar a un tercero (exportador) por intermedio de un banco comercial. Este pago se efectúa una vez que el exportador cumpla con lo estipulado en el acreditativo (Parra Cañas, Héctor, 2007)

Al momento de la firma de este contrato, se deben acordar las precisiones que se estipularán en el acreditativo la cuales son:

- Clase, tipo y monto del acreditativo.
- Plazos para embarcar las mercaderías, para presentar en el banco comercial los documentos exigidos en el acreditativo por el exportador y para el pago del acreditativo.
- Documentos que deben presentarse, tales como: factura comercial, conocimiento de embarque (guía aérea o carta de porte), póliza de seguro cuando la venta sea CIF.
- Otros documentos como: certificado de origen, certificado fitosanitario, certificado de calidad, lista de embarque, nota de gastos, visas consulares cuando corresponda y cualquier otra documentación dependiendo de la carga, del medio de transporte y del país de destino.
- Precio unitario de la mercadería, si lo exige el comprador.
- Posibilidad de enviar las mercancías por parcialidades.
- Términos de entrega de las mercancías (FOB, CIF, etc.).

#### **4.7.4.1 Recomendaciones sobre las formas de pago**

Optar por el acreditado irrevocable y confirmado es lo más seguro para el exportador que recién se inicia en estos negocios. El banco receptor puede tener motivos diversos para no aceptar la orden de confirmar un acreditado, como la falta de confianza con el banco emisor. De allí que el exportador deba estudiar previamente con su banco los requisitos o condiciones mediante las cuales el acreditado que provenga de un determinado país y banco pueda ser confirmado.

## **CAPÍTULO 5**

### **LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN**

## 5.1 Elaboración del producto

El *Crymptophalus Aspersa* es un caracol de la familia Helicidae que produce una secreción rica en proteínas de alto y bajo peso molecular, ácido hialurónico y antioxidantes. Su secreción se extrae mediante un cuidadoso proceso que permite obtener un fluido puro, libre de contaminantes, biológicamente activo y que permite preservar la vida del animal.

La manera de obtención de la baba de caracol para aplicación cosmética se obtiene de caracoles en ayunas a los que se ha provocado un estado de estrés mediante estimulación inocua (por radiaciones o estrés mecánico). Esta estimulación no altera la supervivencia del animal y se puede repetir varias veces durante su ciclo de vida. La baba segregada ante estos estímulos externos tiene capacidad de reparar la piel del caracol y protegerlo de las agresiones externas. Estas propiedades se pueden extrapolar para la formulación y aplicación de preparados de uso cosmético.

El activo se obtiene bajo normas que aseguran la necesaria calidad física, química y microbiológica del producto obtenido; en cambio, la baba que desprende el caracol en sus desplazamientos y que le permite moverse carece de actividad biológica, por lo que tampoco es útil para uso cosmético.

Según la información técnica de La Floresta (2012) menciona que la composición del producto consta de Proteasas, Encimas Fibrinolíticas, elastina, Antibióticos Naturales, Alantoína, Colágeno, Ácido glicólico y diversas vitaminas.

ALANTOINA: El principal efecto de ésta, es la fuente de estimulación de la proliferación celular y la reconstrucción de tejido.

**COLÁGENO:** En la piel es un regenerador de células dando lugar a proceso de reproducción dejando la piel tersa y suave

**ACIDO GLICOLICO:** El mejor exfoliativo y reproductor de peeling natural. Elimina mandas de a pies, estrías, cicatrices, celulitis, piel de naranja y arrugas, elimina las células muertas y reemplazándolas por nuevas.

**ELASTINA:** Realiza el proceso de estiramiento de la piel, el cual se puede notar en pocos minutos al aplicar la crema.

**PROTEASAS:** La proteólisis (ruptura/degradación de proteínas) extracelular disminuye la probabilidad de que los nuevos vasos sanguíneos sufran restenosis (estrechamiento) y favorece el depósito ordenado de colágeno en la capa adventicia de las arterias.

**ENZIMAS FIBRINOLITICAS:** Las enzimas fibrinolíticas limpian el micro capilar, favoreciendo la oxigenación y nutrición de los tejidos en reparación y favorecen el remoldamiento vascular adecuado.

Adicionalmente el producto cumple con características psicoquímicas que se explicarán a continuación:

Aspecto: líquido transparente de color dorado y olor débil característico.

pH comprendido entre 6,5-7,6.

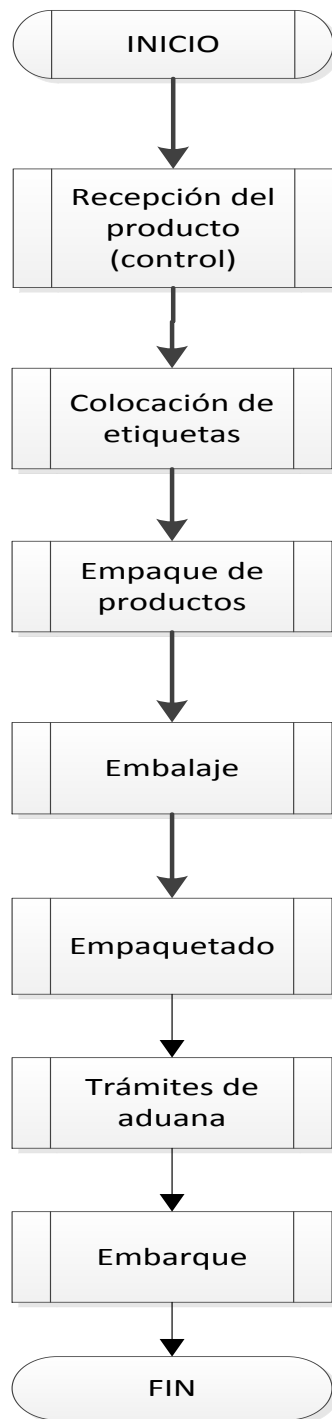
Contenido total de proteínas comprendido entre 1,8-2,9 g/l.

Contenido alantoína comprendido entre 35-56 mg/l.

Contenido de ácido glicólico comprendido entre 0,39%-0,55%.

### **5.1.1 Proceso de comercialización de la crema de baba de caracol**

#### **Gráfico 10 Proceso de comercialización del producto**



**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

## **5.2. Empaquetado y etiquetado**

En cuanto al empaquetado y etiqueta el envase se conformara de 3 etapas:



### Etapa 1

El envase de 50ml. de contenido de baba de caracol se encontrará en una caja de 7 x 7 x 6 cm.

### Etapa 2

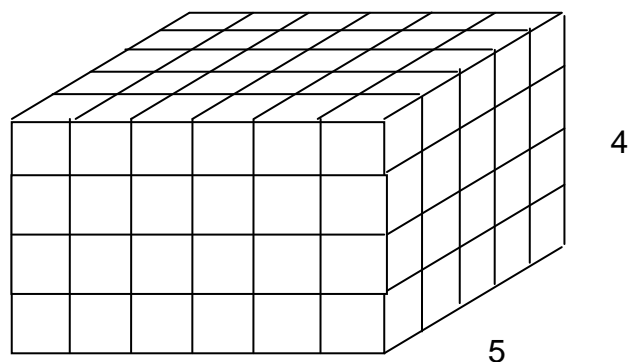
El envase será de plástico ovalado como se muestra en el ejemplo abajo y en la parte inferior se detallará la información del contenido de baba de caracol, el registro sanitario, fecha de caducidad etc.

Posteriormente será colocado en cajas pequeñas de cartón que servirán de presentación y protección para el empaquetado final que será en cajas medianas de cartón que contengan 120 unidades.

### Etapa 3

El empaquetado del producto será en cajas debido al transporte aéreo por lo cual se colocarán 120 unidades por caja de la siguiente manera:

**Gráfico 11 Empaquetado**



### 5.3 Embalaje

6

Para el embalaje del producto se considerará el uso de una de caja de 42 x 35 x 28 cm en donde existirán 30 unidades en la base y un apilamiento por caja de 4 por ende el contenido será de 120 unidades o envases pequeños de contenido de baba de caracol de 50 ml.

**Gráfico 12 Embalaje similar para envío**



## 5.4 Transporte

Como medio de transporte para enviar los productos a Australia se utilizará el transporte aéreo, los envíos se realizarán en las cajas mencionadas y de acuerdo a la capacidad de inversión se despacharán 26 cajas conteniendo 3120 unidades en total que se tiene previsto como envío mensual.

En cuanto a la logística la empresa se encargará de enviar los productos directamente a las bodegas asignadas por la aerolínea a nuestro agente de carga contratado, las mismas están ubicadas dentro del aeropuerto, donde se entrega el producto para transporte de este hacia Australia, el aeropuerto de destino es el Aeropuerto Internacional Kingsford Smith DE Melbourne donde llegaría el embarque después de realizados los trámites de Aduana correspondientes aquí en el país de envío.

Los principales datos del embarque son:

**Tabla 6 Datos principales de embarque**

26	cajas
3120	Unidades enviadas por mes en 26 cajas master
5.10 kg.	Peso de las 26 cajas externas solas para empaque
21.15 kg.	Peso por caja de 26 conteniendo 120 unidades
555 kg.	Peso total por envío
\$5.60	Costo del Flete por kg. (Ver Anexo 6)

## 5.5 Seguro

Se hará uso de un seguro internacional el cual permitirá asumir los riesgos de cualquier eventualidad que se presente en la mercancía durante el proceso de transporte del producto.

### Seguro Internacional

Descripción	Valor por envío
Póliza de seguro	\$168.24

## 5.6 Comercialización

La comercialización del producto será directamente por parte del importador en Australia pero como dato adicional se destaca que existen otros compradores que se podrían tener como una alternativa en caso de que la empresa logre la expansión que se espera, una de las más importantes marcas importadoras en Australia es la casa farmacéutica Pfizer-Australia que tiene vasta experiencia en productos para el bienestar, dispone de permisos correspondientes y a su vez puede comercializar el producto internamente, esto de que no se llegue a un acuerdo de exclusividad con el principal comprador ahora.

## CAPÍTULO 6

### INVERSION Y FINANCIAMIENTO

#### 6.1 Inversiones

Es el empleo de capital para la obtención de ciertos bienes necesarios para la creación de una unidad económica que tiene como finalidad la producción de bienes o la prestación de servicios.

##### 6.1.1 Propiedad planta y equipos

Es un recurso controlado por la empresa como resultado de procesos pasados del cual la empresa espera obtener en el futuro beneficios económicos.

Los beneficios económicos futuros incorporados a un activo consisten en el potencial del mismo para contribuir directamente o indirectamente en los flujos de efectivo y otros equivalentes de efectivo de la empresa.

Desde el punto de vista patrimonial, el activo está constituido por todos los bienes y derechos de propiedad de una persona o empresa.<sup>8</sup>

Son aquellos de existencia física y palpable dentro de la empresa, estos se deprecian según su tiempo vida útil y dentro de un periodo contable, a continuación se muestran los utilizados:

---

<sup>8</sup> Definición de Activo según las NIIF'S

### Cuadro 9 Propiedad planta y equipo

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Valor
Instalaciones para el centro de acopio (Cuadro 10)	1	3045.00	3045.00
Muebles y enseres (Cuadro 4)	1	1065.00	1065.00
Maquinaria y Equipo (Cuadro 3)	1	910.00	910.00
Equipos computación (Cuadro 5)	1	4350.00	4350.00
Útiles de oficina (Cuadro 11)	1	19.40	19.40
<b>Total</b>			<b>9389.40</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

La empresa considera para su funcionamiento la implementación de un centro de acopio para la operación de revisión, etiquetado, empaque y despacho, así como los requerimientos de instalaciones e implementación de oficinas y equipamiento. A continuación se detallan lo indicado arriba:

### Cuadro 10 Instalaciones para centro de acopio

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Total
Banda Transportadora	1	2500.00	2500.00
Estaciones de trabajo	2	120.00	240.00
Modulares de división	3	55.00	165.00
Sillas	4	35.00	140.00
<b>Total</b>			<b>3045.00</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

### Cuadro 11 Útiles de oficina

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Total
Grapadora	4	3.25	13.00
Perforadora	4	2.85	11.40
Saca grapas	4	0.90	3.60
Tijeras	4	1.10	4.40
<b>Total</b>			<b>19.40</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

### 6.1.2 Activos Intangibles

Los activos intangibles se consideran a la documentación legal necesaria para la empresa como la contratación de un abogado y el pago por la prestación de sus servicios, así como los valores cancelados para la obtención de permisos necesarios para el funcionamiento, también se ha colocado el valor del medio tecnológico que se utilizará para promocionar la empresa.

#### Cuadro 12 Activos Intangibles

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Valor
Legalización de la empresa	1	2110.00	2110.00
Obtención Licencia municipio	1	50.00	50.00
Permiso de funcionamiento	1	40.00	40.00
Creación pág. Internet	1	2200.00	2200.00
Total			<b>4400.00</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

Estos valores no pueden ser considerados para consumirlos por completo en un periodo económico por lo que se difieren para un tiempo estimado y se amortizan en 5 años.

### 6.1.3 Capital de trabajo

Se considera como capital de trabajo a los recursos que requiere una organización para poder operar en la actividad económica elegida, deben ser disponibles para cubrir las necesidades de la empresa en un período determinado.

Para el presente estudio se ha calculado el capital de trabajo en base a la capacidad de oferta del proveedor para los posibles envíos y a la frecuencia que ese espera realizar las operaciones comerciales (3120 unidades al mes).

### Cuadro 13 Capital de trabajo

Detalle	Valor Mensual
Sueldos (Cuadro 2)	4185.03
Gastos Generales Oficina y Centro de Acopio (Luz, Agua, Teléfono) (Cuadro 21)	248.45
Gasto Publicidad	872.00
Gasto Arriendo Oficina y Centro de Acopio (Cuadro 21)	1230.00
Suministros Oficina (Cuadro 6)	29.60
Suministros de Limpieza (Cuadro 7)	22.30
Flete Internacional	3105.67
Mercadería (Cuadro 17)	15319.20
Provisión reservas	1404.00
Provisión imprevistos (3% del total ventas posibles)	1165.32
<b>Total:</b>	<b>27581.56</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

#### 6.1.4 Resumen de inversión inicial

De esta manera, el resumen de inversiones se detalla a continuación:

### Cuadro 14 Resumen de inversión inicial

Descripción	Valor
Propiedad planta y equipo (Cuadro 9)	9389.40
Activos intangibles (Cuadro 12)	4400.00
Capital de trabajo (Cuadro 13)	27581.56
<b>Total inversión inicial</b>	<b>41370.96</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar



Los costos mencionados se requerirán para la operación de un mes, puesto que toda exportación que se realice ya deberá estar garantizada su pago. Así mismo los valores de provisión reservas e imprevistos son valores mensuales que van a ser tomados en cuenta para lo continuidad de la compañía, los mismos variarían de acuerdo al desempeño que tenga la entidad.

## 6.2 Financiamiento

Es la parte monetaria que necesita la organización para poder funcionar, aparte del capital que los socios aportan se necesita el valor de la diferencia, el mismo se lo obtiene por medio de un préstamo otorgado por cualquiera de las entidades financieras y legalmente constituidas vigentes.

### 6.2.1 Estructura del financiamiento

Para el inicio de la empresa se ha considerado una inversión por parte de la empresa de un 30% del total de inversión inicial equivalente a un valor de \$12,411.29 de los requerimientos y tomando en cuenta que el 70% restante del total de la inversión será entregada por la entidad financiera a la que solicitamos el préstamo, el cual sería por \$28,959.67 como se puede observar a continuación:

**Cuadro 15 Estructura del financiamiento**

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Empresa	12,411.29	30%
Financiamiento bancario	28,959.67	70%
TOTAL	41,370.96	100%

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

Los dividendos anuales que recibirán cada uno de los accionistas por la aportación para la operación de la empresa y la conformación de la misma corresponden al porcentaje de responsabilidad de cada uno de ellos tiene que se muestra en el cuadro 8, este porcentaje así mismo puede ser recapitalizado para futuras mejoras de la organización o el valor es repartido al final del año después que se haya generado la utilidad neta de la empresa.

De esta manera, en el siguiente cuadro abajo se muestra los valores que se generarán en base a la realización de un financiamiento para 5 años a una tasa de interés de 15,00% que es la que aplica la entidad a la que vamos a recurrir (Corporación Financiera Nacional) por medio del banco del fomento para el tipo de préstamo que vamos a necesitar. (Ver Anexo 5)

## 6.2.2 Tabla de amortización del crédito

### Cuadro 16 Amortización

Monto a financiar:	28,959.67
Tiempo (meses)	60
Anualidad	688.95
Tasa bancaria	15.00%

	meses	Monto	Tasa	Anualidad	Interés	Pago a Capital	Saldo
Año 1	1	28,959.67	1.25%	688.95	362.00	326.95	28,632.72
	2	28632.72	1.25%	688.95	357.91	331.04	28,301.68
	3	28301.68	1.25%	688.95	353.77	335.18	27,966.50
	4	27966.50	1.25%	688.95	349.58	339.37	27,627.14
	5	27627.14	1.25%	688.95	345.34	343.61	27,283.53
	6	27283.53	1.25%	688.95	341.04	347.90	26,935.62
	7	26935.62	1.25%	688.95	336.70	352.25	26,583.37
	8	26583.37	1.25%	688.95	332.29	356.66	26,226.71
	9	26226.71	1.25%	688.95	327.83	361.11	25,865.60

	10	25865.60	1.25%	688.95	323.32	365.63	25,499.97
	11	25499.97	1.25%	688.95	318.75	370.20	25,129.77
	12	25129.77	1.25%	688.95	314.12	374.83	24,754.94
Año 2	13	24754.94	1.25%	688.95	309.44	379.51	24,375.43
	14	24375.43	1.25%	688.95	304.69	384.26	23,991.18
	15	23991.18	1.25%	688.95	299.89	389.06	23,602.12
	16	23602.12	1.25%	688.95	295.03	393.92	23,208.19
	17	23208.19	1.25%	688.95	290.10	398.85	22,809.35
	18	22809.35	1.25%	688.95	285.12	403.83	22,405.52
	19	22405.52	1.25%	688.95	280.07	408.88	21,996.64
	20	21996.64	1.25%	688.95	274.96	413.99	21,582.65
	21	21582.65	1.25%	688.95	269.78	419.17	21,163.48
	22	21163.48	1.25%	688.95	264.54	424.41	20,739.08
	23	20739.08	1.25%	688.95	259.24	429.71	20,309.37
	24	20309.37	1.25%	688.95	253.87	435.08	19,874.28
Año 3	25	19874.28	1.25%	688.95	248.43	440.52	19,433.76
	26	19433.76	1.25%	688.95	242.92	446.03	18,987.74
	27	18987.74	1.25%	688.95	237.35	451.60	18,536.14
	28	18536.14	1.25%	688.95	231.70	457.25	18,078.89
	29	18078.89	1.25%	688.95	225.99	462.96	17,615.93
	30	17615.93	1.25%	688.95	220.20	468.75	17,147.18
	31	17147.18	1.25%	688.95	214.34	474.61	16,672.57
	32	16672.57	1.25%	688.95	208.41	480.54	16,192.03
	33	16192.03	1.25%	688.95	202.40	486.55	15,705.48
	34	15705.48	1.25%	688.95	196.32	492.63	15,212.85
	35	15212.85	1.25%	688.95	190.16	498.79	14,714.06
	36	14714.06	1.25%	688.95	183.93	505.02	14,209.04
Año 4	37	14209.04	1.25%	688.95	177.61	511.34	13,697.70
	38	13697.70	1.25%	688.95	171.22	517.73	13,179.97
	39	13179.97	1.25%	688.95	164.75	524.20	12,655.78
	40	12655.78	1.25%	688.95	158.20	530.75	12,125.02
	41	12125.02	1.25%	688.95	151.56	537.39	11,587.64
	42	11587.64	1.25%	688.95	144.85	544.10	11,043.54
	43	11043.54	1.25%	688.95	138.04	550.90	10,492.63
	44	10492.63	1.25%	688.95	131.16	557.79	9,934.84
	45	9934.84	1.25%	688.95	124.19	564.76	9,370.08
	46	9370.08	1.25%	688.95	117.13	571.82	8,798.25

	47	8798.25	1.25%	688.95	109.98	578.97	8,219.28
	48	8219.28	1.25%	688.95	102.74	586.21	7,633.08
Año 5	49	7633.08	1.25%	688.95	95.41	593.54	7,039.54
	50	7039.54	1.25%	688.95	87.99	600.95	6,438.59
	51	6438.59	1.25%	688.95	80.48	608.47	5,830.12
	52	5830.12	1.25%	688.95	72.88	616.07	5,214.05
	53	5214.05	1.25%	688.95	65.18	623.77	4,590.28
	54	4590.28	1.25%	688.95	57.38	631.57	3,958.71
	55	3958.71	1.25%	688.95	49.48	639.46	3,319.24
	56	3319.24	1.25%	688.95	41.49	647.46	2,671.78
	57	2671.78	1.25%	688.95	33.40	655.55	2,016.23
	58	2016.23	1.25%	688.95	25.20	663.75	1,352.49
	59	1352.49	1.25%	688.95	16.91	672.04	680.44
	60	680.44	1.25%	688.95	8.51	680.44	0.00

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

Los requisitos para la obtención de dicho financiamiento son:

- Presentación de un plan de negocios
- Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen
- Carta de pago de impuestos
- Permiso de funcionamiento y de construcción cuando proceda
- Proformas de maquinaria a adquirir
- Proformas de mercadería e insumos a adquirir

**Fuente:**

[http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=599&Itemid=542](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=599&Itemid=542)

## CAPÍTULO 7

### COSTOS, GASTOS E INGRESOS

#### 7.1 Costos de operación

Los costos de operación se consideran a los costos de la producción que incluye la mercadería (crema de baba de caracol), su embalaje, y los costos relacionados como el personal de producción, los servicios de planta, así como los seguros y el mantenimiento de los equipos, como se detalla a continuación:

##### 7.1.1 Mercadería

Como mercadería se ha tomado en cuenta el valor del producto al momento de recibirlo en nuestro centro de acopio y se ha añadido únicamente el valor por las etiquetas que se colocarían en el envase antes de embarque y por cada unidad de 50 ml, esto ya que no somos productores:

Los detalles de costos de la mercadería son:

#### Cuadro 17 Costos mercadería

Descripción por unidad	Cantidad referente	detalle	Costo unitario	Valor por envío mensual
Baba de Caracol procesada	50	MI	3.97	12386.40
Envases	3120	u.	0.58	1809.60
Cajas internas	3120	u.	0.25	780.00
Etiquetas	3120	u.	0.11	343.20
<b>Total</b>			<b>4.91</b>	<b>15319.20</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

Hay que tomar en cuenta que para el embarque se van a colocar las 3120 unidades en 26 cajas como se indica en el capítulo anterior por lo que el valor adicional por las 26 cajas de cartón es de \$11.70 y adicional se colocarán 52 zunchos (2 p/caja) para asegurar que no se abra la caja con el movimiento al envío.

### 7.1.2 Mano de obra directa

**Cuadro 18 Mano de obra directa**

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Valor
Jefe de operaciones	1.00	649.75	649.75
Ayudantes (2) \$350.00 C/U	2.00	449.525	899.05
<b>Total salarios</b>			<b>1548.80</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

La cantidad de bultos para embarcar como se había indicado en el capítulo anterior será de 26 cajas máster conteniendo 120 unidades de 50ml. cada caja, es decir un total de 3120 unidades por envío mensual, cada unidad con un peso de 0,1710 kg., y un peso bruto total a embarcar de 555 kg. por envío, este peso nos permitirá posteriormente determinar los gastos de flete internacional para esta exportación.

Para determinar el costo de operación de un producto también se requiere materiales indirectos que son parte del producto final y se detallan a continuación:

## 7.2 Gastos Administrativos

Con lo indicado antes se integran los gastos administrativos, considerando el personal, los gastos generales y otros implícitos mensualmente:

### Cuadro 19 Gastos Administrativos

Descripción	Valor
Personal (Cuadro 20)	1986.48
Gastos Generales (Cuadro 21)	1550.45
Útiles de oficina (Cuadro 6)	29.60
Insumos de limpieza (Cuadro 7)	22.30
Provisión reservas	1404.00
Provisión imprevistos (3% del total ventas posibles)	1165.32
<b>Total</b>	<b>6158.15</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

Los valores que se observan como provisiones reservas e imprevistos van a ser variables de acuerdo a la cantidad de unidades que se realice por envío y los mismos serán considerados para cada embarque, por tal razón se establece que como provisión reservas será el 0.05% al costo unitario CIF del producto y el valor de los imprevistos será el 3% del total de ventas posibles como indica arriba el cuadro. A continuación se detalla los valores mencionados:

### Cuadro 20 Personal Administrativo

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Valor
Gerente	1	1023.70	1023.70
Secretaria / Recepcionista	1	462.78	462.78
Contador	1	500.00	500.00
<b>Total salarios</b>			<b>1986.48</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

## Cuadro 21 Gastos generales

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Valor Mensual
Energía Eléctrica (Oficina / C. Acopio)	kw/h	715	0.13	92.95
Agua Potable (Oficina / C. Acopio)	m3	250	0.35	87.50
Teléfono (Oficina / C. Acopio)	min	3400	0.02	68.00
Servicio Internet (Oficina / C. Acopio)	Pago Mensual	2	36.00	72.00
Arriendo Oficina	Pago Mensual	1	430.00	430.00
Arriendo Centro de Acopio	Pago Mensual	1	800.00	800.00
<b>Total</b>				<b>1550.45</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

### 7.3 Gastos de Ventas

En los gastos de ventas se consideran los pagos por sueldo del jefe de ventas, así como los valores incurridos para las operaciones de ventas en lo que respecta a la publicidad.

## Cuadro 22 Gastos de Ventas

Descripción	Valor
Personal	649.75
Promoción (radio)	500.00
Mantenimiento pág. Internet	300.00
<b>Total</b>	<b>1449.75</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

Finalmente se debe considerar los costos de exportación que son parte directa del producto, pues están relacionados directamente con el mismo.



### Cuadro 23 Costos de exportación

EXPORTACION DE CREMA DE BABA DE CARACOL		
DESCRIPCION DE COSTOS PARA ENVÍO MENSUAL	VALORES GLOBALES USD	COSTO UNITARIO
COSTOS MERCADERIA (Cuadro 17)	15319.20	4.9100
CAJAS EXTERNAS	11.70	0.4500
IMPLEMENTOS PARA ASEGURAMIENTO EMBARQUE (ROLLOS DE EMBALAJE, ZUNCHOS, ETC)	13.00	0.2500
GASTOS OPERACIONALES (Cuadro 18)	1548.80	0.4964
GASTOS ADMINISTRATIVOS (Cuadro 19)	6158.15	1.9738
GASTOS DE VENTAS (Cuadro 22)	1449.75	0.4647
<b>VALOR EXW</b>	<b>24500.60</b>	<b>7.8528</b>
TRANSPORTE INTERNO PAIS EXPORTADOR	150.00	0.0481
OTROS GASTOS INTERNOS EN EL PAÍS (MANEJO FORWARDER / CORTE AWB)	108.00	0.0346
<b>VALOR FCA</b>	<b>24758.60</b>	<b>7.9354</b>
DERECHO ARANCELARIO A LA EXPORTACIÓN	0.00	0.0000
HONORARIOS DE EXPORTACION	175.00	0.0561
<b>VALOR FOB</b>	<b>24933.60</b>	<b>7.9915</b>
FLETE INTERNACIONAL AEREO	2717.46	0.8710
FUEL	332.75	0.1067
SECURITY SURCHARGE	55.46	0.0178
<b>VALOR COSTO Y FLETE CFR</b>	<b>28039.26</b>	<b>8.9869</b>
SEGURO INTERNACIONAL COBERTURA MINIMA (0.6 % CFR)	168.24	0.0539
<b>VALOR CIF</b>	<b>28207.50</b>	<b>9.0409</b>
PROVISIÓN RESERVAS (0.05% DEL CIF UNITARIO)		0.45
COSTO FINAL		<b>9.49</b>
VALOR DE VENTA AL EXTERIOR		12.45
TOTAL VENTAS	<b>38844.00</b>	

Elaborado por: Jhonny Paúl Aguilar

De esta manera, el costo de ventas mensual para nuestra empresa es de **\$29.617.87** por envío como se detalla a continuación:

Descripción	Unidades	Costo unitario	Total
Valor de mercadería para envío	3120	9.49	29617.87

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

#### 7.4 Depreciación

La depreciación debe considerarse para el estado de resultado como parte de los gastos, donde se han tomado en cuenta todas las inversiones como sigue y teniendo en cuenta los activos fijos (propiedad planta y equipo) e intangibles los cuales sufren dicha depreciación de acuerdo a su vida útil:

#### Cuadro 24 Depreciación

Descripción	Valor inicial	Depreciación anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	RECUPERACIÓN
Equipamiento	910.00	10%	91.00	91.00	91.00	91.00	91.00	455.00
Muebles y enseres	1065.00	10%	106.50	106.50	106.50	106.50	106.50	532.50
Computadoras	4350.00	33.33%	1450.00	1450.00	1450.00			0
Activos intangibles	4400.00	100%	4400.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0
<b>TOTAL</b>	10725.00		6047.50	1647.50	1647.50	197.50	197.50	987.50

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

## 7.5 Ingresos

Los ingresos de la empresa, por tanto dependerán de la cantidad mensual a vender multiplicada por el precio de venta al comprador que corresponde al precio establecido con un margen de utilidad de 32% aprox. sobre el valor del costo y teniendo en cuenta que es un precio que pueden pagar los compradores de acuerdo a las encuestas realizadas.

### 7.5.1 Datos generales

Cantidad mensual	3120
Precio de venta	12.45
Costo del producto para envío	9.49

Como se puede observar el precio de venta establecido para el comprador es de \$ 12.45 por cada unidad de 50ml y considerando la cantidad de envío determinada para la venta.

### 7.5.2 Ingresos por ventas

El ingreso por ventas es el valor monetario que la organización recibe por la comercialización del bien, en la parte inferior se puede observar el posible ingreso mensual y anual que se percibiría:

<b>Ingresos por ventas mensual</b>	\$38,844.00
<b>Ingresos por ventas anual</b>	\$466,128.00

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

## **CAPÍTULO 8**

### **EVALUACION FINANCIERA**

La evaluación financiera tiene como objetivo identificar el valor que se va a necesitar para poner en marcha el proyecto, así mismo indica la manera del cómo se va a obtener el financiamiento para la inversión; también permite determinar o proyectar por medio de índices financieros (VAN / TIR) la aceptación o rechazo que va se va a obtener resultado del análisis, así como la rentabilidad y tiempo de recuperación para la inversión realizada (PRI).

#### **8.1 Estados financieros**

Una vez determinada la información presentada en cuadros anteriores tenemos que realizar los estados financieros, estos nos permiten mediante la evaluación de los resultados obtenidos llegar a identificar económicamente donde se puede tener problemas para la continuidad de la organización y poder tomar decisiones que beneficien a esta.

Los estados financieros que vamos a considerar para el presente estudio son:

- Estado de Situación Inicial
- Estado de Resultados (proyectado)
- Flujo de Caja

### 8.1.1 Estado de situación inicial

En el estado de situación inicial se refleja la situación financiera de la empresa en un momento determinado, así mismo indica los haberes que se generan por el funcionamiento de la organización.

**Cuadro 25 Estado de situación inicial**

<b>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</b>			
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVOS</b>	
Capital de trabajo	27581.56	Crédito	28959.67
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS</b>		<b>PATROMONIO</b>	
Instalaciones para centro de acopio	3045.00	Capital social	12411.29
Maquinaria y equipos	910.00		
Muebles y enseres	1065.00		
Equipos de computación	4350.00		
Útiles de oficina	19.40		
<b>ACTIVO INTANGIBLE</b>			
Gastos de constitución	4400.00		
<b>TOTAL</b>	<b>41370.96</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>41370.96</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

### 8.1.2 Estado de resultados proyectado

El Balance de resultados proyectado se lo realiza en base a los datos previamente obtenidos de las ventas y gastos que se aplican, a estos se tienen que restar otros rubros diversos que fueron incurridos en la operación y así mismo se debe tomar en cuenta impuestos de ley, a continuación detalle de lo indicado:

**Cuadro 26 Estado de resultados proyectados**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	466128.00	482908.61	500293.32	518303.88	536962.82
Costos directos	355414.46	368209.39	381464.92	395197.66	409424.78
Utilidad Bruta	110713.54	114699.22	118828.39	123106.22	127538.04
Gastos	91294.74	94581.35	97986.28	101513.79	105168.28
Depreciación	6047.50	1647.50	1647.50	197.50	197.50
Utilidad antes de impuestos e intereses	13371.30	18470.37	19194.62	21394.93	22172.26
Pago de interés bancario	4062.65	3386.72	2602.14	1691.42	634.31
Utilidad antes de impuestos	9308.64	15083.65	16592.48	19703.51	21537.95
Participación a trabajadores (15%)	1396.30	2262.55	2488.87	2955.53	3230.69
Impuesto a la renta (22%)	1740.72	2820.64	3102.79	3684.56	4027.60
Utilidad neta	6171.63	10000.46	11000.81	13063.43	14279.66

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

Como se puede observar, la utilidad se puede obtener desde el primer año de operación, sin embargo es necesario determinar si esta utilidad compensa también las inversiones realizadas, para lo cual se ha considerado el análisis del flujo de caja y de este la evaluación financiera.

### 8.1.3 Flujo de caja

**Cuadro 27 Flujo de caja**

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	(12411.29)				(4350.00)	
Ingresos		466128.00	482908.61	500293.32	518303.88	536962.82
Costos directos		355414.46	368209.39	381464.92	395197.66	409424.78
Gastos		91294.74	94581.35	97986.28	101513.79	105168.28
Pago de préstamo		8267.38	8267.38	8267.38	8267.38	8267.38
Participación a trabajadores		1396.30	2262.55	2488.87	2955.53	3230.69
Impuesto a la renta		1740.72	2820.64	3102.79	3684.56	4027.60
Recuperación del capital de trabajo						27581.56
Valor de rescate						987.50
Flujo de caja	-12411.29	8014.40	6767.30	6983.07	2334.97	7831.59

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

### 8.2 Costo de oportunidad

Para evaluar financieramente es necesario considerar primeramente la tasa de oportunidad o tasa mínima de aceptación del proyecto, es la tasa de rentabilidad que el inversionista exige por haber renunciado a un uso alternativo de esos recursos en otro proyecto diferente al aplicado.

El costo de oportunidad se da como resultado de la siguiente fórmula:

$$T_o = \frac{(\text{Recursos Propios} * \text{Tasa Pasiva}) + (\text{Recursos Financieros} * \text{Tasa Activa})}{(1 - \text{Tasa Impositiva Vigente}) + (\text{Tasa de Riesgo} + \text{Inflación})}$$

Donde:

Tasa Pasiva Referencial: 4.53%

Recursos Propios: 30%

Recursos Ajenos: 70%

Tasa Activa Referencial: 15.00%

Tasa impositiva vigente: 36.25 %

Inflación en Australia: 2.8%

Tasa de Riesgo:2.8%

Con la información arriba mencionada se obtiene el siguiente costo de oportunidad:

$$T'o = (30\% * 4.53\%) + (70\% * 15.00\%) (1-33.70\%) + (2.8\% + 2.8\%)$$

$$T'o = (0.01359) + ((0.105)(0.663)) + (0.056)$$

$$T'o = 0.139$$

$$T'o = 13.9\%$$

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

### 8.3 Valor Actual Neto (VAN)

Permite conocer el valor del dinero que va a recibir el proyecto en el futuro a la actualidad, esto de acuerdo a la tasa o costo de oportunidad obtenido (13.9%) y en un período determinado, se lo realiza para poder comparar este valor con la inversión inicial realizada.

La fórmula para el cálculo del valor actual neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

**Fuente:** [http://es.wikipedia.org/wiki/Valor\\_actual\\_net](http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_net)



## Cuadro 28 Valor Actual Neto (VAN)

Año	Flujo	Flujo descontado
0	-12411.29	-12411.29
1	8014.40	7036.35
2	6767.30	5216.36
3	6983.07	4725.80
4	2334.97	1387.35
5	7831.59	4085.37
<b>VAN</b>		<b>\$ 10,040</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

Para que un proyecto sea aceptado se debe considerar que el valor resultado del cálculo del valor actual neto sea igual o superior a cero, en el presente estudio el VAN es positivo lo cual indica que luego del análisis realizado, el proyecto es rentable y por tanto la implementación del mismo factible para los inversionistas quienes ven en el valor reflejado la recuperación de la inversión.

### 8.4 Tasa interna de retorno (TIR)

Es la tasa de interés con la cual el valor actual neto es igual a cero y se calcula a partir del flujo de caja anual y trayendo todas las cantidades que se estiman en futuro al presente.

La fórmula para el cálculo de la tasa interna de retorno es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

$$TIR = \frac{-I + \sum_{i=1}^n F_i}{\sum_{i=1}^n i * F_i}$$

**Fuente:** [http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa\\_interna\\_de\\_retorno](http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno)

Al analizar la tasa a la cual se obtendrá la rentabilidad del proyecto sobre la inversión realizada se puede observar que como resultado después del cálculo en Excel que se obtiene lo siguiente:

<b>TIR</b>	<b>47.1%</b>
------------	--------------

El 47.1% es una tasa bastante atractiva para cualquier inversionista y por lo tanto se puede considerar adecuado la creación de la empresa con la actividad comercial que se ha analizado después del presente estudio, por ende se tomaría el proyecto como aceptado y listo para su ejecución.

### 8.5 Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación en años de la inversión para el presente estudio es el siguiente:

**Cuadro 29 Periodo de recuperación de la inversión**

<b>Año</b>	<b>Flujo</b>	<b>Flujo acumulado</b>
0	-12411	-12411
1	8014	-4397
2	6767	2370
3	6983	9353
4	2335	16688
5	7832	19520
<b>Interpolación =</b>		<b>1.66</b>

**Elaborado por:** Jhonny Paúl Aguilar

El análisis del tiempo de recuperación del capital indica que la inversión se podrá recuperar en 1 año y 7 meses que es un tiempo bastante aceptable ya que posteriormente se podrá observar utilidades.

## 8.6 Punto de equilibrio

Es el nivel en el que los ingresos son iguales en valores a sus correspondientes en gastos y costos, significa el volumen mínimo de ventas para cubrir los valores generados y empezar a obtener utilidades, en este punto se considera que la empresa no obtiene utilidad pero así mismo no se declara en pérdida.

### Cuadro 30 Costos y gastos anuales

Detalle de los costos y gastos anuales	Total	Fijo	Variable
Costos Directos (cuadro 17 + cuadro 18 * 12)	202,416.00		202,416.00
Gastos administrativos (cuadro 19 * 12)	73,897.74	73,897.74	
Gastos de ventas (cuadro 22 * 12)	17,397.00	17,397.00	
<b>TOTAL</b>	<b>293,710.74</b>	<b>91,294.74</b>	<b>202,416.00</b>

Ingresos el primer año =	466,128.00
Costos fijos =	91,294.74
Costos variables =	202,416.00
Costo variable por unidad =	5.41
Precio unitario =	12.45

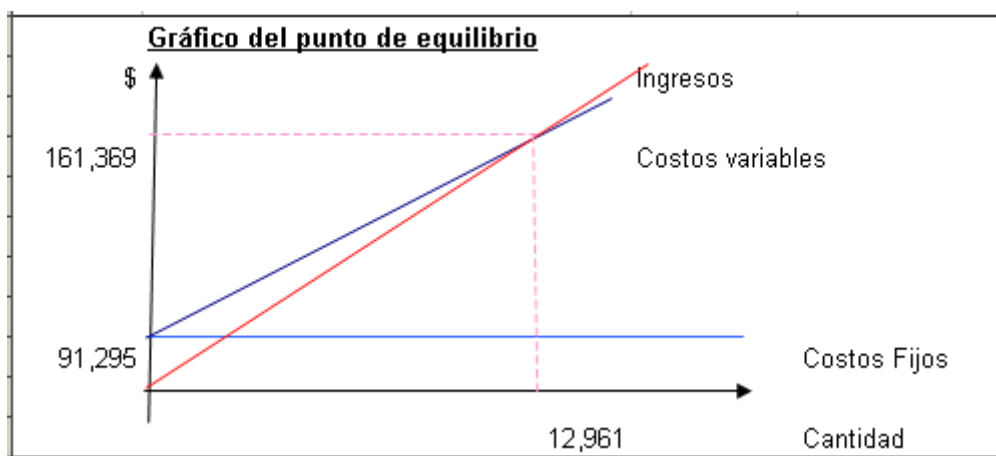
PUNTO DE EQUILIBRIO (cantidad) =	$\frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo variable (u)}} = \frac{91,294.74}{7.04} = 12961.39$
PUNTO DE EQUILIBRIO (dólares) =	$\frac{\text{Costos fijos}}{1 - \text{CV} / \text{Ingresos}} = \frac{91,294.74}{1 - \frac{202,416.00}{466,128.00}} = 161369.35$
PUNTO DE EQUILIBRIO (dólares) =	$\frac{91,294.74}{1 - \frac{202,416.00}{466,128.00}} = 161369.35$ Mensual = 13447.45

Elaborado por: Jhonny Paúl Aguilar

Podemos notar que los costos se pueden superar con ventas mayores a 1080.12 unidades al mes, sin embargo lo estimado es 3.120 unidades, por lo cual es completamente factible de lograrlo de acuerdo a las previsiones y a la capacidad de oferta mensual para nosotros por parte del laboratorio.

## 8.7 Gráfico del punto de equilibrio

**Gráfico 13 Punto de equilibrio**



Elaborado por: Jhonny Paúl Aguilar

## CAPÍTULO 9

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 9.1 Conclusiones

Se pudo comprobar mediante el estudio de mercado que la crema de gel de baba de caracol es un producto que si tiene una oportunidad de ingreso al mercado australiano por la posible demanda obtenida.

El estudio técnico muestra que si bien no es artículo de producción común, tenemos varios sitios de cría de caracoles y así mismo existen laboratorios especiales y autorizados que pueden ayudarnos con la elaboración del producto final que lo vamos a comercializar.

Se determinó que para el envío del producto al destino elegido no tenemos barreras arancelarias que nos causen problemas al arribo y también nuestra ley en exportaciones nos permite enviar el producto sin inconvenientes.

Se cuenta con la logística indicada para el almacenaje, etiquetado y posterior envío al exterior ya que incluso existe una frecuencia indicada por parte de las aerolíneas para que no falte abastecimiento en el exterior del producto

Finalmente ha sido posible demostrar que la exportación de crema de gel de baba de caracol a Australia es factible de realizar y se prevé una rentabilidad adecuada que alcanza una TIR de 52.00% con lo cual se debe implementar la empresa para obtener los objetivos planteados en el presente estudio.

## 9.2 Recomendaciones

Como primera recomendación se debe considerar que la empresa sea implementada, pues la rentabilidad que se observa es bastante adecuada y supera a otras alternativas de inversión ya que si bien este valor no es excesivamente alto para el presente estudio nos puede dejar utilidades muy llamativas para cualquier inversionista.

Es fundamental que la implementación se realice en base a los diferentes parámetros considerados en el presente plan de negocios, pues un buen desempeño dependerá de los diferentes aspectos administrativos, legales y financieros que se han considerado, de otra manera no será posible garantizar los resultados previstos.

Se debe llegar a un acuerdo con el laboratorio asignado donde se garanticen las fechas de entrega del producto, para así poder ofertar a los clientes y con ello garantizar su comercialización (31120 unidades mensuales) en el tiempo adecuado.

Es importante que con el tiempo la empresa considere no solamente comercializar el producto, sino que revise la opción de implementar un laboratorio propio que se maneje en base a las técnicas más actuales y a la preferencia del consumidor, con esto se puede garantizar la calidad del producto, así como la fidelidad del comprador.

Considerar mediante la asistencia a ferias internacionales que a un mediano plazo la empresa pueda incorporar nuevos clientes con lo cual se pueda disminuir los riesgos e incrementar la utilidad de la misma no solo en el país analizado sino que se abra la oportunidad a otros destinos.

## BIBLIOGRAFIA

- Acerenza Miguel Ángel, Marketing Internacional, Trillas, México, México DF, 2007.
- Comercio y Marketing Internacional, Norma, Quito-Ecuador, 2004.
- <http://benditoscaracoles.blogspot.com/2007/10/historia-del-extracto-de-caracol.html>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Helix\\_aspersa](http://es.wikipedia.org/wiki/Helix_aspersa)
- <http://www.mercadonatural.es/productos-naturales/Baba-de-caracol.pdf>
- <http://www.proecuador.gob.ec/faq/%C2%BFque-son-acuerdos-comerciales/>
- <http://www.mmrree.gob.ec/2012/bol0483.asp>
- [http://www.indexmundi.com/es/australia/distribucion\\_por\\_edad.html](http://www.indexmundi.com/es/australia/distribucion_por_edad.html)
- Lo que se debe conocer para exportar (2003), Quito-Ecuador, Editorial. S/N.
- The Box, USA-CA (2006), Editorial. Princeton Univ Pr.

## ANEXO 1

### Portada del estudio clínico del laboratorio Zaphiredelcor



## ESTUDIO CLÍNICO

**Efecto del producto “Celltone skin care gel de extracto de caracol” sobre la densidad de las arrugas, profundidad de las arrugas, rugosidad de la piel, y estimulación de la síntesis del colágeno IV.**

**Autores:** Dra. Ximena S. Guerra G.  
Dra. Tatiana M. Rivera E.  
Dra. Inés E. Benítez R.

**LABORATORIO AUSPICIANTE: ZAPHIREDELCOR CÍA. LTDA.**

**Quito, Agosto de 2006**



## ANEXO 2

### Modelo de encuesta en idioma original

#### SURVEY

**Age:** Under 18 years old ( ) 19-30 years old ( ) 31-45years old ( )

More than 45 years ( )

**Do you use of moisturizers, wrinkle or other facial care and skin?**

Yes ( ) No ( )

**What approximate amount of this type of product (indicated in the previous question) buy you monthly?**

1 to 3 products ( ) 4 - 6 products ( ) 7 - 9 products ( ) Over 9 ( )

**Would you be interested in buying the product snail cream, whose main property is restorative, moisturizing and regenerating skin cells?**

Yes ( ) No ( )

If you answer “no” to the previous answer, that concludes the survey. Thank you very much

**What would attract you most in product (mentioned in the previous question)? *Check only one***

Its beneficial properties of the skin ( ) Consistency ( ) Hydration ( )

Is a natural product ( )

Other (specify) .....

**What about price paid for the product in 50 ml containers?**

\$ 5 - \$ 10 ( ) \$ 11 - \$ 15 ( ) \$ 16 - \$ 20 ( ) Over \$ 20 ( )

**THANK YOU**



# ANEXO 4

## Modelo de guía aérea

Shipper's Name and Address		Shipper's Account Number		Net Weight <b>Air Waybill</b>		
<b>BRAND DEVELOPERS LIMITED</b> UNIT H, 686 ROSEBANK ROAD, AVONDALE, AUCKLAND NEW ZEALAND PHE: +64 9 3072 100 FAX: +64 9 306 8203		Consignee's Account Number _____		Issued by <b>01210073AKL</b>		
Issuing Carrier's Agent Name and City _____		Accounting Information <b>MAWB: 045-1373 9882</b>		Copies 1, 2 and 3 of the Air Waybill are originals and have the same validity.		
Airline Reference <b>79-T-0032 0003</b>		Account No. _____		It is agreed that the goods described herein are accepted in accordance with order and conditions (except as noted) for carriage SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR ANY OTHER CARRIER UNLESS SPECIFIC CONTRARY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREON BY THE SHIPPER, AND SHIPPER AGREES THAT THE SHIPMENT MAY BE CARRIED VIA INTERMEDIATE STOPPING PLACES WHICH THE CARRIER DEEMS APPROPRIATE. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by declaring a higher value for carriage and paying a supplemental charge if required.		
Airport of Origin, Code of the Carrier and Requested Routing <b>MARISCAL SUAREZ / QID</b>		Reference to Incoterms _____		General Charges (INCOTERMS) _____		
By First Carrier <b>LAN</b>		Currency <b>USD</b>		Declared Value for Carriage <b>N.V.D.</b>		
Report of Destination <b>AUCKLAND</b>		Amount of Insurance <b>INSURE</b>		Declared Value for Customs <b>N.C.V.</b>		
<b>REG. 40 EXPORTACION A CONSUMO/ DOCUMENTS ATTACHED</b>						
These commodities, technology, or software were exported from the United States in accordance with the Export Administration Regulations. Ultimate destination: _____				Division country in U.S. law prohibited. <b>SC</b>		
No. of Pieces (G.P.)	Gross Weight	Net Weight	Chargeable Weight	Rate / Charge	Total	Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)
17	212KG		212KG		AS AGREED	<b>17 CARTONS STC:            CELLTONE DELUXE SKIN CARE (GEL DE EXTRACTO DE CARACOL)            WEIGHT : 212 KG            HS CODE: 3304-99-00-00</b>  <b>DIMS: 34X27X37CM</b>
			<b>PACIFIC ANCHOR LINE</b> QUITA: 00210073AKL CIA: LA CARGA VUELTO: 21.12.12			
17	212KG				AS AGREED	
Prepaid _____		Weight Change <b>AS AGREED</b>		Other Charges _____		
Total Prepaid _____		Total Other Charges Due Agent _____		Total Other Charges Due Carrier _____		
Total Prepaid <b>AS AGREED</b>		Total Carrier <b>AS AGREED</b>		Signature of Shipper or his Agent _____ <b>Firma Autorizada</b>		
Currency Conversion Rates _____		CG Charges in Dest. Country _____		Executed on (date) <b>27 / 10 / 2012 QUITO</b>		Signature of Issuing Carrier or its Agent <b>LW</b>
For Carriers Use only at Destination _____		Charges in Destination _____		Total Collected Charges _____		

## ANEXO 5

### Tasas de interés

## Tasas de Interés Referenciales

DATOS DE TASAS REFERENCIALES DEL 01 AL 31 DE AGOSTO DE 2013	
TASAS REFERENCIALES	TASA
TPR DÓLARES	4.53%
TAR DÓLARES	8.17%
MAXIMA CONVENCIONAL	9.33%
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL COMERCIAL CORPORATIVO (PROMEDIO PONDERADO)	8.17%
TASA EFECTIVA MAXIMA COMERCIAL CORPORATIVO	9.33%
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL COMERCIAL PYMES (PROMEDIO PONDERADO)	11.20%
TASA EFECTIVA MAXIMA COMERCIAL PYMES	11.83%
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL CONSUMO (PROMEDIO PONDERADO)	15.91%
TASA EFECTIVA MAXIMA CONSUMO	16.30%
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL CONSUMO MINORISTA (PROMEDIO PONDERADO)	15.91%
TASA EFECTIVA MAXIMA CONSUMO MINORISTA	16.30%
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL VIVIENDA (PROMEDIO PONDERADO)	10.64%
TASA EFECTIVA MAXIMA VIVIENDA	11.33%
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL MICROREDITO ACUMULACION AMPLIADA (PROMEDIO PONDERADO)	22.44%
TASA EFECTIVA MAXIMA MICROREDITO ACUMULACION AMPLIADA	25.50%
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL MICROREDITO ACUMULACION SIMPLE (PROMEDIO PONDERADO)	25.20%
TASA EFECTIVA MAXIMA MICROREDITO ACUMULACION SIMPLE	27.50%
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL MICROREDITO MINORISTA (PROMEDIO PONDERADO)	28.82%
TASA EFECTIVA MAXIMA MICROREDITO MINORISTA	30.50%
LIBOR 90 DÍAS*	0.27%
LIBOR 180 DÍAS*	0.39%
TASA PONDERADA OFIs	
TASA PONDERADA OFIs SUCRES	

01 al 31 de Agosto de 2013



## ANEXO 6

### Cotización flete internacional

Frecuencia de los vuelos: diarios

Aerolínea: LAN

Ruta: Guayaquil / Lima / Santiago / ~~Sydney~~ / Melbourne

Tiempo de tránsito: 4 - 5 días

Tarifa Flete	Usd	4.90	Por kilo
<del>Esc</del>	Usd	0.60	Min. Usd 60.00
<del>Soc</del>	Usd	0.10	Min. Usd 25.00
Transfer	Usd	43.00	
<del>AWB</del>	Usd	65.00	

Cargos locales de exportación:

Manejo caja	Usd	90	+ IVA
Documentación aérea	Usd	85	+ IVA

Nota:

\*\*Solamente flete ~~prepaid~~.

#### Importante:

- El seguro de la mercancía es por cuenta y riesgo del exportador.
- El exportador es responsable del embalaje de su carga.
- Se requerirá se complete formularios de seguridad para la exportación.
- No se incluye trámite de Aduana.
- Es mandatorio la presencia de un representante del exportador durante la inspección antinarcoóticos.

Aguardamos vuestros importantes comentarios o consultas.