



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y**  
**NEGOCIOS**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR,  
INTEGRACIÓN Y ADUANAS.

TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR,  
INTEGRACION Y ADUANAS.

TEMA: EXPORTACIÓN DE BOTONES DE TAGUA  
DE ECUADOR- MANABÍ A FRANCIA- PARÍS

AUTORA: PAOLA CHILIGUANO.

DIRECTOR: ECON.MARCO CANELOS.

QUITO-2011.

## DECLARACIÓN DE AUTORIA.

Yo PAOLA FANNY CHILIGUANO CONSTANTE declaro bajo juramento que el presente documento es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que aquí se incluyen.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Universidad Tecnológica Equinoccial, según lo establecido por la ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por su normativa institucional vigente.

PAOLA CHILIGUANO



## AGRADECIMIENTO.

***M**i gratitud a quienes siempre han estado a mi lado brindándome su confianza, respeto y cariño.*

***E**sencialmente a Dios, por ser parte fundamental de este logro.*

***A** mi Padre y Hermanos por ser la motivación para lograr mis metas, gracias por su dedicación y bendiciones depositadas en mí.*

***A** mi Madre que siempre ha estado en mi corazón sin importar su ausencia, gracias por crear un lazo tan fuerte de unión familiar y apoyo incondicional entre nosotros.*

***A** mi Universidad, a mis Profesores quienes con su sabiduría guiaron toda mi carrera universitaria, y en especial a mi Director de Tesis Economista Marco Canelos por su valioso tiempo y acertada guía para cumplir con este proyecto.*

Paola Chiliguano.



## DEDICATORIA.

*A Dios por ser la luz que ilumina mi camino y por obsequiarme una familia tan especial para ir por el camino correcto.*

*A mis H ermanos quienes a lo largo de mi vida sean preocupado por cada detalle vinculado a mi bienestar y educación siendo un apoyo incondicional.*

Paola Chiliguano.



# INDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b>	
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1. ANALIZAR Y RELACIONAR LOS EFECTOS Y LAS CAUSAS .....	4
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	6
1.3 OBJETIVOS.....	7
1.3.1. OBJETIVO GENERAL .....	7
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	7
1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA .....	7
1.4.1. RAZONES, CAUSAS Y ARGUMENTOS PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN .....	7
1.4.2. TRASCENDENCIA Y UTILIDAD PRÁCTICA.....	8
1.4.3. BENEFICIOS AL REALIZARSE ESTA INVESTIGACIÓN.....	9
1.5. MARCO REFERENCIAL .....	9
1.5.1. MARCO TEÓRICO .....	9
1.6. HIPÓTESIS .....	21
1.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	22
1.7.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	22
1.7.2. POBLACIÓN .....	22



1.7.3. MUESTRA.....	22
1.7.4. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
1.7.5. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	23
1.7.6. ANÁLISIS ESTADÍSTICOS.....	24
<b>2. CAPÍTULO II: ANTECEDENTES</b>	
2.1. LA TAGUA.....	25
2.1.1 DESCRIPCIÓN DE LA PALMA DE TAGUA.....	25
NOMBRE TÉCNICO.....	25
2.2. BOTONES DE TAGUA .....	26
2.2.1. GENERALIDADES.....	26
2.2.2. TIPOS .....	27
2.3. PROCESO DE ELABORACIÓN.....	27
2.4. HISTORIA DE LOS BOTONES DE TAGUA .....	36
2.5. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR .....	37
2.5.1. ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS .....	37
2.6. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES .....	39
2.6.1 TOTALES, POR SECTOR Y POR PRODUCTO.....	39
2.7. PRINCIPALES MERCADOS.....	42
2.7.1 .DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DE LOS BOTONES DE TAGUA ECUATORIANOS.....	42
2.7.2. PAÍSES IMPORTADORES DE LOS BOTONES DE TAGUA EN EL MUNDO.....	42



### **3. CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO**

3.1. OBJETIVOS .....	44
3.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNACIONAL.....	44
3.3. IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO FRANCÉS.....	45
3.4. BALANZA COMERCIAL.....	50
3.5. PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN .....	52
3.5.1. PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS.....	52
3.5.2. PRODUCTOS CON MAYOR CRECIMIENTO .....	53
3.6. ESTRUCTURA DEL MERCADO.....	54
3.6.1 PROVEEDORES. ....	54
3.6.2. CLIENTES.....	55
3.6.3 COMPETENCIA.....	58
3.7. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE LOS BOTONES DE TAGUA EN FRANCIA. ....	59
3.7.1. MERCADO META DEL PROYECTO.....	59
3.7.2. FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA .....	60
3.7.3. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA .....	61
3.8. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE LOS BOTONES DE TAGUA .....	63
3.8.1. CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA .....	63
3.8.2. FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA.....	64



3.8.3. OFERTA ACTUAL DEL PRODUCTO .....	66
3.8.4. PROYECCIÓN DE LA OFERTA .....	67

#### **4. CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO**

4.1. OBJETIVO .....	70
4.2. LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO DEL PROYECTO.....	70
4.2.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	70
4.2.2. TAMAÑO DEL PROYECTO.....	72
4.3. ESTRUCTURA DE LA COMPAÑÍA.....	77
4.3.1. BASE LEGAL.....	80
4.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	82
4.4.1. DESCRIPCIÓN DE PROCESOS.....	84
4.5. ENTIDADES RELACIONADAS EN EL PROYECTO .....	86

#### **5. CAPÍTULO V: PROCESO DE EXPORTACIÓN**

5.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO SEGÚN EL ARANCEL.....	90
5.2. EXPORTACIÓN. ....	91
5.2.1. REQUISITOS PARA EXPORTAR .....	92
5.2.2. TRÁMITE.....	95





5.3. CONDICIONES Y TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN .....	98
5.3.1. EN EL PAÍS EXPORTADOR.....	98
5.3.1.1. OBLIGACIONES DEL VENDEDOR/EXPORTADOR.....	98
5.3.1.2. EMBALAJE .....	99
5.3.1.3. MARCADO.....	99
5.3.1.4. UNITIZACIÓN .....	100
5.3.1.5. TRANSPORTE INTERNO.....	102
5.3.1.6. PARTICIPACIÓN DE AGENTE DE ADUANA.....	102
5.3.1.7. MANIPULEO DE EMBARQUE.....	102
5.3.1.8. ALMACENAJE .....	103
5.3.2. OBLIGACIONES DEL COMPRADOR/IMPORTADOR.....	103
5.3.3. PROCEDIMIENTOS ADUANEROS EN UNION EUROPEA. ....	104
5.3.4. REQUISITOS PARA EXPORTAR A LA UNION EUROPEA. ....	105
5.3.5. TRATAMIENTO ARANCELARIO .....	106
5.3.5.1. REGIMEN DE PREFERENCIAS ANDINO DE LA UNIÓN EUROPEA .....	107
5.3.6. TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN .....	107
5.3.6.1. FORMA DE COBRO AL IMPORTADOR .....	108



## 6. CAPÍTULO VI: INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

6.1. INVERSIÓN.....	110
6.1.1. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS.....	111
6.1.2. INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS.....	114
6.1.3. CAPITAL DE TRABAJO.....	116
6.2. COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO .....	117
6.2.1 COSTOS .....	117
6.2.1.1. <i>PRODUCTO TERMINADO</i> .....	117
6.2.1.2. <i>COSTOS GENERALES</i> .....	118
6.2.2. GASTOS.....	119
6.2.2.1. <i>GASTOS ADMINISTRATIVOS</i> .....	119
6.2.2.2 <i>GASTOS VENTA</i> .....	120
6.2.2.3. <i>GASTOS FINANCIEROS</i> .....	122
6.2.3. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.....	122
6.3. FINANCIAMIENTO .....	124
6.3.1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	124
6.3.2. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO .....	124
CUADRO FUENTES Y USOS.....	125
6.4. CAPITAL OPERACIONAL.....	127



6.5. ESTADO DE COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS .....	128
6.6. DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS .....	130
6.7. INGRESOS DEL PROYECTO .....	131

## **7. CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO**

7.1. OBJETIVOS .....	132
7.2. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	132
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	132
ESTADO DE RESULTADOS.....	134
FLUJO DE CAJA.....	136
7.3. INDICADORES DE EVALUACIÓN .....	139
COSTO OPORTUNIDAD.....	138
VAN .....	140
TIR.....	141
Período de Recuperación.....	142
Punto de Equilibrio.....	143
7.4. INDICADORES FINANCIEROS .....	147



## **8. CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

8.1. CONCLUSIONES.....	151
8.2. RECOMENDACIONES .....	153
BIBLIOGRAFÍA .....	154
ANEXOS.....	155



## INTRODUCCIÓN.

La tagua ha sido utilizada en la manufactura de los botones desde 1850, llegando a ser considerado un complemento indiscutible en la ropa de alta costura, puesto que, valoriza al traje y a la persona por su nivel de calidad.

Ecuador, pese a ser considerado como principal productor de la materia prima para los botones de tagua a nivel mundial, ha permitido que otros países se adueñen del negocio y de los beneficios que trae consigo la comercialización del producto final como son los botones de tagua. Los exportadores ecuatorianos se han limitado a ofrecer materia prima o anímelas dejando que países como Italia, Alemania y China importen desde el Ecuador anímelas (disco para la elaboración de los botones de tagua) para luego de un proceso de transformación exportarlos como botones terminados o como España que importa temporalmente botones de tagua ecuatorianos para reexportarlos en el mismo estado a Francia, motivo por el cual, no existe un incremento económico que sea significativo para el país para ubicar a este sector entre las principales fuentes de ingresos.

Con el presente proyecto se pretende incrementar las exportaciones de productos no tradicionales a mercados interesados en nuestro producto, en los cuales la exportación de botones de tagua ecuatorianos aun no está explotada en su totalidad.

El mercado meta será el francés, país considerado como uno de los principales importadores a nivel mundial de los botones de tagua y el representante mundial de la moda en la alta costura.

El proyecto pretende constituir ECUABOTON CIA. LTDA. Conforme a leyes y reglamentos ecuatorianos. Empresa que estará conformada por tres socios y adecuada a las necesidades de cumplir con su fin principal la exportación y comercialización de botones de tagua.

Se pretende exportar 130.000 gruesas o su equivalente 525.25 qq, es decir, 23,64 toneladas métricas de botones de tagua estableciendo que una gruesa es la cantidad de doce docenas.

Finalmente se puede concluir que la rentabilidad del proyecto y su posibilidad de crecimiento empresarial es positivo de acuerdo al análisis financiero, a demás se muestra que el mercado meta de ECUABOTON está listo para ser atendido.



# EXPORTACIÓN DE BOTONES DE TAGUA DE ECUADOR- MANABÍ A FRANCIA- PARÍS

## 1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### DESCRIBIR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA

La ubicación geográfica del Ecuador en el mundo favorece el desarrollo de la palma, de donde se obtiene los frutos o semillas de tagua. Después de un proceso industrial, se convierten en botones que la industria francesa de la alta costura demanda.

Gracias a los valiosos recursos naturales que Ecuador posee puede ofertar los botones de tagua con valor agregado para el mercado internacional. Además Ecuador se caracteriza por ser el principal proveedor de la materia prima para la producción de botones de tagua a nivel mundial.

Ecuador es el único país que posee la tagua necesaria para producir los botones de alta calidad a nivel mundial. Pese a que en países como: Perú, Costa Rica, Panamá, Colombia y Brasil se intenta fabricar la Pepa de tagua, esta es porosa en el interior.

Ecuador presenta algunos obstáculos para la producción de botones: no existe el crédito suficiente, la producción de los botones de tagua es bastante dividida, la exportación de los botones se concentra en monopolios importantes, la educación del obrero agrícola es deficiente y la asistencia técnica es mínima.

El negocio enfrenta varios problemas como: una competencia interna que provoca perjuicios entre los exportadores por no mantener el precio del producto; la falta de control por parte del Estado ecuatoriano, contribuye a que se especule con los precios de la tagua. Otro problema que se presenta en este negocio es la salida de pepas de tagua sin ningún tipo de procesamiento a países como China, puesto que, es



un país que se caracteriza por ofertar productos terminados a bajo costo por su producción en masa.

Italia, Alemania, Turquía, España, Francia, Estados Unidos, China y Corea del Sur son mercados de destino, hacia donde se dirige la tagua como materia prima anímelas y botones. Los botones se realizan a partir de las anímelas que son el producto de mayor exportación entre los subproductos de tagua, siendo Italia, Hong Kong los mayores importadores según la CORPEI.

Entre los principales exportadores de los botones de tagua tenemos a Italia, Alemania, Ecuador, Estados Unidos, España y China.

Francia no es un país productor de tagua, pero es uno de los principales países importadores de este producto ecuatoriano.

Los botones de tagua tienen un nicho de mercado muy específico, dadas las particulares exigencias de los consumidores del marfil vegetal.

Ecuador posee una balanza comercial favorable con Francia, por el aumento constante en las exportaciones, pese a los duros efectos de la crisis financiera en los últimos meses del año el intercambio comercial bilateral ha tenido un significativo crecimiento en el último quinquenio. Esta tendencia al alza se debe principalmente a un incremento anual promedio de las exportaciones del 26%, porcentaje superior al que registran las importaciones (11%) según la CORPEI.

Existen programas de apoyo organizados por la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), la cual se encarga de capacitar a los productores y abrirles mercado en países de Europa y Asia con la exportación de botones de tagua.

El mercado importante es la Unión Europea, cuyos países importaron botones de tagua al año 2002, tomando el 68.10 % de lo importado, se tiene que el mayor importador de tagua fue Alemania US\$ 10,943.24 millones FOB esta cifra equivale a 22.90 %; en segundo lugar está Francia con US\$ 9,705.07 millones FOB esta cifra equivale a 20.31 %; en tercer lugar está Italia con US\$ 6,493.55 millones FOB esta cifra equivale a 13.59 % y en cuarto lugar Reino Unido con US\$ 5,411.66 millones FOB esta cifra equivale a 11.33 % entre otras naciones.



Las tendencias de los consumidores y la calidad del producto es la clave para ingresar al mercado francés. Las oportunidades que se pueden presentar para los exportadores ecuatorianos están en los productos de calidad.

Francia, como muchos otros países europeos, se caracteriza por amplia apertura comercial, por lo tanto los aranceles son bastante bajos y en especial para los botones de tagua con partida 9606.29.10.00 tiene 0% ad-valorem, es decir tenemos un acceso al mercado positivo en cuanto arancel.

Los principales consumidores se ubican en Europa y Norteamérica, están conformados por personas que visten prendas ecológicas y de muy alta calidad, fabricadas con materiales naturales y orgánicos, como lo son los botones de tagua

#### 1.1.1. ANALIZAR Y RELACIONAR LOS EFECTOS Y LAS CAUSAS

La falta de confianza en la calidad de los procesos para cosechar la palma y producir botones, ha hecho que los pequeños y medianos productores agrícolas de tagua, no estén interesadas en exportar botones como producto terminado a mercados como Francia, donde la calidad es la puerta para entrar a comercializar el producto y más bien se han conforman con distribuir la tagua nacionalmente.

La exportación de los botones de tagua no solo está limitado por este factor; si no que, presenta obstáculos como: la falta de capacitación a los productores para mejorar los procesos y de esta forma eliminar pérdidas; así como la falta de apoyo financiero por parte del Estado.

Estos problemas afectan a la calidad de la tagua por lo que, deben ser solucionados por iniciativa de los productores agrícolas uniendo sus esfuerzos para cubrir esta tendencia mundial que cada día exige más, cumpliendo con requisitos internacionales exigentes en cuanto a calidad y servicio.

Gracias a las bondades naturales, Ecuador se ha convertido en un monopolio en la producción y exportación de la tagua por la calidad del producto que ofrece, pero como no existe un control por parte del Gobierno ni colaboración por parte de los productores para mantener un precio justo por el producto, existe productores de tagua que sostienen que la actual situación comercial de la tagua no es rentable como años atrás, especialmente, por el precio que se paga por el quintal.





Es que existe una competencia interna, que en vez de ayudar está perjudicando a los propios productores de la tagua, por lo que no se llega a un desarrollo exitoso del sector tagua global, es decir, tenemos recursos pero no los sabemos utilizar. Mientras nos peleamos internamente provocando que se reduzca de forma abrupta el número de hectáreas cultivadas por el precio tan bajo que se ofrece en el mercado interno, los únicos beneficiados por esto son los importadores de tagua (materia prima), porque reciben nuestro producto a un mínimo costo. Estos países a su vez lo procesan proporcionando mayor valor agregado, y de esta manera mantiene una competencia para nuestro país.

De alguna manera el sector industrial y comercial de Ecuador se ve beneficiado por esta situación, porque reciben la materia prima a bajo costo y ofrecen su producto ganando más, pero en nuestras manos esta levantar el sector tagua, trabajando en conjunto productor y exportador.

A pesar que nuestro producto en cuanto a nivel de calidad es alto, se podría decir que debemos tomar muy en cuenta que competir en un mundo globalizado resulta cada vez más difícil ya que los acuerdos de liberación de barreras comerciales van a delimitar el desarrollo interno. Es por esto que, es importante buscar alternativas con productos no tradicionales y con algún nivel de valor agregado para no solo exportar materias primas sino productos únicos y diferenciados como los botones de tagua. Debido a la gran aceptación de los productos exóticos ecológicos y naturales de este siglo, sectores de la industria de alta costura en Francia, consideran a productos como los botones de tagua para sus prendas.

La nueva tendencia de algunos diseñadores de crear sus colecciones en base a elementos naturales y ecológicos que no contengan nada sintético ni químico, ni que dañe a la naturaleza va a la vanguardia. Los botones de tagua son un elemento ecológico que resultan ser la salvación de los elefantes, representando un mercado potencial muy interesante según Ewa Kulac.

Diseñadores europeos de moda (figuras de alta costura, como Christian Dior, Yves Saint Laurent y Versace) utilizan este material natural, en sus colecciones, así como la firma francesa Lacoste que ha lanzado un nuevo producto; el Ecopolo realizado en algodón orgánico, teñido con colorantes naturales y adherido botones de tagua;



hace visible que la preocupación por el medio ambiente está llegando a las grandes marcas.

Al ver el éxito de esta tendencia, casi todas las grandes marcas (H&M, Levis, Nike, y otras) han añadido a sus colecciones una línea ecológica, lo cual representa, para nuestro producto una oportunidad de abrir puertas en todo el mercado europeo, puesto que, la Tagua, Corozo o Marfil Vegetal es un producto vegetal renovable y ecológico que crece en forma silvestre en bosques llamados taguales. La Tagua, Corozo o Marfil Vegetal, es la almendra celulósica compleja de la semilla de *Phytelephas* de color blanco, duro, pesado, liso y opaco que adquiere brillo con el pulimento. Es inodora, insípida; pero no es elástica como el verdadero marfil.

La planta tarda de 14 a 15 años desde que se la siembra hasta colectar los primeros frutos y no se interrumpe la producción en todos los años y aun siglos. Ofrece 3 cosechas al año aproximadamente. Se calcula que un ejemplar de dos metros de alto no tiene menos de 35 a 40 años de edad. Las ciclantáceas bien desarrolladas producen anualmente de 15 a 16 cabezas, también conocidas como mocochoas. En cada mocochoa se reúnen aproximadamente 40 a 50 pepas.

El incremento de la demanda mundial de los botones de tagua responde, por un lado, al aumento general del consumo de prendas de la nueva tendencia ecológica en países desarrollados y por otro, a la toma de conciencia sobre la necesidad de cuidar nuestro mundo y la protección ambiental, por lo que los elementos ecológicos como los botones de tagua tiene gran demanda a nivel internacional, por su origen vegetal renovable y ecológico.

Consideramos que Francia es un país que servirá como una puerta para entrar a mercados europeos, porque re-exporta botones con una participación mundial de 3.34%. Francia es importador de botones de tagua, pero Ecuador no es su proveedor principal.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Ayudaremos al desarrollo del país, aprovechando los beneficios que nos otorga el mercado de Francia, aumentando las exportaciones Ecuatorianas

¿Será Francia un mercado ideal para los botones ecuatorianos?

¿La oferta ecuatoriana abastecerá la demanda internacional?



- ¿Los acuerdos suscritos entre Ecuador y Unión Europea beneficiaran al producto?
- ¿Los acuerdos suscritos entre Ecuador y Francia beneficiaran al producto?
- ¿Será Francia un mercado con amplia apertura comercial?
- ¿Obtendremos rentabilidad con la exportación, satisfaciendo a la demanda externa?
- ¿Qué clase de competencia tendremos en el mercado?

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

- Identificar debilidades y aprovechar las oportunidades que presenta la exportación de los botones de tagua a Francia, para que el Ecuador incremente la producción y exportación.

#### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Fomentar la inversión para producir los botones de tagua en Ecuador y exportarlos como un producto terminado con valor agregado, definiendo estrategias que promuevan las exportaciones hacia el mercado Francés.
- Establecer la viabilidad comercial, técnica y financiera de la exportación de los botones de tagua.
- Analizar los trámites necesarios para la exportación de los botones hacia el mercado francés para mejorar su comercialización.
- Fomentar alianzas entre productores y empresas exportadoras para ayudar a prosperar las exportaciones.

### **1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**

#### **1.4.1. RAZONES, CAUSAS Y ARGUMENTOS PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN**

Para todo el mundo los botones de tagua fueron considerados como un tesoro en el pasado, mientras que para el futuro son un producto que se mira con potencial para ser parte de los productos principales del comercio exterior.



El incremento de la demanda mundial de los botones por sus características ecológicas y su belleza natural, el aumento general del consumo de prendas de vestir ecológicas que son una alternativa contra la contaminación ambiental en los países industrializados, la nueva tendencia que capta la atención de los países desarrollados y la toma de conciencia sobre la necesidad de mantener un mundo sin contaminación; así como el desarrollo de las redes de distribución ha favorecido a la comercialización y al consumo de los botones de Tagua en todo el mundo.

El desarrollo de la exportación de botones de tagua ha supuesto toda una revolución en la comercialización y consumo de tagua por la nueva tendencia ecológica.

Las ventajas de este producto de exportación se pueden analizar desde el punto de vista social, ecológico y económico. Socialmente es una actividad que beneficia a más de 30.000 familias ecuatorianas.

Dentro de las fortalezas con que cuenta Ecuador según la CORPEI, con respecto a la exportación los botones de Tagua se tiene que:

- La calidad es única, Ecuador es un excelente productor de botones de tagua de alta calidad a nivel mundial. Pese a que en países como Perú, Costa Rica, Panamá, Colombia y Brasil se intenta fabricar la Pepa de tagua, esta es porosa en el interior.
- El trópico ecuatoriano favorece el desarrollo de la palma, de donde se obtiene los frutos o semillas de tagua.
- La tagua es un producto vegetal completamente renovable y ecológico, cuyos residuos sirven inclusive como ingredientes para alimentos balanceados.
- La tagua es una joya de la naturaleza que al ser procesada en manos de hábiles artesanos es usada en un sin número de aplicaciones logrando formas y diseños con calidad de exportación.

#### 1.4.2. TRASCENDENCIA Y UTILIDAD PRÁCTICA

Es una propuesta que servirá como una referencia para cumplir con las necesidades del consumidor y la comercialización del producto con el fin de obtener rentabilidad a largo plazo.



### 1.4.3. BENEFICIOS AL REALIZARSE ESTA INVESTIGACIÓN

El Ecuador es un país productor de una tagua con excelentes atributos, pero existen productores que no mantienen un estándar de calidad al momento de producir los botones, lo cual refleja un bajo volumen de exportaciones hacia ese mercado.

Se busca estrategias que se puedan utilizar para incrementar las exportaciones de los botones de tagua que actualmente tiene el país hacia el mercado Francés, invirtiendo en la investigación del análisis de la producción de tagua, así como la comercialización de los botones, ya que, así se logrará una mayor inversión en la producción y exportación de un producto de calidad por parte de los productores y empresas exportadoras, obtendríamos las certificaciones que garanticen un producto de primera al momento de ingresar al mercado meta, lo que generaría, no solo un aumento de exportaciones y mayores ingresos sino que también permitirá incrementar las fuentes de trabajo en nuestro país.

Creemos en la calidad de los botones de tagua, por lo que pensamos que lograrán posicionarse gradualmente en el mercado Francés, generando un negocio rentable de exportaciones que promuevan el ingreso de nuevos inversionistas.

En las diferentes provincias del país, en las que se ha dado la mayor producción de los botones tagua, ha llegado a generar fuentes de trabajo en forma directa e indirectamente.

## 1.5. MARCO REFERENCIAL

### 1.5.1. MARCO TEÓRICO

La tagua ecuatoriana cuenta con ventajas respecto a otros que intentan producirla. Es por este particular que nuestro país se ha caracterizado por ser el único exportador de anímelas (discos para botones), lo que representa una circunstancia positiva para iniciar con la exportación de los botones que necesitan de un corto proceso de transformación después de obtener las anímelas.

El consumo de los botones, cada vez se va apoderando del mercado europeo, captando la atención del consumidor por la calidad y distinción que los botones



ponen a sus prendas de vestir a demás del crecimiento de la nueva tendencia hacia los elementos naturales según la CORPEI en su informe Perfil de Tagua:

Hoy en día, Ecuador es el único exportador de anímelas de tagua, las cuales son colocadas en sacos para la exportación. Las anímelas de tagua se exportan durante todo el año, siendo su principal destino Italia, EE.UU., Alemania y España son también importadores de este producto ecuatoriano. En la actualidad existe una creciente tendencia hacia lo natural frente a lo artificial, por lo que se concluye que los bosques tropicales de tagua resultan ser la salvación de los elefantes, representando un mercado potencial muy interesante. (Ewa Kulac, 2005)<sup>1</sup>.

Una referencia del éxito de los botones en el mercado europeo, es que actualmente existen empresas interesadas en la compra botones de tagua en Francia, así como es comprobado que la exportación de botones abrirá puertas para ingresar a otros mercados, como menciona El Hoy en su artículo: La Tagua Ecuatoriana se pasea por Europa:

En la provincia de Manta se ha instalado varios talleres piloto de fabricación de piezas en tagua y talleres de producción de botones de tagua. Les ha ido tan bien que piensan implementar 30 talleres para elaborar botones.

La comercialización en ambos países europeos es incipiente, se han logrado varias conexiones con Dinamarca y Holanda, cuyos interesados demuestran curiosidad por adquirir nuestros productos.

Actualmente existen 39 empresas interesadas en la compra de figuras y botones de tagua, 19 en Francia, 18 en España y 12 en Italia, dijo Estenio Vera, mentalizador del proyecto.<sup>2</sup>

En el presente proyecto procederemos a definir los factores importantes que intervienen en la investigación, para de esta manera, conocer si la exportación de

---

<sup>1</sup> Economista Serna, Paulina, “Perfil de Tagua”, [www.ecuadorexporta.org](http://www.ecuadorexporta.org), 2009

<sup>2</sup> El Hoy, (Periódico), “La Agua Ecuatoriana se pasea por Europa”, Av. Mariscal Sucre Oe6-116, Quito, 08 junio 2010.



botones de Tagua está ganando protagonismo en el mercado como lo asegura la Corpei.

## ESTUDIO DE MERCADO

Realizaremos el estudio de mercado en una secuencia que permita destacar aquellos aspectos significativos en la comercialización del producto, con el fin de que puedan servir como referencia para la toma de decisiones en el proyecto.

Para definir al mercado adoptaremos el concepto de William Stanton, quien en función de las características de marketing, señala en su libro Fundamentos de Marketing:

Un mercado puede definirse como un lugar o un área geográfica en la cual se encuentran y operan los compradores y vendedores, se ofrecen a la venta mercancías o servicios, y en que se transfiere la propiedad de un título. Un mercado también puede definirse como el conjunto de demanda por parte de clientes potenciales de un producto o servicio <sup>3</sup>

El estudio del mercado implica: el análisis potencial de mercado, análisis del consumidor, análisis del producto.

Es muy importante definir la potencialidad del mercado a donde queremos ir, puesto que, esto minimizará el riesgo que se puede tener al desarrollar el proyecto.

## ANÁLISIS POTENCIAL DEL MERCADO

El Análisis potencial del mercado, como lo menciona Miguel Ángel Acerenza en su libro Marketing Internacional: “deberá comprender, por lo menos de los siguientes aspectos: Tamaño y característica de la industria, porcentaje de la industria cubierto por las importaciones, facilidades otorgadas por el país a las importaciones”<sup>4</sup>

El mercado francés tiene una industria de botones, poco desarrollada, tenemos la posibilidad de ingresar al mismo porque en cuanto a:

## TAMAÑO Y CARACTERÍSTICA DE LA INDUSTRIA:

Francia no es productora de botones de tagua, es un país considerado como un re-exportador para los demás países Europeos y en cuanto a la evolución de Francia con el Ecuador registra un saldo comercial favorable en el comercio.

---

<sup>3</sup> William J. Stanton, Fundamentos de Marketing, McGraw-Hill, México, 1973, pg 94 -95

<sup>4</sup> Acerenza , Miguel Ángel, Marketing Internacional, editorial Trillas, México,2002.pg 88-89



## PORCENTAJE DE LA INDUSTRIA CUBIERTO POR LAS IMPORTACIONES

La producción de botones se basa en las cosechas de la tagua, un producto que gracias a las condiciones climáticas del Ecuador cubre nueve meses al año.

La mayor oferta de tagua se encuentra en seis meses: Abril, Mayo, Junio, Octubre, Noviembre y Diciembre.

La estructura de las exportaciones y las importaciones, en términos de productos, difiere en cierta medida. Francia exporta más productos semi-manufacturados tales como metales y productos metálicos, mientras que para las importaciones, los productos fabricados son más relevantes, en particular para las prendas de vestir y accesorios para las mismas.

El mercado de Francia es abastecido de botones de tagua principalmente por Italia que es re-exportador.

## FACILIDADES OTORGADAS POR EL PAÍS A LAS IMPORTACIONES

Los botones de tagua con partida 9606291000 tiene un Arancel equivalente ad-valorem promedio para los botones del Ecuador del 0,00 %.

Francia como miembro de la Unión Europea, mantiene tratados de los que se beneficia Ecuador y que se detallarán más adelante en la investigación.

## ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

En el Análisis del consumidor como señala Miguel Ángel Acerenza en su obra Marketing Internacional: “El estudio deberá incluir lo siguiente: Identificar segmentación, Características de compras y Hábitos de compra.”<sup>5</sup>

Dividiremos al mercado en un segmento más pequeño para concentrarnos en lograr satisfacer las necesidades del mismo.

---

<sup>5</sup> Acerenza, Marketing Internacional,.pg 88-89





## SELECCIÓN DEL MERCADO META

Como expone Czinkota Michael R. en su libro Marketing Internacional:

Las características de los mercados meta pretendidos son de importancia crítica para el mercadólogo comerciantes. Estas características son: ocupantes, objetos, ocasiones, objetivos, mercados, organización, operaciones y posición<sup>6</sup>

De esta manera determinamos que los ocupantes del mercado meta son las industrias relacionadas con la moda en París-Francia, que se abastecerán de botones de tagua del Ecuador para distribuir al consumidor final a través de las prendas de vestir que ofrecen en sus nuevas colecciones.

Los objetos, son los que están comprando en el presente.

En ocasiones los miembros del mercado meta aumentan sus importaciones puesto que, deben cubrir la demanda del consumidor final.

El objetivo de compra se enfocará a la calidad del producto, es decir nuestro cliente estará motivado porque recibió un excelente producto.

La organización describe cómo la compra tiene lugar, la toma de dediciones de nuestra demanda está establecida por elegir productos ecológicos y de buena calidad.

Los productores de Tagua ecuatoriana trabajan en la continua mejora y desarrollo de la producción de botones así como también en su proceso de exportación, cumpliendo con las más altas exigencias de calidad al iniciar una asociación de exportadores de Tagua, para formar un equipo de apoyo en todo el proceso.

Las operaciones representan el comportamiento de las organizaciones que compran el producto. La ventaja del nuestro producto será la calidad y el proceso justo a tiempo que asegurará nuestro ingreso en el mercado francés.

La posición se refiere a la competencia que será enfrentada en el mercado

Como indica Sigales Alberto C. en su libro La Naturaleza de la Riqueza.

---

<sup>6</sup> Czinkota Michael R. Ikka A. Ronkainen, Marketing Internacional, McGraw-Hill Interamericana ,México, D.F., Litográfica Ingramex, 1996, cuarta edición, pg 18



La “competencia” entre productores cabrá cuando ya no existan necesidades que saciar, sino solamente gustos y caprichos. Esa posibilidad se alcanza más pronto de lo que se piensa, más rápido de lo que se cree y más fácilmente de lo que se sueña. Pero el primer logro y el principal es que el benefactor no es más el rehén de esa competencia.<sup>7</sup>

## POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO

Las ganancias que da un producto dependen, en gran medida, de la capacidad que tengamos para llamar la atención sobre el producto y diferenciarlo de la competencia. De ahí la necesidad de realizar el posicionamiento como manifiesta William J. Stanton en su obra Fundamentos de Marketing: “es crear la imagen que un producto proyecta en relación con los productos de la competencia y los otros de la empresa”<sup>8</sup>. Para iniciar esta actividad debemos estar consientes que el producto no solo es un conjunto de atributos como lo menciona William J. Stanton en su trabajo Fundamentos de Marketing: “Es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, que incluyen entre otras cosas empaque, color, precio, calidad y marca, junto con los servicios y la reputación del vendedor”<sup>9</sup>.

Por lo que concluimos que el análisis del producto es necesario para llegar exitosamente al consumidor.

## ANÁLISIS DEL PRODUCTO

En el Análisis del producto como menciona Miguel Ángel Acerenza en su obra Marketing Internacional: “El estudio tiene que comprender: Descripción del producto, Análisis y proyección de la tendencia de los precios, exigencias gubernamentales.”<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> Sigales Alberto C. La Naturaleza de la Riqueza. Edición electrónica a texto completo en [www.eumed.net/libros/2005/acs/](http://www.eumed.net/libros/2005/acs/)

<sup>8</sup> Stanton, William, Fundamentos de Marketing , Compañía editorial Ultra, México, McGraw-hill/ interamericana, 2000, Undécima edición, pg 241

<sup>9</sup> Stanton, William, obra ya citada , pg 211

<sup>10</sup> Acerenza, Miguel, obra ya citada .pg 90



## DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO

Para nuestro proyecto seleccionamos a los Botones de Tagua como nuestro producto para exportar a Francia, porque se cree que es un producto con potencialidad que ingresará al mercado de la alta costura, por la nueva tendencia de cuidar al mundo y porque este país se lo caracteriza desde hace mucho tiempo como uno de los principales exponentes de la alta costura; por lo tanto es un mercado interesante para el producto en estudio. La industria de la moda en general ha encontrado en el plástico una herramienta que satisface las necesidades, sin embargo, la alta costura requiere de productos de calidad y duración superior.

El botón de tagua es un elemento considerado como una joya de la naturaleza con su consumo estaremos aportando a construir un mundo libre de contaminación porque:

- Evitaríamos la completa depredación de los animales poseedores de marfil.
- Por el carácter no biodegradable de la mayor parte de los plásticos combatiríamos la creciente contaminación, ya que algunos de ellos tardan hasta 150 años en transformarse.
- De acuerdo a los análisis químicos obtenidos de la tagua, podremos, utilizar los desechos ya sea como balanceados, fertilizantes o como cremas nutritivas para la piel.

## PRECIO

### ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA TENDENCIA DE LOS PRECIOS

Los consumidores están dispuestos a pagar más, a cambio de la calidad del producto que ofrece el Ecuador. La fijación de precios se basará en las estrategias Competitivas de como lo sugiere Philip R. Cateora en su esquema Marketing Internacional: “Los precios se fijan tratando de aprovechar las situaciones competitivas posibles estableciendo precios iguales, superiores o inferiores a los del sector, según las ventajas tecnológicas, de costes, de producción o de distribución que se dispongan. Las empresas dominantes pueden ejercer su liderazgo, mientras que las más débiles tendrán que actuar de seguidoras.”<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Cateora, Philip R, Marketing Internacional, Times Mirror S.A.España, IRWIN, 1995, octava edición, pg 631



El precio estará en función de la competencia y de la calidad que exija el consumidor, por lo tanto deberemos ofrecer un producto de calidad a bajo costo para que el mercado francés seleccione a nuestro producto dejando de lado a la competencia.

Debemos tomar en cuenta la importancia de la accesibilidad al mercado meta lo que involucra las:

## EXIGENCIAS GUBERNAMENTALES AL PRODUCTO A EXPORTAR

### Requisitos no arancelarios

Para que un producto pueda ingresar a la UE, éste debe cumplir con los requisitos nacionales específicos del Estado miembro en que se comercializan o venden, o con las normas voluntarias nacionales que traspasen las normas europeas o la legislación.

### Responsabilidad de los fabricantes y distribuidores

- Proporcionar al consumidor la información necesaria con el fin de evaluar un producto inherente de la amenaza, sobre todo cuando este no sea evidente. La información se puede proporcionar mediante el etiquetado del producto o dando instrucciones de uso claras.
- Vigilar la seguridad de los productos en el mercado y proporcionar información sobre el origen de los productos.

### Requisitos no legales de la Unión Europea

La Unión Europea sugiere tomar en cuenta los siguientes puntos en la fabricación de los productos:

- Seguridad Industrial y seguridad del consumidor en la industria metalmeccánica
- Limpieza
- Orden.
- Exposición al polvo
- Exposición a gases, vapores y otros contaminantes
- Calor y estrés térmico
- Información sobre daños físicos
- Ruido y vibraciones



## ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN

La oferta exportable es muy importante y necesaria de determinar, puesto que nos señala si el proyecto puede avanzar o no en el desarrollo de la exportación, ya que si no tenemos producto que ofrecer no tendría sentido seguir con el mismo como indica Juan Luis Colaiacovo en su libro Exportación Comercialización y Administración Internacional:

Es posible clasificar en cuatro componentes, los problemas de oferta exportable:

Capacidad Física de Exportación, Capacidad Económica de Exportación, Capacidad Administrativa de Exportación y Conciencia Exportadora.

Capacidad Física de exportación.- se trata de identificar el nivel y el tipo de ociosidad en la capacidad productiva del sector.

Si la firma presenta una situación de ociosidad estructural, es decir, permanente debido a un error de dimensión de planta o a limitaciones tecnológicas, se puede afirmar que la empresa posee una oferta exportable<sup>12</sup>

Las limitaciones tecnológicas en la producción de este producto nos dan una pauta para darnos cuenta que el Ecuador posee capacidad exportable, puesto que nuestra producción no es coyuntural, es decir transitoria, sino más bien es estructural porque, dispone de la tagua durante nueve meses al año. Además tiene varias provincias donde cultivar, es decir tenemos lugar y producto, pero la falta de tecnología limita a los productores a ofrecer lo que ellos pueden y no lo que deberían producir en realidad para eliminar la demanda insatisfecha. Como explica Cotrina Saúl en su curso por Internet Proyectos de inversión: “Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él”<sup>13</sup>

Debemos cubrir esta demanda para que la comercialización de los botones en París sea exitosa, eliminando las barreras que se presenten.

---

<sup>12</sup> Colaiacovo, Juan Luis, Exportación Comercialización y Administración Internacional, Centro Internacional de Administración y Comercio, Lima, Servicio de copias graficas S.A., 1983, Segunda Edición, pg100

<sup>13</sup> Cotrina Saul, “Proyectos de inversión”, [www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/estudio-mercado](http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/estudio-mercado), 2009



Ecuador no cuenta con la Capacidad económica para la exportación de este producto, lo que genera un problema de eficiencia productiva y distributiva, afectando severamente la oferta exportable, para reducir los costos y ganar capacidad económica, como expone Juan Luis Colaiacovo en su libro Exportación Comercialización y Administración Internacional: “Existen tres mecanismos para contrarrestar la falta de capacidad económica: introducción de medidas de mayor eficiencia, introducción por el gobierno de economías externas, obtención de incentivos y subsidios.”<sup>14</sup>. Podríamos establecer que nuestro proyecto cuenta con incentivos para exportar, uno de ellos es que las empresas exportadoras no pagan impuestos por la salida de productos a otros países.

Los productores ecuatorianos no tienen una organización administrativa acorde con las exigencias de mercados internacionales, lo que ocasiona una desconfianza por parte de los importadores de París, como dice Juan Luis Colaiacovo en su libro Exportación Comercialización y Administración Internacional:

#### Capacidad administrativa de Exportación

Este problema se ha tratado de superar a través de asistencias técnica y capacitación, organización de programas de ferias y misiones comerciales internacionales y mediante legislación que fomente el desarrollo de las empresas de exportación y los consorcios de exportación , así como de información comercial y estudios.<sup>15</sup>

Este problema se ha tratado de eliminar con el pasar de tiempo gracias al apoyo constante de la Corpei en las investigaciones que proporcionan a las empresas interesadas en exportar este producto, así como el soporte técnico de La Asociación de exportadores de Tagua del Ecuador.

Otra de las barreras que limitan al exportador ecuatoriano son los costos, para ser competitivos en el mercado internacional debemos ofrecer un producto de calidad a bajo costo, por lo que, debemos ser más eficaces en el proceso de llevar nuestro producto al consumidor final para de esta manera disminuir costos, puesto que, este

---

<sup>14</sup> Colaiacovo, Juan Luis, obra ya citada : pp 103

<sup>15</sup> Colaiacovo, Juan Luis, obra ya citada : pp 105



proceso involucra varios elementos como indica Philip R. Cateora en su libro Marketing Internacional:

Los costos de exportación se relacionan con las situaciones en las que los precios finales aumentan debido a los costos de embarque, seguro envase, arancel, canales de distribución más largos, mayores márgenes de los intermediarios, impuestos especiales costos administrativos y fluctuaciones en el tipo de cambio. <sup>16</sup>

Se entregará los botones en términos FOB, con el cual nos responsabilizamos hasta sobrepasar la borda del buque en el puerto de embarque convenido, como lo amplía Salvador Mercado H. en su esquema Comercio Internacional I:

FOB Franco a Bordo.- significa que el vendedor entrega cuando las mercancías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido. Esto quiere decir que el comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercancías desde aquel punto. El término FOB exige al vendedor despachar las mercancías para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores. Si las partes no desean entregar las mercancías a través de la borda del buque.<sup>17</sup>

#### COSTOS DE EXPORTACIÓN

Conjuntamente con los canales de distribución disponibles internamente en el mercado considerado, se dará seguimiento al canal total de distribución que nos permitirá llegar al consumidor final con nuestro producto, gracias al análisis que formaremos a lo largo de esta investigación como lo agrega Salvador Mercado H. en su representación Comercio Internacional I:

Los canales de distribución son los conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de sus productos y servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible y en lugar que los solicite<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Cateora, obra ya citada, , pg 633

<sup>17</sup> Mercado, Salvador, Comercio Internacional I, grupo Noriega, México, Limusa, 1992, segunda edición, pg 145

<sup>18</sup> Mercado, obra ya citada , pg 239



Los canales de distribución en Francia están dirigidos al beneficio de los consumidores lo cual genera una competencia exigente en cuanto a precios como lo menciona La Oficina Económica y Comercial de España París en su texto Canales de Distribución:

#### Canales de distribución

Actualmente la política está orientada hacia una mayor competencia que permita reducir los precios en beneficio del consumidor. Para ello la “Ley para la Modernización de la Economía” votada en agosto del 2008 ha introducido un cambio drástico en de las relaciones de la Gran Distribución con sus proveedores, autorizando la negociación de los precios<sup>19</sup> Como agentes de exportación debemos de diferenciar a los principales grupos de distribución en Francia, como lo señala La Oficina Económica y Comercial de España París en su manual Canales de Distribución:

#### Grupos de distribución y cadenas

Los grupos de distribución son propietarios o están ligados por acuerdos de afiliación con distintas cadenas de establecimientos o enseignes Es importante identificarlos porque disponen de un sistema de referencias propio y pueden comprar al margen de la central de compras.

#### Grandes superficies especializadas

##### a. Grandes superficies de confección textil de alta costura

Según Panorama Trade Dimensions 2009, el número de estas tiendas ascendía a 3.088 que lo convierten en un canal de distribución ideal para nuestro proyecto<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> La Oficina Económica y Comercial de España París, “Canales de Distribución”, [www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,00.bin?doc=4329756](http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,00.bin?doc=4329756)

<sup>20</sup> La Oficina Económica y Comercial de España París, “Canales de Distribución”, obra ya citada





LOGÍSTICA DE EMPAQUE Y EMBALAJE EN LA CADENA DE EXPORTACIÓN El proceso de empaque y embalaje es crucial para la cadena logística, como lo señala William J. Stanton en su obra Fundamentos de Marketing:

El empaque tiene por objetivo proteger el producto en su camino hacia el consumidor, brindar protección después de comprar el producto, aumentar la aceptación del producto entre los intermediarios, ayudar a persuadir a los consumidores a que compren el producto<sup>21</sup>.

Definiremos un empaque y embalaje acorde a las exigencias y normativas que necesiten los consumidores.

La determinación de costos es una parte importante para lograr el éxito en cualquier negocio. Con ella podemos conocer a tiempo si el precio al que vendemos lo que producimos nos permite lograr la obtención de beneficios, luego de cubrir todos los costos de funcionamiento de la empresa.

Por lo cual debemos identificar el punto de equilibrio como lo anuncia en su libro Gayle Rayburn, Leticia en su texto, Contabilidad y Administración de Costos:

El punto de equilibrio se encuentra en aquel volumen de ventas en el cual no existen utilidades ni pérdidas. Aun cuando el análisis del punto de equilibrio es un concepto estático, su aplicación a una situación dinámica ayuda a la administración en las operaciones de planeación y control.<sup>22</sup>

Es decir deberemos calcular un punto de ventas en el cual no tengamos ni pérdidas ni ganancias para minimizar el riesgo y tratar de aumentar el volumen de ventas para mejorar la utilidad desde ese punto.

## 1.6. HIPÓTESIS

La exportación de botones de tagua al mercado francés, desde el punto de vista de Comercio Exterior es técnicamente factible y desde el punto de vista Económico es rentable.

---

<sup>21</sup> Stanton, William, obra ya citada, pg 241

<sup>22</sup> Gayle Rayburn, Leticia, Contabilidad y Administración de Costos, Tr. Jaime Gómez Mont. Editorial McGraw-Hill; México: 1999, sexto Volumen, pg 488



## **1.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación que se realizará para el desarrollo de la exportación de los botones de tagua será la descriptiva, puesto que, pretendemos con el estudio: cuantificar, medir variables tal como se presentan en el mercado y especificaremos cada variable que interviene en el desarrollo del proyecto desde el país de origen hasta el país de destino, proporcionando datos actuales de fuentes confiables, ya que para realizar esta investigación debemos tener considerable conocimiento del tema, para poder formular las preguntas específicas que buscamos responder.

### **1.7.2. POBLACIÓN**

Nuestro conjunto de unidades de muestras seleccionadas para obtener la información serán, los exportadores de tagua que pertenecen a La Asociación de Exportadores de Tagua del Ecuador, que es una organización privada, sin fines de lucro, cuyo principal objetivo es la mejora continua de todos sus procesos productivos, en base a capacitación e investigación con el fin de obtener un producto que cumpla con la calidad requerida por los mercados más exigentes del mundo, así como también se considerará a las principales empresas nacionales vinculadas con esta actividad .

### **1.7.3. MUESTRA**

En relación al tamaño del universo, se considera que nuestro proyecto se basa en un tamaño de muestra finito, puesto que, se puede cuantificar exactamente al universo, ya que, es relativamente pequeño por lo que procederemos a realizar un muestreo no probabilístico en cual se utilizará un muestreo por criterio, que consiste en seleccionar los elementos de muestras a criterio del investigador que representan de mejor manera a la población estudiada, como consecuencia recolectaremos información de algunas organizaciones gremiales que se encargan de organizar la actividad de producción de tagua y fomentarla a nivel local e internacional. Estas organizaciones son:



- Junta Nacional de Defensa del Artesano
- Asociación de Productores y exportadores de elaborados de Tagua (ASOTAGUA)
- Fundación Ecuador Tagua
- Cámara nacional de la tagua y sus derivados
- Asociación de Productores locales de elaborados de tagua de Manabí.

Se recogerán encuestas personales y telefónicas preguntando sobre las ventajas, desventajas, las preferencias, su interés por el producto y la capacidad de compra de la demanda. Además de mantener una relación permanente con los miembros de las organizaciones, puesto que, conservan una constante investigación del mercado francés, para de esta manera lograr cubrir las necesidades de la demanda total y según a mi criterio son las más representativas del universo de exportadores y productores de los botones de tagua.

#### 1.7.4. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación será personal para cada miembro, se aplicará la observación que es una técnica de investigación, puesto que nos permitirá obtener información de la población sin que estos sean consientes de su colaboración. Nosotros observaremos datos sobre la conducta y algunos datos primarios socio demográfico de los socios mediante el empleo de procedimientos físicos (vista u oído).

#### 1.7.5. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

##### Fuentes Primarias

- Se aplicará una encuesta personal, puesto que nos permite controlar perfectamente lo que necesitamos conocer de la persona encargada del área específica.
- Encuesta computarizada de esta manera nuestra unidad de muestras entregará información útil en cuanto se situé en un punto determinado por una ventana de acceso a la página de las empresas y de las asociaciones.



## Fuentes Secundarias

Se utilizará la información existente, tanto al interior de las empresas relacionadas con la actividad productiva, como la de dominio público como: tesis universitarias, folletos, revistas, libros, internet, artículos, etc.

### 1.7.6. ANÁLISIS ESTADÍSTICOS

La investigación a emplear será la cualitativa, puesto que, está diseñada para proporcionar perspectivas a un problema donde el fenómeno no ha sido definido con claridad, es decir se realiza para aprender más sobre los aspectos de la conducta del consumidor y generar ideas para nuevos estudios.



## 2. CAPÍTULO II: ANTECEDENTES

### 2.1. LA TAGUA

#### 2.1.1 DESCRIPCIÓN DE LA PALMA DE TAGUA

##### NOMBRE TÉCNICO

El nombre botánico asignado a la palma es *Phytelephas Aequatorialis* o *Phytelephas Macrocarpa*.

La tagua se determina a nivel mundial con varios nombres como: marfil de palma, marfil vegetal, palm ivory (USA), Coquilla (Brasil), Palmivoor (Holandes), Corozo (Inglés).

##### CLASIFICACIÓN BOTÁNICA

Debido a su ubicación en diferentes regiones del Ecuador la palma se clasifica en:

- *Phytelephas Aequatorialis*.- especie que es encontrada en bosques ecuatorianos en la región Costa.
- *Phytelephas Macrocarpa*.- especie que se ubica en regiones de la sierra y oriente de nuestro país.

##### MORFOLOGÍA DE LA PLANTA

La tagua es el fruto seco de una especie de palma propia del trópico ecuatorial (Panamá, Colombia, Ecuador y Perú), que alcanza una altura de 20<sup>a</sup> 30 pies, esta tarda de 14 a 15 años en alcanzar la madurez.

La palma macho produce la flor, mientras que la palma hembra se encarga del fruto o pepa esta tiene una cáscara café que contiene un su interior una sustancia gelatinosa de celulosa que es comestible. La tagua para la industria se obtiene cuando este interior gelatinoso es dejado unas semanas al sol, una vez seco éste se convierte en duro y cobra un color blanco, a este producto se lo llama marfil de palma el cual constituye la materia prima para los botones.

La tagua no tiene ningún tipo derivación. Lo que diferencia a la tagua es su color, puesto que, la Pepa cuenta con varios tonos.



## 2.2. BOTONES DE TAGUA

### 2.2.1. GENERALIDADES

La anímela (disco de tagua) es un producto que después de ser sometido a un proceso de transformación sirve para la confección de botones. Para poder ser comercializado el proceso que se realiza será controlado por las normas de calidad internacional.

Gracias a las múltiples particularidades, entre ellas su belleza natural, el botón de tagua ecuatoriano ha dado un concepto diferente al botón que sale al mercado, puesto que, es considerado como una alternativa contra la contaminación ambiental en los países industrializados.

Con el pasar del tiempo se ha creído que los botones de tagua saldrían del mercado, pero no lo han logrado hasta el momento en virtud de sus características ecológicas y extraordinarias cualidades. “Como consecuencia de esto la alta moda en el mundo usa botones de este material en sus prendas, porque además de ser ecológico y elegante tiene ventajas como soportar el calor de la plancha y secadora, es muy resistente y puede tinturarse de cualquier color.”<sup>23</sup>

Ecuador tiene el privilegio de tener la mejor tagua, una Pepa más grande y de calidad para elaborar botones de calidad insuperable que se vende en Europa y se muestra en la ropa de alta costura como Piere Cardin, Valentino o Boss.

Una característica de esta semilla es que contribuye a conservar el ecosistema, ya que reemplaza al marfil animal. El material usado en la elaboración de los botones de tagua nos ayuda a evitar la completa depredación de los animales poseedores de marfil.

Por el carácter no biodegradable de la mayor parte de los botones de plástico combatiríamos la creciente contaminación, ya que algunos de ellos tardan hasta 150 años en transformarse.

De acuerdo a los análisis químicos obtenidos de la tagua, podremos, utilizar los desechos ya sea como balanceados, fertilizantes o como cremas nutritivas para la piel.

---

<sup>23</sup> <http://www.botontaguaecuador.com/caracteristicas.html>, 2009



### 2.2.2. TIPOS

En la etapa de clasificación de las anímelas para luego ser transformadas en botones podemos encontrar diferentes tipos:

- Estándares
  - Primera blanco
  - Primera ligera crema
  - Cremosa
  - Segunda
  - Tercera
- Rusticas

El color determina la categoría de la anímelas, para posteriormente de un proceso de transformación convertirlo en nuestro producto final, las botones de tagua.

### 2.3. PROCESO DE ELABORACIÓN SECADO NATURAL



La nuez de tagua es depositada en un tendal (patio de cemento), al sol y al viento para su secado natural.

Poner a secarlas, para lo cual se pueden utilizar dos vías: el secado al sol que tarda aproximadamente 60 días y es más recomendable o en un secadero que tarda 1 semana.



## PELADO Y SELECCIÓN DE LA TAGUA



Una vez seca la nuez de tagua se procede a pelar a través de un ablandamiento de la corteza, este proceso se lo realiza con una maquina peladora de tagua o manualmente se procede a retirar la cáscara de las pepas y para eliminar cualquier sobrante se utiliza un cuchillo pequeño.

El siguiente paso es clasificar a las pepas por tamaños utilizando zarandas con diferentes tamaños de agujeros.

## CORTE DE LA TAGUA Y SELECCIÓN DE TAJADAS





Una vez pelada se traslada al departamento de sierras, donde se cortan las pepas en tajadas, siempre tratando de lograr las mejores formas planas y evitar la ralladura interior.

Este proceso se lo realiza con la ayuda de una máquina con sierra se cortan las pepas una por una en tajadas. Las tajadas son clasificadas de acuerdo al tamaño y según esto se obtienen las anímelas de diferentes tamaños.

## CLASIFICACIÓN DE ANÍMELAS



Después se seleccionan las tajadas de acuerdo al tamaño. Existen dos tipos de anímelas: Las rústicas y los estándares. Estas últimas se pueden dividir en 5 niveles desde primera blanco, primera ligera crema, cremosa, segunda y tercera; el color determina la categoría de la anímela agrupadas en diferentes tipos.



## TORNEADO DE LAS ANÍMELAS



Las tajadas se trasladan al departamento de tornos, donde son procesadas tajada por tajada resultando ánimelas y ojalillos (Cabe anotar que sólo las tajadas exteriores de la pepa son utilizadas para la fabricación de ánimelas o también llamados discos de tagua ya que el centro de la pepa tiene una rajadura que inhabilita el trabajo) obteniendo las ánimelas de diferentes diámetros y bombaturas.

El material restante (ojalillos y desperdicio de tajada) sirve para ayudar a efectuar un mejor secado cuando se lo realiza en los hornos y el polvillo es utilizado como complemento del balanceado para las vacas.

## LAS ANÍMELAS SON TRANSFORMADAS EN BOTONES



Utilizando la máquina automática se les pule en un tambor con agua y piezas pequeñas de cerámica, para corregir huellas de las herramientas.

Luego se los lava y seca y se les da brillo en otro tambor con pequeñas piezas de madera para darles el acabado que el cliente desee (brillado, semibrillado, doble acabado).

Para darles el color solicitado se tiene que hidratar los botones toda la noche y luego utilizando tintes y agua darles las tonalidad requerida.

### PULIDO Y BRILLO

En un tambor con agua y piezas pequeñas de cerámica se pule el botón para corregir huellas de las herramientas.

Luego se lava y se seca y se les da brillo en otro tambor con pequeñas piezas de madera para darles el acabado que el cliente desee (brillado, semibrillado, mate, doble acabado).



### TINTURACIÓN

Para darles el color requerido se tiene que hidratar los botones por un tiempo de 12 horas y luego utilizando tintes y agua se les da la tonalidad deseadas, después que el botón esté seco se le da un toque de brillo.





Seleccionadora de color: Antes de que el botón sea embalado deberá pasar por la máquina seleccionadora de color para garantizar así la uniformidad del tono de color y por ende cumplir con el requisito de control de calidad.



## EMBALAJE Y ALMACENAMIENTO

Previo al embalaje de exportación los botones reciben un tratamiento contra la polilla. Dentro de cada saco se coloca una tarjeta de identificación del producto para garantizar la calidad.

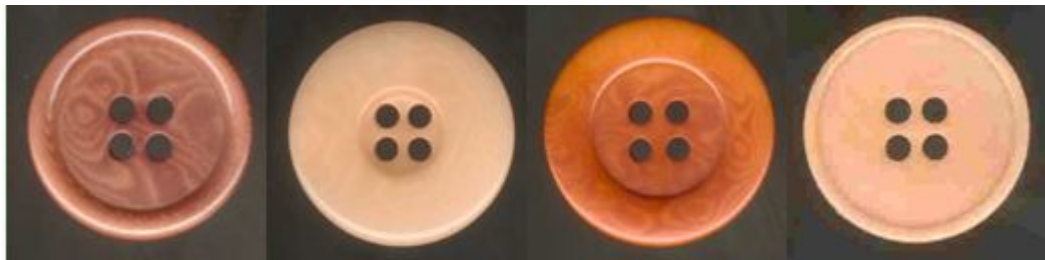
La tagua, al ser un material natural sufre de constantes cambios, por esto, todos los procesos deben ser controlados para garantizar a los clientes seguridad en la calidad.



Los botones de tagua deben ser almacenados en bodegas que no permitan la humedad y la polilla que son los principales factores que provocan su deterioro.



### Animelas de Tagua



**7508**

Lín. 24 28 32 36 40

**7644**

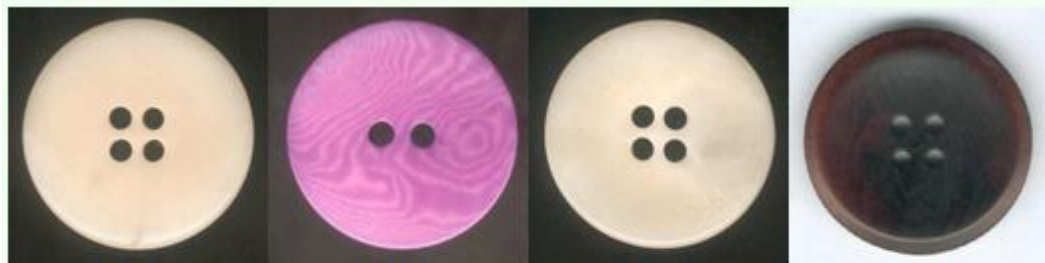
Lín. 24 28 32 36 40

**8343**

Lín. 24 28 32 36 40

**7645**

Lín. 24 28 32 36 40



**7686**

Lín. 24 28 32 36 40

**7398**

Lín. 24 28 32 36 40  
2 lados planos

**7643**

Lín. 24 28 32 36 40

**7289**

Lín. 24 28 32 36 40





# PROCESO DE ELABORACIÓN



## 2.4. HISTORIA DE LOS BOTONES DE TAGUA

La tagua, ha sido utilizada en la manufactura de los botones desde 1850, y por más de 50 años fue comercializada en Europa y el resto del mundo exclusivamente por la famosa "Casa Tagua Alemana", que tenía locales en los puertos de la costa ecuatoriana: Manglaralto, Puerto López, Puerto Cayo, Manta, Bahía de Caráquez, Cojimíes, Muisne y Borbón. La "Casa Tagua Alemana" exportaba para el consumo y fabricación de los botones a todo el mundo.

En Europa el origen de la tagua era un secreto de los alemanes, que incomodaba a los fabricantes italianos, quienes tenían que abastecerse de la materia prima en Alemania.

En el fan por descubrir el gran secreto se supuso que la tagua tenía origen en África. Con la apertura del Canal de Panamá, se evidenció que los barcos viajaban con mayor rapidez y llegaban a Europa con más frecuencia, cargados de tagua.

Una serie de indiscreciones y un tanto de espionaje permitió develar el secreto comercial tan celosamente guardado: la tagua provenía del ECUADOR.

Después de la Segunda Guerra Mundial, ya había salido el plástico y se creyó entonces que el botón de plástico, que ganaba mercado, iba a terminar definitivamente con la tagua; pero no fue así.

A fines de los años 60' unos fabricantes italianos viajaron a Ecuador, con interés por revivir el mercado de la tagua cuya ventaja es ser un producto natural.

Poner frente a frente al botón de plástico con el de tagua es como pretender comparar un vaso de vidrio con un vaso de cristal, no hay comparación posible, la naturaleza es infinitamente sabia para hacer estas cosas.

Los botones valorizaban el traje y la persona por lo que estos señores, "en el año 1969, empezaron a reestructurar el mercado de la tagua, apoyándose en los grandes diseñadores de la moda como: Cristian Dior, Yves Saint Laurent, Valentino, Versace, Ginocchietti, entre otros, quienes usan botones de tagua en sus finas, delicadas y exclusivas prendas"; <sup>24</sup>de allí el resurgimiento de la tagua en los años 70, que perdura hasta ahora.

---

<sup>24</sup> <http://www.colombiarte.com.ar/semillas.php>, 2009





Actualmente se exporta desde Ecuador a todo el mundo, principalmente a Europa y recientemente se comenzó a comercializar en China agrandando enormemente el mercado.

## **2.5. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR**

### **2.5.1. ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS**

#### **ANÁLISIS INTERNO DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS**

A través de las investigaciones y pruebas técnicas agrícolas en la producción de tagua en el Ecuador, se puede conocer que no existe plantaciones de tagua, puesto que, la palma de tagua es una planta silvestre que no se adapta a un régimen controlado para la siembra y la cosecha, no se adapta a patrones específicos de siembra.

La palma de tagua tiene gran similitud a la palma africana, cuyos frutos son cosechados al caer al suelo, no es necesario tener técnica adecuada para realizarlo; por lo que la mayoría de obreros recolectores de la fruta son madres y adolescentes. Los cuales que no se dedican permanentemente a la actividad productiva, lo que trae como consecuencia una limitada disponibilidad de la mano de obra calificada.

La producción de tagua está limitada por una actividad productiva inestable por la falta de recursos monetarios, puesto que, los artesanos no están sujetos a créditos bancarios.

No existen canales de distribución óptimos para la distribución del producto, por lo que no se puede tener grandes cantidades almacenadas, puesto que, se estropearía y se perdería la inversión.

Ecuador es el mayor productor de tagua entre los países productores de todo el mundo. “La producción total de tagua en el país es de aproximadamente 100 mil toneladas, distribuidas de la siguiente manera: 50 mil en Manabí, 30 mil en Esmeraldas y 20 mil en Pichincha”<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Economista Serna, Paulina, “Perfil de Tagua”, [www.ecuadorexporta.org](http://www.ecuadorexporta.org), 2009



### *Principales Regiones donde se cultiva la Tagua.*



Las principales regiones donde se cultiva la tagua son: Manabí, Esmeraldas, Guayas, El Oro y Los Ríos en la Costa; mientras que en la Sierra podemos encontrarlo en Carchi y Pichincha (zonas de cultivo Pacto, Nanegalito, Gualea donde existen extensas zonas para cultivar la tagua, pero por desconocimiento no son aprovechadas en su totalidad). Así como también en algunos sectores de la Amazonía Ecuatoriana. Los campesinos ecuatorianos de estas zonas mencionadas son proveedores de la materia prima para los botones, estos ofrecen el producto por quintales o toneladas. Gracias a los recursos naturales de Manabí, podemos decir que en esta provincia se obtiene tagua de calidad por el tamaño de los cocos. Las zonas de producción en esta provincia se encuentran en Manta y Montecristi. La demanda de botones de tagua en el ámbito interno es mínima puesto que los botones de tagua son utilizados para ropa de alta costura. Esta mínima demanda es cubierta principalmente por la industria de ropa PINTO



## ANÁLISIS EXTERNO DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

En cuanto a los productores de tagua se refiere, podemos afirmar que el Ecuador es el mayor productor; existen otros países como Venezuela, Perú, Colombia y Panamá que la producen en menor cantidad y solo para el consumo interno.

Por lo misma razón, es que nuestro país es el único que produce anímelas de tagua en volúmenes para exportación.

Los principales exportadores de tagua en América Latina son México con 73 miles de USD valor FOB, Brasil con 77 miles de USD valor FOB y Colombia con 13 miles de USD valor FOB.

### 2.6. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

#### 2.6.1 TOTALES, POR SECTOR Y POR PRODUCTO

##### EXPORTACIONES TOTALES ECUATORIANAS DE TAGUA

Como se muestra en el siguiente cuadro se puede ver que existe en el año 2007 un crecimiento de las exportaciones totales en un monto de 11373.06 miles de USD lo que representó un aumento de 12.95% en relación al año anterior. Pero por otro lado para el 2009 existió un decrecimiento cuando las exportaciones llegaron a un monto de 58866.85 miles de USD lo que representó un descenso de 23.09% en relación al año anterior. Para el efecto se tomaron en cuenta los principales grupos de productos de la tagua sub-partidas 96020090, 96062910 y 96063010.

En cuanto a las toneladas se puede observar que para el 2007 existió un aumento del 24.94% con respecto al año anterior.



**Tabla 2.1: Exportaciones Totales Ecuatorianas de Tagua.**

AÑO	VALOR FOB MILES DE USD	TONELADAS	VARIACION FOB %	VARIACION TONELADAS %
2004	10285.71	1968.42	-	-
2005	10749.80	1902.54	4.51	-3.35
2006	10069.18	1639.17	-6.33	-13.84
2007	11373.06	2047.95	12.95	24.94
2008	7628.14	1346.00	-32.93	-34.28
2009	5866.85	1036.11	-23.09	-23.02

**Fuente:** CORPEI/ BC

**Elaboración:** Paola Chiliguano

#### EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE LOS PRINCIPALES GRUPOS DE PRODUCTOS DE TAGUA.

En las exportaciones del sector de la Tagua, se destacan en el año 2008 la sub partida (96063010) Formas para botones y demás partes de botones; esbozos de botones, de plástico o de tagua (marfil vegetal) con 6,743.76 miles de USD, es decir, nuestro producto sale a mercados mayormente como materia prima. Para la sub partida (96062910) Botones de Tagua; se registra un monto de 997.48 miles de USD, una cifra menor a la sub-partida de las formas para los botones. Nosotros como un país productor de las anímelas de tagua deberíamos dar valor agregado a este producto, ofertando un botón terminado para de esta manera brindar al consumidor final un producto de calidad y como consecuencia de esto la satisfacción del mismo.

**Tabla 2.2: Exportaciones Ecuatorianas de los Principales grupos de Tagua.**

SUB PARTIDA	DESCRIPCIÓN	VALOR FOB MILES DE USD 2007	VALOR FOB MILES DE USD 2008
96020090	LOS DEMAS	513.97	316.6
96062910	BOTONES DE TAGUA	997.48	567.78
96063010	FORMAS PARA BOTONES Y DEMAS PARTES DE BOTONES ESBOZO	9861.61	6743.76

**Fuente:** CORPEI/ BC

**Elaboración:** Paola Chiliguano



## EXPORTACIONES DE LOS BOTONES DE TAGUA ECUATORIANOS

Según el Banco Central del Ecuador la demanda de botones de tagua ecuatorianos en el mundo refleja una inestabilidad en los volúmenes exportados, básicamente porque no existe una producción continua y regulada de este tipo de producto que satisfaga el requerimiento de nuestro consumidor.

Para el 2006 podemos observar que existió un incremento significativo en las exportaciones de botones de tagua en un monto de 1028.36 miles de USD valor FOB lo que representó un aumento de 611.18% con respecto al año anterior. Pero para el 2009 existió un descenso en un monto de 99.36 lo que representó un decrecimiento en un 82% con respecto al año anterior.

Con respecto a las toneladas exportadas podemos exponer que el año 2006 fue un buen año, puesto que, se exportó 151 toneladas de los botones de tagua a un valor FOB de 1028.36 miles de USD con lo que respecta para el año 2007 que se recibió 997.35 miles de USD por 208.38 toneladas exportadas. En relación a los dos años se evidencia que en el 2006 ganamos más mandando menos cantidad de botones, que para el 2007 que se mando más toneladas a un valor FOB menor. Esto fue por la constante competencia de precios en el mercado interno del Ecuador que en la actualidad existe y que debería ser controlado.

*Tabla 2.3: Exportaciones de los Botones de Tagua Ecuatorianos.*

AÑO	VALOR FOB MILES DE USD	TONELADAS	VARIACION FOB	VARIACION TONE
2004	141.12	6.79	-	-
2005	144.60	21.08	2.47	-210.46
2006	1028.36	151.00	611.18	-616.32
2007	997.35	208.38	-3.02	-38.00
2008	567.61	188.15	-43.09	9.71
2009	99.36	134.93	-82.50	28.29

**Fuente:** CORPEI

**Elaboración:** Paola Chiliguano



## 2.7. PRINCIPALES MERCADOS

### 2.7.1 .DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DE LOS BOTONES DE TAGUA ECUATORIANOS.

Los principales importadores de los botones de tagua ecuatoriana para el 2009 son: Turquía con 20.60 miles de USD valor FOB, España con 13.51 miles de USD valor FOB y Brasil con 9.39 miles de USD valor FOB.

*Tabla 2.4: Destinos de las Exportaciones de los Botones de Tagua Ecuatorianos.*

PAÍS	TONELADAS	FOB – DÓLAR	% / TOTAL FOB – DÓLAR
TURQUÍA	43.66	20.60	27.45
ESPAÑA	1.94	13.51	18.00
BRASIL	0.41	9.39	12.52
MEXICO	0.63	8.92	11.89
HONG KONG	13.23	8.35	11.12
ALEMANIA	16.81	8.24	10.98
ITALIA	4.87	2.86	3.81

**Fuente:** Banco Central

**Elaboración:** Paola Chiliguano

### 2.7.2. PAÍSES IMPORTADORES DE LOS BOTONES DE TAGUA EN EL MUNDO

El año 2007 el mundo importó aproximadamente 996.716 miles de USD en este producto de Tagua, lo cual representó un crecimiento del 3.3% dentro de las importaciones mundiales de Tagua; los diez primeros países importadores de los botones de tagua son los siguientes:



**Tabla 2.5: Países Importadores de los Botones de Tagua.**

PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES

IMPORTADORES	TOTAL FOB 2007 MILES	TOTAL TONEL 2007MILES	CRECIMIE 2004-2008 %	CRECIM 2007-2008 %	PARTICIPACIÓN IMPORT MUN
Mundo	996716	89869	11.3	8	100
Alemania	63059	1206	9.5	7	6.025
Italia	74625	3261	9.75	-12	6.43
Hong Kong (RAEC)	57325	5477	17.25	7	4.65
Francia	47994	2891	8	14	4.38
Suiza y Liechtenstein	30444	471	18	12	2.63
Reino Unido	26199	2066	-1.25	5	2.85
Canadá	24725	918	7.25	0	2.4
Rumania	14733	318	12.5	11	1.35
Eslovenia	9921	187	31	10	0.7
Dinamarca	6405	252	29	22	0.75

**Fuente:** TRADEMAP (CORPEI-UDLA)

**Elaboración:** (CORPEI-UDLA)

Francia tiene una participación mundial de 4.38% con sus importaciones de los botones de tagua a nivel mundial, obteniendo un crecimiento de 14% entre los años 2007 y 2008. Después de Dinamarca con un 22% de crecimiento, Francia es un país que ha demostrado un crecimiento sorprendente en la demanda de los botones de tagua durante el 2007 y 2008 a nivel mundial.



### 3. CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO

Procederemos con el estudio de mercado para obtener datos y analizarlos como lo señala William Stanto, en su libro *Fundamentos de Marketing*: “Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.”<sup>26</sup>

#### 3.1. OBJETIVOS

- Cuantificar la demanda de botones de tagua del mercado de Francia
- Cuantificar la oferta de botones de tagua para la exportación
- Analizar la demanda y oferta para conocer las características del mercado
- Analizar la situación actual de los botones

#### 3.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNACIONAL

Las exportaciones ecuatorianas se han limitado al petróleo y a un grupo reducido de productos primarios. Esta situación ha dado como resultado una dependencia muy perjudicial para el país. El proceso de producción y comercialización de botones de tagua ha crecido y ha desarrollado un mercado interesante alrededor del mismo tanto en nuestro país como en los países que lo importan, entre estos, Francia, como lo menciona la CORPEI en su informe *Perfil de Tagua*: “Las exportaciones de tagua son una fuente importante de generación de alternativas de divisas ya que representan el 0.36% de las exportaciones totales”<sup>27</sup>.

Francia es un importador importante de los botones de tagua, puesto que, ocupa el cuarto lugar a nivel mundial. Pero Ecuador, considerado monopolio en la materia prima para la producción de botones de tagua no es su principal proveedor. Ecuador

---

<sup>26</sup> William J. Stanton, *Fundamentos de Marketing*, McGraw-Hill, México, 1973, pg 93

<sup>27</sup> Economista Serna, Paulina, “*Perfil de Tagua*”, [www.ecuadorexporta.org](http://www.ecuadorexporta.org), 2009





exporta los botones a países como: España, Alemania e Italia y estos a su vez son los re-exportadores de Francia, además lideran sus importaciones en este país.

### **3.3. IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO FRANCÉS**

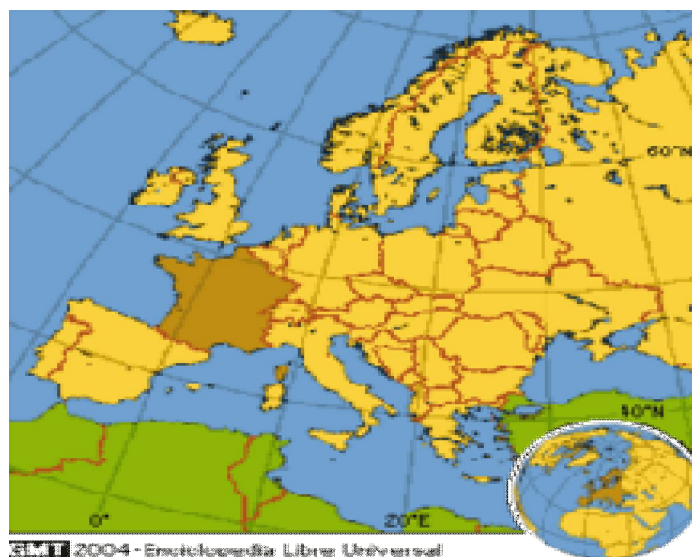
#### **GENERALIDADES DE FRANCIA**

Francia es un país altamente desarrollado económicamente, es considerado un país de primer mundo por su nivel de vida, posee una elevada difusión internacional de su cultura e influyente en el plano geopolítico. Es la sexta economía mundial en término de PIB, miembro de La Unión Europea, de la Zona Euro, del G8 y alberga a muchas de las más importantes multinacionales, líderes en diversos segmentos de la industria y del sector primario.

#### **SITUACIÓN GEOGRÁFICA**

El territorio francés tiene una extensión de 675.417 km<sup>2</sup>, se ubica en Europa Occidental, donde limita, al sur, con el Mar Mediterráneo, el enclave de Mónaco e Italia; al suroeste, con España , Andorra y el Mar Cantábrico ; al oeste, con el Océano Atlántico; al norte, con el Canal de la Mancha, el Mar del Norte y Bélgica , y al este, con Luxemburgo, Alemania (451 km) y Suiza (573 km). Su territorio insular europeo comprende la isla de Córcega, en el Mediterráneo occidental, y diversos archipiélagos costeros en el Atlántico; su capital es París

#### ***Francia Situación Geográfica.***



## PARÍS

### GEOGRAFÍA

París está situado en el norte de Francia, al norte de la gran curva del río Sena. En general, la ciudad es relativamente plana, y la altitud más baja es de 35 metros sobre el nivel del mar.

### ECONOMÍA

París es uno de los motores de la economía mundial, esta región sería la decimoséptima economía más grande del mundo (hasta el 2006), con un PIB casi tan grande como el de los Países Bajos.

Casi la mitad del PIB de la Región de París se genera con el sector empresarial y los servicios financieros. El sector financiero del país se concentra en esta ciudad. La región de París sigue siendo una de las potencias manufactureras de Europa, debido al gran tamaño de su economía, con un cambio de la industria tradicional a la alta tecnología. Su economía se sostiene fundamentalmente en la fabricación de maquinarias de todo tipo. Es de destacar también la producción de artículos de lujo, como alta costura, las joyas y los perfumes. En su puerto sobre el Atlántico en la ciudad de El Havre, moviliza el cuarto mayor volumen de tonelaje en Europa.

### PARÍS CAPITAL MUNDIAL DE LA ALTA COSTURA

Los principales diseñadores del mundo y cientos de marcas de vestuario y accesorios se congregaron en la capital francesa para dar vida a la glamorosa Moda.

París se ha convertido en la capital mundial de la alta costura, con sus múltiples contribuciones a la moda, es así que las prestigiosas marcas como Chanel, Dior y Givenchy prefieren utilizar a París como lugar de encuentro para mostrar sus colecciones, un ejemplo de esto es la Semana de la Moda que se desarrolla en los showrooms, en los cuales se contó con la participación de más de 20 diseñadores. Como se trata de un evento global se dieron cita además cientos de marcas de vestuario y accesorios de más de cien países, congregados en torno al glamour y las tendencias para la próxima temporada.



## *París*



### INFORMACIÓN POLÍTICA

TIPO DE GOBIERNO: República.

PRESIDENTE: Nicolás Sarkozy (desde el 16 de mayo del 2007).

### PARTIDOS POLÍTICOS

Unión por un Movimiento Popular (partido gobernante); Partido Socialista Francés; Movimiento Demócrata; Partido Comunista Francés; Frente Nacional; Partido Radical de Izquierda.

### SISTEMA LEGAL

Sistema de derecho civil con conceptos indígenas; revisión de actos administrativos pero no de los legislativos; no ha aceptado la jurisdicción obligatoria de la Corte Internacional de Justicia.

### PODER EJECUTIVO

El cargo de Jefe de Estado es ejercido por el presidente Nicolás Sarkozy mientras que el Jefe de Gobierno es el primer ministro François Fillon. El Gabinete de



Gobierno está conformado por el Consejo de Ministros, el cual es recomendado por el Primer Ministro y nombrado por el presidente. El presidente es elegido por voto popular para gobernar durante un período de cinco años.

#### PODER LEGISLATIVO

Parlamento bicameral; consiste del Senado y la Asamblea Nacional.

Poder Judicial: Tribunal Supremo de Apelaciones; Consejo Constitucional; Consejo de Estado.

Organizaciones Internacionales: Unión Europea; Naciones Unidas; OTAN; G8; FMI; OMC.

#### POBLACIÓN

París es el centro de un área metropolitana con 11.836.970 habitantes (2007), la primera de la Unión Europea. El tamaño promedio de los hogares ha descendido en París: el declive de la convivencia de las generaciones de adultos y un menor número de hijos por pareja ha sido durante mucho tiempo la principal explicación.

Población: 11.836.970 (est. 2007)

Tasa de Crecimiento de la Población: 0,54% (est. 2009)

Tasa de Mortalidad Infantil: 3,33/ 1000 nacidos (est. 2009)

Expectativa de vida al nacer: 80,98 años (est. 2009)

Tasa de alfabetización: 99 % (2003)

% Educación/ PIB: 5,7% (2005)

#### DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL

La distribución poblacional en el 2009 de Francia es la siguiente: 18,6% de su población está comprendida entre los 0 y los 14 años; el 65% entre los 15 y 64 años; y, el 16,4% es mayor a 65 años. La tasa de natalidad en el país es de 12,57/1000 habitantes, y la mortalidad general se registra en 8,5/1.000 habitantes mientras que la tasa de fertilidad es de 1,98 niño/mujer y la tasa neta de migración es de 1,48 migrantes/1.000 habitantes.



## “PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS”<sup>28</sup>

PIB (Tipo de Cambio oficial): 2,978 billones de dólares. (est. 2008)

PIB per cápita (PPA): 32.700 dólares (est. 2008)

Tasa de crecimiento real: 0,7% (est. 2008)

Tasa de desempleo: 7,4% (est. 2008)

Tasa de inflación (IPC): 1% (est. 2008)

Tipo de cambio: 1USD = 0,6827 (EUR)

Composición PIB por sector:

Agricultura 2,2%,

Industria 20,3%

Servicios 77,4 % (est. 2008)

Distribución del ingreso por deciles: 10% pobre: 3% y 10% más rico: 24,8% (est. 2004)

## TRATADOS INTERNACIONALES

Tratados Internacionales: Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales; Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos; Estatuto de Roma de la Corte Penal Internacional; Protocolo de Kyoto de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.

## OTROS INDICADORES

### PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES

Alemania, España, Estados Unidos, Holanda, Bélgica, Reino Unido e Italia.

---

<sup>28</sup> Coordinación Técnica de Relaciones Internacionales , SENPLADES



## TRANSPORTE

VÍAS FLUVIALES.- Francia metropolitana: 8.500 km (1.686 kilómetros de acceso a las embarcaciones de 3.000 toneladas métricas)

Guayana francés: 3.760 kilómetros (460 km navegables por pequeñas embarcaciones de alta mar y vapores costeros y fluviales, 3.300 kilómetros por el arte nativo) (2006).

PUERTOS Y BAHÍAS.- Bordeaux, Calais, Dunkerque, Le Havre, Marseille, Nantes, París, Rouen, Strasbourg.

La exportación se realizará con destino al puerto Le havre primer puerto francés para el tráfico de contenedores y primero referente al valor de las mercancías tratadas. En lo que concierne al tráfico de contenedores, El Havre es el noveno puerto europeo, tiene muchas ventajas: es el puerto situado más al oeste de la Mancha, el mar más frecuentado del mundo. Puerto de estuario tiene, tras de sí, un hinterland poblado y rico (población de Ruán y de París). Está muy bien comunicado por medio de una amplia red de vías de comunicación: autovías, ferrocarril, canales, ríos.

AEROPUERTOS.- 476 (2007)

### 3.4. BALANZA COMERCIAL

#### BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR-FRANCIA

ECUADOR: Balanza Comercial con Francia

AÑOS: 2005-2009

VALOR: Miles de Dólares

*Tabla 3.1: Balanza Comercial Ecuador-Francia.*

*Cifras en miles de USD.*

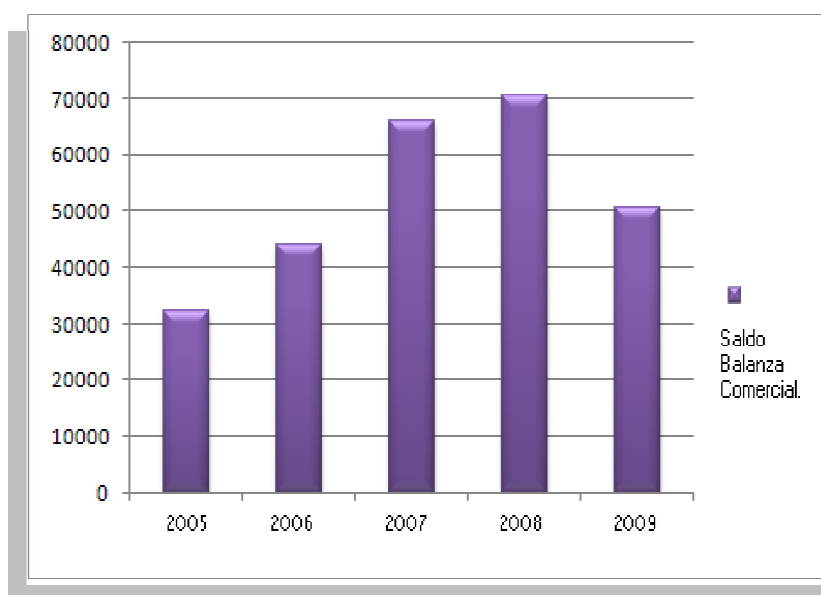
BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR – FRANCIA					
DETALLE	2005	2006	2007	2008	2009
EXPORTACIONES	91476,52	108994,37	138237,98	154656,9	143391,38
IMPORTACIONES	59136,54	65036,59	72067,14	84118,76	92563,13
<b>BALANZA COMERCIAL</b>	<b>32339,98</b>	<b>43957,78</b>	<b>66170,84</b>	<b>70538,14</b>	<b>50828,25</b>

**Fuente:** Banco Central

**Elaboración:** Paola Chiliguano



### ***Balanza Comercial Ecuador-Francia.***



**Fuente:** Banco Central.

**Elaboración:** Paola Chiliguano

Como se puede observar en el cuadro anterior el intercambio con Ecuador- Francia refleja saldos positivos obteniendo un superávit en un valor de 50828.25 millones de dólares para el 2009. La balanza comercial ha sido positiva durante el período de análisis. Debido al crecimiento de las exportaciones desde el 2005.



### 3.5. PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN

#### 3.5.1. PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS

Los sectores que se destacan dentro de la canasta de productos exportables a Francia para el 2010 son:

*Tabla 3.2: Principales Productos Exportados a Francia 2009.*

*Cifras en miles de USD.*

PAIS	SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCIÓN NANDINA	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
FRANCIA	306139100	CAMARONES	12,345.94	61,043.28	36.62
	306139900	LOS DEMÁS	5,906.19	32,992.54	19.80
	1604141000	ATUNES	7,607.77	27,441.12	16.47
	2008910000	PALMITOS	6,814.01	16,284.87	9.77
	603110000	ROSAS	896.17	5,594.31	3.36
	811909900	LOS DEMÁS	189.84	398.49	0.24
	1212200000	ALGAS	19.08	391.98	0.24
	2005991000	ALCACHOFAS (ALCAUCILES)	126.20	328.01	0.20
	6105100000	DE ALGODÓN	0.51	1.73	0.01
	1806900000	LOS DEMÁS	0.20	1.65	0.01
	9033000000	PARTES Y ACCESORIOS, NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE DE ESTE CAPÍTULO	0.03	1.50	0.01
	6202910000	DE LANA O PELO FINO	0.91	1.49	0.01
	6802210000	MÁRMOL, TRAVERTINOS Y ALABASTRO	0.67	1.47	0.01
	3910009000	LAS DEMÁS	0.03	1.46	0.01

**Fuente:** Banco Central

**Elaborado:** Paola Chiliguano





Las cifras que se muestra son positivas para el Ecuador, con un superávit comercial creciente.

Las exportaciones por su parte crecieron en 26%, esta tasa se justifica por el alto crecimiento del año 2005 que llegó al 75%. Entre los sectores cuyo crecimiento destaca, encontramos los siguientes: pescado y crustáceos; preparaciones de hortalizas y frutas; y madera, sus manufacturas y carbón vegetal.

### 3.5.2. PRODUCTOS CON MAYOR CRECIMIENTO

Los productos que más han crecido su nivel de exportación durante el periodo 2003-2008 se encuentran.

*Tabla 3.3: Productos con mayor Crecimiento*

Productos que más han crecido sus exportaciones durante el período 2003 - 2008
Tilapia
Banano
Atunes
Café
Muñecos y muñecas
Quinua
Complementos de vestir
Tarjetas postales impresas

**Fuente:** Banco Central del Ecuador / SENPLADES (2009)

**Elaborado:** Senplades

Los productos que lideran los productos con mayor crecimiento entre el año 2003 al año 2008 son productos de actividad económica primaria. Dentro de estos productos se encuentran los complementos de vestir los cuales ocupan el séptimo lugar, una oportunidad que se debe aprovechar, ofreciendo productos terminados y con valor agregado para ascender de lugar y liderar las exportaciones al mercado de Francés.



### 3.6. ESTRUCTURA DEL MERCADO

#### 3.6.1 PROVEEDORES.

Nuestros proveedores serán las industrias fabriles ecuatorianas de botones de tagua de buena calidad, que ofrecen una infinita gama de colores y modelos que sean elaborados en máquinas automáticas de alta tecnología y manualmente por personas especializadas, para de esta manera ofrecer la mejor calidad a nuestros clientes. La mayor parte de nuestros proveedores se ubican en Manabí y Pichincha, zonas productivas de tagua en el Ecuador.

**Tabla 3.4: Industrias Ecuatorianas de Botones de Tagua**

PROVEEDORES	CIUDAD
BOTOTAGUA CIA. LTDA.	MANTA
BONANZA S.A.	MANTA
CONSORCIO COROZO ECUADOR	MANTA
BOTONERA DEL PACIFICO	MANTA
COROZO BLANKS SCC	QUITO
ECUACOROZO S.A.	MANTA
INMOCA Y S.A.	MONTECRISTI
EUROTAGUA S.A.	MANTA
MBEXPORT S.A.	MANTA
PONTARES S.A.	MANTA
SOCIOS & TAGUA CIA LTDA	MANTA
TAGANIMELA EXPORT S.A.	MANTA
SOLTAGUA CIA LTDA	MANTA

**Fuente:** Banco Central (2009-2010), Investigación Propia

**Elaborado:** Paola Chiliguano



### 3.6.2. CLIENTES.

Nuestros principales clientes para los botones de tagua son las grandes industrias relacionadas con la moda en Francia-París, así como también las tiendas de accesorios para confección de prendas de vestir; que toman conciencia sobre la necesidad de ofrecer colecciones que capten la atención del consumidor con la nueva tendencia ecológica.

La CORPEI, como ente gubernamental, ayuda en la exploración de potenciales clientes dentro del mercado francés para la iniciación de lazos comerciales con nuestra empresa.

Nos encargaremos de hacer el contacto en el exterior con la persona, ya sea natural o jurídica, que se encargará de la importación del producto.

Estos contactos con el exterior son posibles de varias maneras, una de estas son las ferias internacionales donde se presentan los productos al mercado internacional utilizando por un lado la imagen país y por otro lado la imagen corporativa específica. Las ferias permiten concentrar a la oferta y a la demanda en un mismo sitio. Es de esta forma como varios sectores ecuatorianos han logrado abrirse puertas a nivel internacional.

Francia abre sus puertas a varios ofertantes para satisfacer a los consumidores finales, permitiendo desfiles y ferias de accesorios para las prendas de vestir de alta costura, entre estos los botones de tagua. Lo que representa una oportunidad para los ecuatorianos. “Los más importantes salones profesionales de moda y accesorios tienen lugar en torno a los desfiles de alta costura que se suceden en París dos veces al año: en primer lugar en el mes de febrero o marzo, con motivo de la presentación de las colecciones de otoño invierno del año próximo y, en segundo lugar, en el mes de octubre para presentar las de primavera verano. Alrededor de mil marcas internacionales se reunieron desde finales de febrero a primeros del mes de marzo del 2010, repartidas en 11 ferias y showrooms de la capital”.<sup>29</sup>

---

29

<http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,00.bin?doc=4195811>



Otra estrategia que se utilizará para entablar contacto con posibles compradores son las publicaciones en revistas especializadas y la creación de páginas web con información de la empresa, catálogo de productos y formas de emprender negocios. Estas páginas incluyen formas de pago, condiciones generales de la venta, especificaciones sobre el seguro a contratarse, el incoterm a ser utilizado, etc. Esta nueva forma de hacer negocios es muy útil ya que vuelve más ágil cualquier emprendimiento comercial.

Los clientes potenciales con los que se pretende trabajar se detallan a continuación, los mismos que han mostrado interés en el producto, tratando de conseguir contactos en Ecuador para su posterior compra, según la CORPEI. El resto de los clientes potenciales se mostrarán posteriormente en los anexos.

**Tabla 3.5: Clientes Potenciales.**  
EMPRESAS EN PARÍS– FRANCIA

EMPRESA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
BROCHOT	39130-Pont de Poitte	33 8 44 83 14 6
CREPIN-PETIT S.A.	80370Bernantle	32 2 32 7 8 5 2
ACCOSTAGES	4 Rue Saint Nicolas 75012	33 1 44 87 03 36
ALAIN D IF ESOPE	30 Rue Boyer 75020	33 1 43 58 77 39
ALPHA MODE ACCESSOIRES	17 Rue Paul Bert 75011	33 1 43 79 28 09
ANAIS	27 Quai De La Seine 75019	33 1 44 72 30 01
ARTNUPTIA	32 Rue Notre Dame Victoires 75002	33 1 42 36 06 75
AVANEZ	193 Rue Saint Denis 75002	33 1 42 36 28 98
BATUCADA	21 Rue De Madrid 75008	33 1 46 03 26 18
BEST FOULARDS	26 Rue Beaubourg 75003	33 1 42 78 98 88
BOCCARA CECILE	48 Rue Des Petites Ecuries 75010	33 1 48 24 22 06
BRONZES ANTIQUES	7 Rue Saint Nicolas 7 9 75012	33 1 43 40 69 05

**Fuente:** CORPEI Anexo 2

**Elaborado:** Paola Chiliguano

Los clientes potenciales han detallado algunas exigencias con respecto a los botones de tagua, para cumplir con las tendencias y novedades a través de las distintas ferias y showrooms que se han desarrollado en torno a los accesorios de las prendas de vestir de alta costura.



## CARACTERÍSTICAS DE COMPRA Y HÁBITOS DE COMPRA

Las industrias relacionadas con la moda, importan según las tendencias de sus consumidores que adquieren las prendas de vestir en sus localidades, respaldadas por prestigiosos diseñadores que ofrecen variedad en sus colecciones.

“Exigencias del Producto para su Comercialización.”<sup>30</sup>

Las tendencias de nuestro mercado insiste en una interacción duradera entre la ecología y la estética, para elaborar productos excepcionales.

### ÉTICA:

Predomina la preocupación por la ecología y la industria textil por lo tanto la tendencia del mercado son materiales respetuosos con la naturaleza.

### DISCRECCIÓN Y DELICADEZA:

Acabados finos y colores cálidos como el amarillo, el rojo, el naranja y la púrpura en menor medida dan sensación de actividad, de alegría, de dinamismo, de confianza y amistad. Son los que predominan en el mercado.

### TENDENCIAS GRÁFICAS

Brillos: Se despliegan con brillos nacarados, perlados y juegan con los contrastes de colores.

### DETERMINACIÓN DE LAS CONDICIONES EN QUE ESTAS DEBEN SER SATISFECHAS

“TENDENCIAS DE ACCESORIOS”<sup>31</sup>

La coyuntura económica no ha mermado la moral de los diseñadores sino al contrario, han respondido a la crisis con un impulso creativo que no rechaza ningún

---

<sup>30</sup><http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,00.bin?doc=4195811>

<sup>31</sup><http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,00.bin?doc=4212091>



lujo, ningún juego de materiales ni pieza preciosa alguna. Esta temporada los accesorios defienden su personalidad y reivindican un alma.

- Hipersofisticación

Donde las piezas más llamativas aparecen en primer plano. Destaca además la opulencia y la feminidad.

### 3.6.3 COMPETENCIA.

Como competencia indirecta se tendría las 36 empresas exportadoras dedicadas a exportar tagua y anímelas, representando por “El 95% de la oferta de tagua de Ecuador hacia el mundo está representada por estas empresas exportadoras”.<sup>32</sup>

Como competencia directa se tendría el 5% restante de la oferta exportable representado por empresas exportadoras de botones de tagua.

## INTERNACIONAL

“Ecuador es el único productor de botones de tagua de alta calidad a nivel mundial. Pese a que en países como: Perú, Costa Rica, Panamá, Colombia y Brasil se intenta fabricar la pepa de tagua, esta es porosa en el interior”<sup>33</sup>. A nivel mundial Ecuador no tiene competencia con respecto a la materia prima de los botones, puesto que, se ha caracterizado por ser el único país que posee tagua en cantidades exportables y de buena calidad.

En cuanto a los botones de tagua (producto final) Ecuador no tiene competencia que sea significativa a nivel mundial, puesto que nosotros somos quienes tenemos la materia prima, pero existen países re-exportadores quienes afectan a nuestra demanda francesa.

---

<sup>32</sup> [www.ecuadorexporta.org](http://www.ecuadorexporta.org)

<sup>33</sup> <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/la-venta-de-botones-de-tagua-14175-14175.html>



**Tabla 3.6: Principales Mercados Proveedores para un producto importado por Francia**  
**Miles de USD**

Exportadores	Valor importada en 2005	Valor importada en 2006	Valor importada en 2007	Valor importada en 2008	Valor importada en 2009
Mundo	11108	13768	16275	15741	11274
Italia	7161	8449	10394	10182	7800
Alemania	513	776	1246	1068	727
España	355	436	126	240	475
China	473	660	1060	710	425

**Fuente:** Trademap

**Elaborado:** Paola Chiliguano

Los principales exportadores de los botones de tagua hacia el mercado francés son: Italia con 7800 miles de USD, le sigue Alemania con 727 miles de USD y España con 475 miles de USD principalmente para el 2009. Estos países considerados los principales proveedores para Francia, no poseen de la materia prima (tagua).

Italia, Alemania y España son los principales importadores de botones de tagua de origen ecuatoriano, es decir, son re-exportadores para el mercado francés.

### **3.7. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE LOS BOTONES DE TAGUA EN FRANCIA.**

#### **3.7.1. MERCADO META DEL PROYECTO**

Ecuador tiene recursos que deberían ser aprovechados al máximo, demostrando una capacidad muy alta de producir y comercializar productos diferentes al petróleo y sus derivados. Esta capacidad debe ser desarrollada mediante estudios que demuestren que iniciativas como estas son posibles. El beneficio de estas iniciativas comerciales se multiplica si se le otorga algún valor agregado al producto a comercializarse. La



exportación de botones de tagua a Francia fue una realidad en el pasado, pero hay mucho por mejorar en este proceso para captar más consumidores en el futuro.

Nuestro mercado meta es Francia, puesto que, es a un país considerado uno de los principales importadores a nivel mundial de los botones de tagua y sus cifras van en aumento.

La exportación de los botones de tagua, considerando que es un elemento ecológico que marca una nueva tendencia en la moda, se hará a París capital de Francia, que es uno de los motores de la economía mundial. El sector de la moda francés se mueve mayoritariamente en esta ciudad que se caracteriza por ser la capital de la moda, un mercado interesante para el producto en estudio.

La industria de la moda en general ha encontrado en el plástico una herramienta que satisface las necesidades, sin embargo, la alta costura requiere de productos de calidad y duración superior para un nicho de mercado exclusivo como el nuestro.

### 3.7.2. FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA

Si bien es cierto que la demanda de Francia sigue en aumento para otros países que son re-exportadores de los botones. Ecuador país productor no es beneficiado por este crecimiento en su consumo. Esta causa principalmente se debe a uno de los factores mencionados por Chain Nassir en su texto Preparación y Evaluación de Proyectos: “la cantidad demanda de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio los bienes sustitutos u complementarios y de las preferencias del consumidor”<sup>34</sup> la demanda se ve afectada principalmente por la falta de planificación, organización y control de la producción que permita mantener una oferta estable. Causando que nuestra demanda disminuya cada vez más por preferir a ofertantes más seguros, pero que son re-exportadores.

---

<sup>34</sup> Nassir, Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, pág28.





### 3.7.3. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Ecuador, está iniciando sus exportaciones al mercado francés, es por esto que, durante el período que nos muestra la tabla las importaciones de Francia al Ecuador se registran cifras inestables. Pero sabemos que Francia es un mercado potencial, puesto que, sus importaciones al mundo registran un aumento significativo en el 2007 donde sus importaciones fueron de 16275 miles de USD valor FOB. Para el 2008 se registra una disminución de la demanda, pero sin embargo es una demanda interesante para nuestro proyecto.

*Tabla 3.7: Importaciones de botones de tagua de Francia  
Miles de USD.*

Exportadores	Valor importada en 2005	Valor importada en 2006	Valor importada en 2007	Valor importada en 2008
Mundo	11108	13768	16275	15741
Ecuador	2	24	8	0
%	0,018	0,174	0,049	0,000

**Fuente:** Trademap

**Elaboración:** Paola Chiliguano

### PROYECCIÓN

Para la proyección de la demanda utilizaremos el método de mínimos cuadrados, puesto que, la relación importación-años sigue un modelo lineal:

La recta del modelo lineal está dada por la ecuación:

$$Y_i = bX_i + c^{35}$$

---

<sup>35</sup> Barreno, Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyecto, Primera Edición, 200, pág31.



Donde:

$i$  = Posición

$X$  o  $X_i$  = Tiempo (años)

$Y_i$  = Toneladas importadas de Francia a Ecuador

$b$  = Determina la pendiente de la recta

$c$  = Coeficiente de posición

La suma del Factor tiempo es igual a cero, puesto que el año base es el 2007

$n$  = número de años

$$\sum X_i = 0$$

$$1) \sum Y_i = b \sum X_i + nc$$

$$2) \sum X_i Y_i = b \sum X_i^2 + c \sum X_i$$

$$\sum Y_i = b(0) + nc$$

$$\sum X_i Y_i = b \sum X_i^2 + c(0)$$

$$\sum Y_i = nc$$

$$b = \frac{\sum X_i Y_i}{\sum X_i^2}$$

$$c = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Teniendo los datos procedemos a los cálculos en el siguiente cuadro.

*Toneladas Importadas de Francia desde el Ecuador*

*Tabla 3.8: Resultados para Método de mínimos cuadrados.*

AÑO	$Y_i$	$X_i$	$X_i Y_i$	$X_i^2$	$Y_i^*$
2005	0,13	-2	-0,26	4	0,042
2006	0,1	-1	-0,1	1	0,086
2007	0,02	0	0	0	0,13
2008	0	1	0	1	0,174
2009	0,4	2	0,8	4	0,218
$\Sigma$	<b>0,65</b>	<b>0</b>	<b>0,44</b>	<b>10</b>	

$$c = \frac{\sum Y_i}{n} \quad 0,13$$

$$b = \frac{\sum X_i Y_i}{\sum X_i^2} \quad 0,044$$



Procedemos a proyectar las importaciones en toneladas de Francia a Ecuador desde el año 2010 hasta el 2015

**Tabla 3.8.1: Resultados de la Proyección de la Demanda**

**TM**

AÑO	Yi*
2010	0,262
2011	0,306
2012	0,35
2013	0,394
2014	0,438
2015	0,482

**Fuente:** Banco Central.

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

Donde:

**Yi\*** = Importaciones estimadas en toneladas según el año

Según la tabla anterior, las importaciones de los botones de tagua tienen una tendencia al alza.

### **3.8. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE LOS BOTONES DE TAGUA**

#### **3.8.1. CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA**

Hemos determinado la oferta de acuerdo al concepto José Jany quien en su serie económica nos indica que es: “el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios”,<sup>36</sup>

Los exportadores tienen una oferta que actúa en un mercado oligopolista puesto que, “actúan en mercados en los que hay pocas empresas”<sup>37</sup>, la oferta de los botones esta

---

<sup>36</sup> Jany, Jose, Investigación Integral de Mercados, Segunda Edición.



bajo el control de pocas fabricas, quienes hasta la actualidad no tienen un control en sus actividades productivas, puesto que, la Asociación de Productores y exportadores de elaborados de Tagua ASOTAGUA que es una organización privada, sin fines de lucro, cuyo principal objetivo es la mejora continua de todos sus procesos productivos, en base a capacitación e investigación con el fin de obtener un producto que cumpla con la calidad requerida por los mercados más exigentes del mundo, está iniciando sus actividades. Con el avance de los objetivos propuestos por esta organización se cree que se formara un cartel para ayudar con el crecimiento de la exportación de botones como lo menciona Peter Pashigion en su obra: “formar un cartel cuyo propósito sea reducir el volumen de producción para elevar el precio, pero para que esta tenga éxito tiene que ser capaz de limitar la entrada de nuevas empresas”.<sup>38</sup> De esta manera determinar el volumen de producción total de la industria y combatir la idea que sostienen algunos productores “la actual situación comercial de la tagua no es rentable como años atrás, especialmente, por el precio que se paga por el quintal.”<sup>39</sup> y regularizar el mercado puesto que existe una competencia interna con el precio de la tagua.

### 3.8.2. FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA

En la actualidad la Dirección de Desarrollo Económico (DDE), desarrolla uno de sus principales proyectos y programas productivos en ejecución. El fortalecimiento de la cadena de la tagua (producción de botones), su grupo meta son Productores de anímelas, artesanías y bisutería de la Provincia de Manabí. Este organismo básicamente, buscará:

- “Poner en ejecución mecanismos efectivos de comercialización asociativa de la producción de anímelas, artesanías, botones y productos de bisutería de la tagua;

---

<sup>37</sup> Pashigion, Peter, Teoría de los Precios y Aplicaciones, Mc Graw-hill, USA, Copyright MCMXCV, 1996, pag370.

<sup>38</sup> Pashigion, Peter, obra ya citada, pg372.

<sup>39</sup><http://www.telegrafo.com.ec/economiasolidaria/noticia/archive/economiasolidaria/2009/03/30/La-tagua-diversifica-al-agro.aspx>



- El desarrollo socio-empresarial de los beneficiarios del Proyecto en manejo de mercados, procesamiento y agregación de valor a la producción.
- La capacitación a los productores en la comercialización.”<sup>40</sup>

Para alcanzar el desarrollo exitoso del sector de la tagua, donde se involucra a los botones. Este proyecto está financiado por el MIPRO, CPM y los BENEFICIARIOS. De esta manera iremos superando los problemas que afectan a nuestra oferta.

## CAPACIDAD DE FABRICACIÓN

Limitada disponibilidad de mano de obra calificada, la mayoría de recolectores de tagua (materia prima para los botones) no se dedican a la actividad productiva de tiempo completo, porque, quienes conforman el equipo de mano de obra son madres de familia o estudiantes que no disponen de su tiempo completo para esta actividad. El stock también es un problema para esta actividad productiva, puesto que, cuando existen grandes cantidades de producción no hay suficientes bodegas para almacenar el producto o se queda almacenada y se estanca la producción así como también se deteriora por la falta de canales de distribución apropiados.

## CAPACIDAD ECONÓMICA

La mayoría de artesanos no tienen la posibilidad de acceder a créditos bancarios y recurren a prestamistas informales, como resultado la falta de recursos monetarios para emprender con la actividad productiva.

## CAPACIDAD ADMINISTRATIVA DE EXPORTACIÓN Y CONCIENCIA EXPORTADORA.

La falta de formar, implementar y evaluar las decisiones inter funcionales no permite que los artesanos alcancen los objetivos planteados para el futuro. Haciendo de este negocio fructífero un negocio que ya no interesa a muchos. Si antes era un tesoro que

---

<sup>40</sup> Dirección: Olmedo y Córdova, Edificio “Banco la Previsora” Sexto Piso Oficina 603  
pág. Web <http://www.redet.info/redif/pg/pages/view/566/>



todo el mundo buscaba a nivel mundial y que solo Ecuador tiene; lo hemos perdido poco a poco por la falta de conocimiento y administración estratégica que obliga a que la organización prepare planes estratégicos y actué conforme a ellos.

Con los factores antes mencionados concluimos que se debe superar los inconvenientes a los que se enfrenta el mercado para poder incrementar la producción. Por consiguiente se estima necesario mantener esos niveles de producción, pues los problemas planteados difícilmente pueden ser resueltos a corto o mediano plazo.

Con el apoyo de la Dirección de Desarrollo Económico (DDE) y la puesta en marcha de su proyecto, la exportación de botones de tagua (un bien con valor agregado) ayudará al crecimiento de las exportaciones ecuatorianas.

### 3.8.3. OFERTA ACTUAL DEL PRODUCTO

Las exportaciones ecuatorianas de los botones de tagua a Francia y al mundo en toneladas así como también las importaciones mundiales de Francia de este producto son:

**Tabla 3.9: Exportaciones Ecuatorianas de los Botones de Tagua a Francia y al Mundo**  
*TM*

Años	Exportaciones Ecuador		Importaciones Mundo
	Francia	Mundo	Francia
2004	0	6,79	206
2005	0,13	21,08	211
2006	0,1	151,00	215
2007	0,02	208,38	281
2008	0	188,15	267

**Fuente:** Banco Central/ Trademap

**Elaboración:** Paola Chiliguano



Como podemos observar en el cuadro anterior, las toneladas exportadas a Francia son mínimas e inestables con el pasar de los años. Para el 2007 tenemos 0.02 toneladas y para el 2008 no se registra datos, es decir, no se exportó; esto se debe porque:

Las exportaciones de los botones de tagua ecuatorianos (como producto terminado) a Francia, están iniciando sus actividades.

Países como: Italia, Alemania y China importan desde el Ecuador anímelas (disco para la elaboración de los botones de tagua) para luego de un proceso de transformación exportarlos como los botones terminados.

España importa temporalmente botones de tagua ecuatorianos para reexportarlos en el mismo estado a Francia.

Italia, Alemania, China y España han logrado posicionarse en el mercado francés, es por esto, que son los principales proveedores de los botones de tagua para este país. Pero estos no son fabricantes de las anímelas ni de los botones como es el caso de España. Sin embargo, en nosotros esta cambiar esto, aumentando la calidad del producto y mostrando una administración eficiente en todo el proceso productivo de los botones, para de esta manera eliminar a estos países que no son competencia, puesto que, nosotros tenemos la materia prima (la tagua) para elaborar los botones.

#### 3.8.4. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Teniendo los datos procedemos a los cálculos en el siguiente cuadro.

Donde:

$i$  = posición

$X$  o  $X_i$  = Tiempo (años)

$Y_i$  = Toneladas Exportadas de Ecuador al Mundo

$b$  = Determina la pendiente de la recta

$c$  = Coeficiente de posición



**Toneladas Exportadas de Ecuador al Mundo**

**Tabla 3.10: Resultados para Método de Mínimos Cuadrados.**

AÑO	Yi	Xi	XiYi	Xi <sup>2</sup>	Yi*
2005	21,08	-2	-42,16	4	87,74
2006	151,00	-1	-151	1	114,22
2007	208,38	0	0	0	140,71
2008	188,15	1	188,15	1	167,19
2009	134,93	2	269,86	4	193,68
<b>Σ</b>	<b>703,54</b>	<b>0</b>	<b>264,85</b>	<b>10</b>	

$$c = \sum Y_i / n \quad 140,708$$

$$b = \frac{\sum X_i Y_i}{\sum X_i^2} \quad 26,485$$

Procedemos a proyectar las exportaciones en toneladas de los botones de tagua del Ecuador desde el año 2010 hasta el 2015

**Tabla 3.10.1: Resultados de la Proyección de la Oferta**

**TM**

AÑO	Yi*
2010	220,16
2011	246,65
2012	273,13
2013	299,62
2014	326,10
2015	352,59

**Fuente:** Banco Central

**Elaboración:** Paola Chiliguano

Donde:

**Yi\*** = Son las exportaciones estimadas en toneladas según el año

### 3.10. CONSUMO APARENTE

“Se refiere a la Demanda estimada para un periodo establecido y se elabora cuando no existen datos de la Demanda Histórica, la estimación se basa en datos anuales de Producción, exportación e importación del bien en estudio. Este análisis se realiza





indirectamente a través del consumo real o efectivo de un bien específico”<sup>41</sup>. Para fines de cálculo se emplea la siguiente relación:

$$C_a = P + I - X$$

Donde:

C= Consumo Aparente.

P= Producción Nacional.

I= Importaciones

X=Exportaciones

Gracias a las variables antes analizadas podemos concluir que Francia no es un país productor, razón por la cual, importa para su consumo y para la reexportación del producto en estudio.

**Tabla 3.11: Demanda a Futuro de Francia.**  
**2005-2015 TM**

AÑOS	PRODUCCIÓN NACIONAL	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	CONSUMO APARENTE
2005	0	211,4	30,8	180,6
2006	0	218,2	32,3	185,9
2007	0	225	33,8	191,2
2008	0	231,8	35,3	196,5
2009	0	238,6	36,8	201,8
2010	0	245,4	38,3	207,1
2011	0	252,2	39,8	212,4
2012	0	259	41,3	217,7
2013	0	265,8	42,8	223
2014	0	272,6	44,3	228,3
2015	0	279,4	45,8	233,6

**Fuente:** Banco Central/ Trademap

**Elaboración:** Paola Chiliguano

Como podemos observar las importaciones que va hacer Francia seguirá creciendo a un ritmo constante, lo cual nos indica que existe la posibilidad de aumentar la oferta exportable que mantiene Ecuador con el mundo.

<sup>41</sup> <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno.html>



## **4. CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO**

Los aspectos que se estudiarán en este capítulo, serán necesarios para obtener un proceso operativo óptimo que utilice los recursos disponibles. Este estudio es de mucha importancia, ya que, tiene una gran incidencia sobre la magnitud de los costos e inversiones que deberán realizarse si se implanta el proyecto.

### **4.1. OBJETIVO**

Determinar el tamaño, la localización apropiada, identificar el proceso operativo de la organización y el modelo organizacional necesario desde el punto de vista físico y financiero.

### **4.2. LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO DEL PROYECTO**

#### **4.2.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La determinación de la localización óptima del proyecto contribuirá a lograr una mejor tasa de rentabilidad, teniendo por objetivo principal determinar en donde se instalará el proyecto, para establecerlo utilizaremos el método cualitativo por puntos.

#### **MACRO LOCALIZACIÓN**

Se identificará en forma general en qué lugar se ubicará el proyecto. Manabí y Pichincha serán las provincias seleccionadas como alternativas de instalación, las mismas que se comparan en función de factores relevantes a la localización, las cuales son:



**Tabla 4.1: Selección de la alternativa óptima (Método Cualitativo por Puntos)**

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	MANABÍ		PICHINCHA	
		CALIF.	CALIF. PONDERADA	CALIF.	CALIF. PONDERADA
*Materia Prima	0,25	9	2,25	5	1,25
*Disponibilidad de la M.O.	0,2	9	1,8	8	1,6
*Medios y Costos de Transporte	0,3	8	2,4	7	2,1
*Cercanía Puerto de Embarque	0,25	9	2,25	6	1,5
	<b>1</b>		<b>8,7</b>		<b>6,45</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaboración:** Paola Chiliguano

#### SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA ÓPTIMA

La provincia de Manabí, en base a los factores relevantes asignados a logrado superar a la provincia de Pichincha. La calificación a cada sitio potencial se realizó con imparcialidad y sin tratar de influir en el resultado.

#### MICRO LOCALIZACIÓN.

Se ha considerado que la micro localización estará en función de la facilidad de entrega del producto por parte de nuestros proveedores y la cercanía que se tenga para realizar las formalidades legales, aduaneras, financieras, etc.

**Tabla 4.2: Selección de la alternativa óptima (Método Cualitativo por Puntos)**

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	Manta		Montecristi	
		CALIF.	CALIF. PONDERADA	CALIF.	CALIF. PONDERADA
*Medios y Costos de Transporte	0,15	8	1,2	8	1,2
*Cercanía Puerto de Embarque	0,2	9	1,8	8	1,6
*Cercanía de las fuentes de abastecimiento	0,25	8	2	8	2
*Servicios Básicos	0,15	9	1,35	7	1,05
*Infraestructura	0,25	8	2	7	1,75
	<b>1</b>		<b>8,35</b>		<b>7,6</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaboración:** Paola Chiliguano



La ubicación de la empresa será a las afueras de Manta, esta ubicación presenta facilidades de acceso para transportar el producto al puerto de embarque, a demás de ser un sitio óptimo para la localización del proyecto.

### *Ubicación de la Organización.*



## 4.2.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

### FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

#### MERCADO

La cantidad demandada proyectada a futuro es el factor que condiciona el tamaño del proyecto.

En el Estudio de Mercado determinamos que Francia es un mercado atractivo, observando que su demanda mundial proyectada tiende al alza.



Se pretende cubrir el 11.42% de la demanda futura del mercado francés proyectado para el 2010, dirigido principalmente a París, puesto que la cifra inicial recomendada por los exportadores y productores de tagua es de 23.64 toneladas<sup>42</sup>, según Andrea Iturralde persona responsable del proyecto del sector tagua.

El proyecto consiste en la compra de 130 000 gruesas. Una gruesa es una cantidad de artículos equivalente a doce docenas (12×12=144). Es una medida que se emplea en mercería o bisutería sin embargo en el mercado francés se estandariza una gruesa con 150, puesto que, los 6 botones restantes son para cubrir los productos defectuosos. Las 130 000 gruesas equivalen a 525.25 quintales, conociendo que 5.5 gruesas pesan un kilo, los cuales se pretende adquirir a los diferentes proveedores en la ciudad de Manta, detallados anteriormente en el Estudio de Mercado, para iniciar el proyecto y cubrir una parte de la demanda francés dirigido principalmente a París, en el primer año.

Para los años siguientes se pretende aumentar la compra, de acuerdo a la tendencia de la demanda.

UNIDAD DE MEDIDA	EQUIVALE	BOTONES
1 Gruesa	150 botones	
130000	150	<b>19500000</b>

UNIDAD DE MEDIDA	PESO
5,5 Gruesas	1 KILO
130000	<b>23636.36 KILOS</b>

TONELADA	KILOGRAMOS
1	1000
<b>23,64</b>	23636,36

QUINTAL	KILOGRAMOS
1	45
<b>525,25</b>	23636,36

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaboración:** Paola Chiliguano

<sup>42</sup> Nombre del responsable del área: Eco Antonio González Limongi.



## DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO TERMINADO

Ecuador cuenta con diferentes productores de botones de tagua tanto en la Costa como en la Sierra, que ofrecen calidad de exportación. Además la tagua es un producto lleno de atributos que solo Ecuador posee, esta mercadería puede comercializarse y producirse fácilmente. Es tanto así que según la Corpei “la tagua no es explotada de una forma adecuada provocando cosechas a veces innecesarias, lo que con lleva a un desperdicio de fruto”. Pero gracias a la Dirección de Desarrollo Económico (DDE), a cargo del Eco. Antonio González Limongi, organismo preocupado por los problemas del sector tagua (producto final botones), se está controlando y superando a medida que se desarrolla el proyecto.

## MANO DE OBRA

Disponemos de la Mano de obra adecuada para el proyecto, sin embargo la capacitación en las diferentes fases del proyecto será necesaria para el personal.

## FINANCIAMIENTO

Se determinó que lo más apropiado para emprender el proyecto es la aportación propia, así como también el financiamiento de fuentes externas como la Corporación Financiera Nacional del Ecuador (entidad que estimula la inversión e impulsa el crecimiento económico sustentable y la competitividad de los sectores productivos y de servicio del Ecuador)” o instituciones financieras y entidades por parte del Estado que fomenten las exportaciones.

## DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO.

La meta del proyecto será cubrir la exportación de las 130 000 gruesa con un peso de 23636.36 kg, para lo cual, se deberá analizar los siguientes factores.



## SACO

SACO	GRUESAS
1	150

### Medidas de un saco

Capacidad Cúbica= Ancho x Largo x Altura

CC= 60 cm x 43 cm x 60 cm

CC =154800 cm<sup>3</sup>

**CC= 0.155 m<sup>3</sup>**

### Peso de un saco

SACO	PESA kg
1	27,29


Peso Bruto = Peso Neto + Peso del Embalaje

= 27,19 kg + 0,100 kg

**= 27,29 kg**

*Tabla 4.3: Contenedor de 40' para Carga Seca.*

CONTENEDOR PARA CARGA SECA 40' X 8' X 8'6" 0 9'6"			
Capacidad Cúbica	67,23m <sup>3</sup>		
<b>Capacidad de Carga kg</b>			
Peso Máximo de Carga	26.681		
Tara del Contenedor	3.801		
Peso Grueso Máximo	30.482		
<b>Internas mm</b>		<b>Externas mm</b>	
Largo	12.025	Largo	12.192
Ancho	2.350	Ancho	2.438
Alto	2.386	Alto	2.590



**Fuente:** SudAmericaca de Vapores.

**Elaboración:** Paola Chiliguano



## Capacidad Cúbica

Capacidad Cúbica = 67.23 m<sup>3</sup>

67.23 m<sup>3</sup> / 0.155 m<sup>3</sup> = 433 sacos

SACOS	GRUESAS	Pedido Mínimo Referencial Gruesas
433	150	65000

433 sacos x 150 gruesas = 65000 gruesas (Pedido Mínimo Real)

Pedido Real =  $\frac{\text{Pedido Referencial}}{\text{Pedido Mínimo Real}}$  = N° CONTENEDORES

PEDIDO REAL	PEDIDO MÍNIMO REFERENCIAL	N° CONTENEDORES
130000	65000	2

Pedido Real = 130000 / 65000 = 2 Contenedores

Para cubrir la oferta del proyecto se necesitará 2 contenedores de 40´

Las 65000 gruesas x 2 contenedores = 130000 gruesas.

## Capacidad de Carga

PGM=PMC+TC

30.482 = **26.681** + 3.801

Donde:

PMG= Peso Grueso Máximo

PMC= Peso Máximo de Carga.

TC= Tara de Contenedor.





El contenedor de 40' para carga seca, tiene capacidad de carga suficiente para transportar los 23636.36 kg que pesan las 130 000 gruesas en un solo contenedor, pero se debe tomar en cuenta la capacidad cubica del contenedor.

Los 27,29 kg que pesa cada saco x 433 sacos que se enviará de acuerdo a la capacidad cúbica es igual a 11818,30 kg x 2 contenedores 23636.36 kg.

SACO	1 saco PESA kg	T. PESO POR ENVIO kg
433	27,294	11818,302

PESO DE UN ENVIO	CONTENEDORES	TOTAL PESO kg
11818,302	2	23636,604

#### ENVIO ANUAL

Se enviará un contenedor cada seis meses al año, es decir, dos contenedores de 40' pies al año.

#### PRIMER ENVÍO

Se despachará 433 sacos de 150 gruesas en nuestro primer envío

SACOS	GRUESAS	TOTAL GRUESAS
433	150	65000

SACO	PESA	T. PESO POR ENVIO kg
433	27,294	11818,302

### 4.3. ESTRUCTURA DE LA COMPAÑÍA

Para la comercialización y exportación de los botones de tagua desde la provincia de Manabí en el Ecuador hacia Francia (París), existe la posibilidad de conformarse como una compañía limitada, puesto que existen mayores posibilidades de encontrar apoyo y asesoría.



La organización será simple, ya que inicialmente se pretende localizar la comercialización hacia un nicho de mercado no explotado, para posteriormente diversificarnos conforme evolucionemos en el mercado.

Los órganos que darán vida a la sociedad son dos: la junta general, que es la reunión de los socios; y el órgano de administración que es a quien corresponde la gestión y representación de la sociedad.

#### JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Estará conformado por tres socios que responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

Los mismos que serán un órgano deliberante que expresa en sus acuerdos la voluntad social y cuya competencia se extiende fundamentalmente a los siguientes asuntos:

- Aprobación de cuentas anuales
- Ingreso o salida de los miembros de la entidad.
- Planificar políticas que guíen a la entidad.
- Aumento o disminución del capital social.
- Disolución de la sociedad.

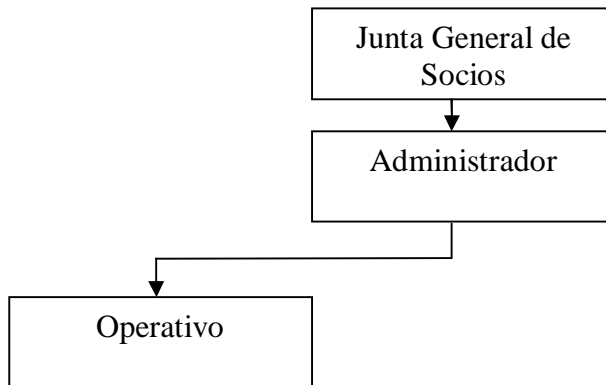
#### ADMINISTRADOR

Órgano ejecutivo-representativo encargado de organizar y dirigir, que llevará a cabo la gestión administrativa diaria de la empresa social y la representación de la entidad en sus relaciones con terceros.

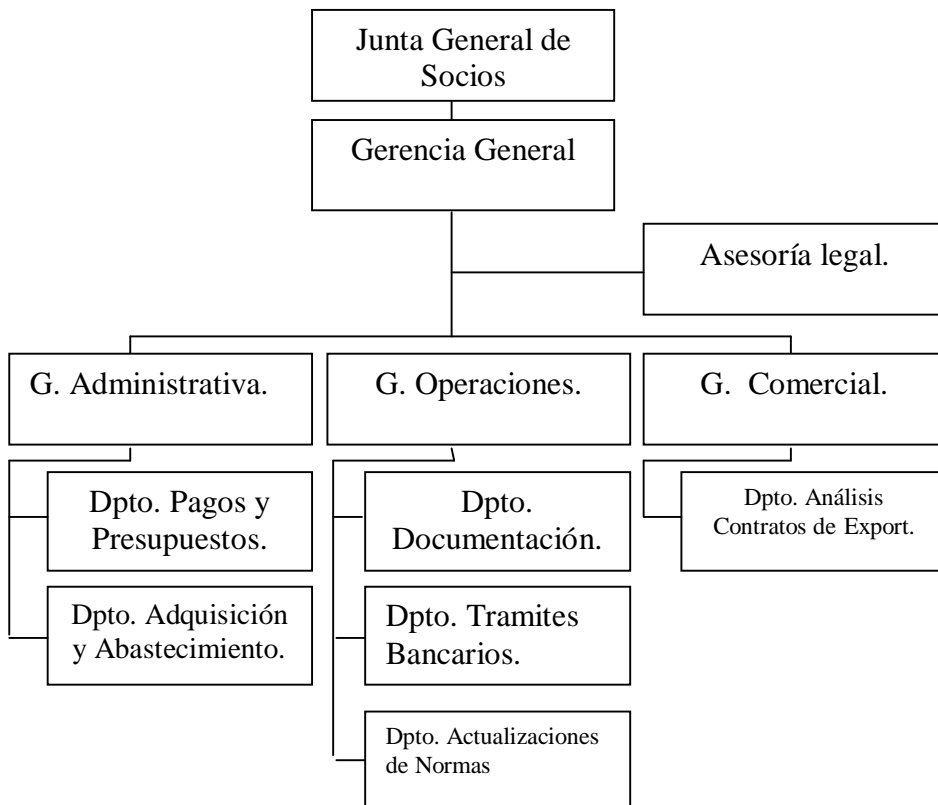
Se necesitará la colaboración de una persona multifuncional a cargo del nivel operativo que se encargue de ejecutar y controlar todos los asuntos varios, es decir, documentación, secretaría, trámites bancarios, entre otras tareas.



## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Para los próximos años conforme evolucione la demanda, se pretende obtener una organización más amplia.



#### 4.3.1. BASE LEGAL

##### NATURALEZA

“La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por hecho de constituirlos, no requieren la calidad de comerciantes. La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la ley, excepción hecha operaciones de banco, segura, capitalización y ahorros.”<sup>43</sup>

##### ESCRITURA DE LA COMPAÑÍA

Según el Acuerdo número 140 de La Ley De Compañías, en la escritura constará lo siguiente:

- 1.- Nombre, apellidos y Estado civil de los socios en caso de ser personas naturales o la razón social o la denominación objetiva en caso de personas jurídicas, así como también deberá constar la nacionalidad y domicilio en ambos casos.
2. Duración de la compañía
3. Domicilio de la compañía
4. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especies, el valor atribuido a estas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.
5. La forma en la que se organizará la administración y fiscalización de la compañía si hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal.
6. La forma de liberar y tomar resoluciones en la junta general y de modo de convocatoria y contribuirlos; y
7. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta ley.

---

<sup>43</sup> Ley de compañías, Sección V, Disposiciones Generales, Artículos 93 y 94



## TRÁMITES PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.

El trámite para la constitución de la compañía de responsabilidad limitada según la Superintendencia de Compañías es:

En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.

1. Presentación ante la Superintendencia, la minuta de escritura pública, que contenga el contrato constituido, el estatuto social y la integración.
2. Depósito en una cuenta de integración, abierta en un banco como depósito de plazo mayor, del capital numerario que haya sido suscrito y pagado; y cuando se aportan bienes, avalúo de los mismos.
3. Afiliación a la cámara de comercio En caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier género de comercio es indispensable obtener la afiliación a la respectiva Cámara de comercio, según prescribe el Art. 13 de la Ley de Cámaras de Comercio.
4. Otorgamiento de la escritura pública de constitución.
5. Solicitud de aprobación, la presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).
6. Aprobación mediante resolución de la Superintendencia.
7. La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo o con un máximo de quince.
8. Protocolización de la resolución aprobatoria.
9. Publicación en un diario de la escritura y la razón de la aprobación.
10. Inscripción en el registro mercantil, en el registro de sociedades de la superintendencia y en el registro único de contribuyentes.



11. Designación de los administradores de la compañía por la junta general.
12. Inscripción en registro mercantil del nombramiento de los administradores con razón de la aceptación del cargo.
13. Autorizaciones de la superintendencia para que todos los fondos de la cuenta de integración puedan ser retirados.

## CAPITAL

- La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América.
- El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación.
- Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez.
- Si en la constitución de la compañía invierten personas naturales o jurídicas extranjeras es indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan, esto es, extranjera directa, subregional o nacional.

## 4.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO

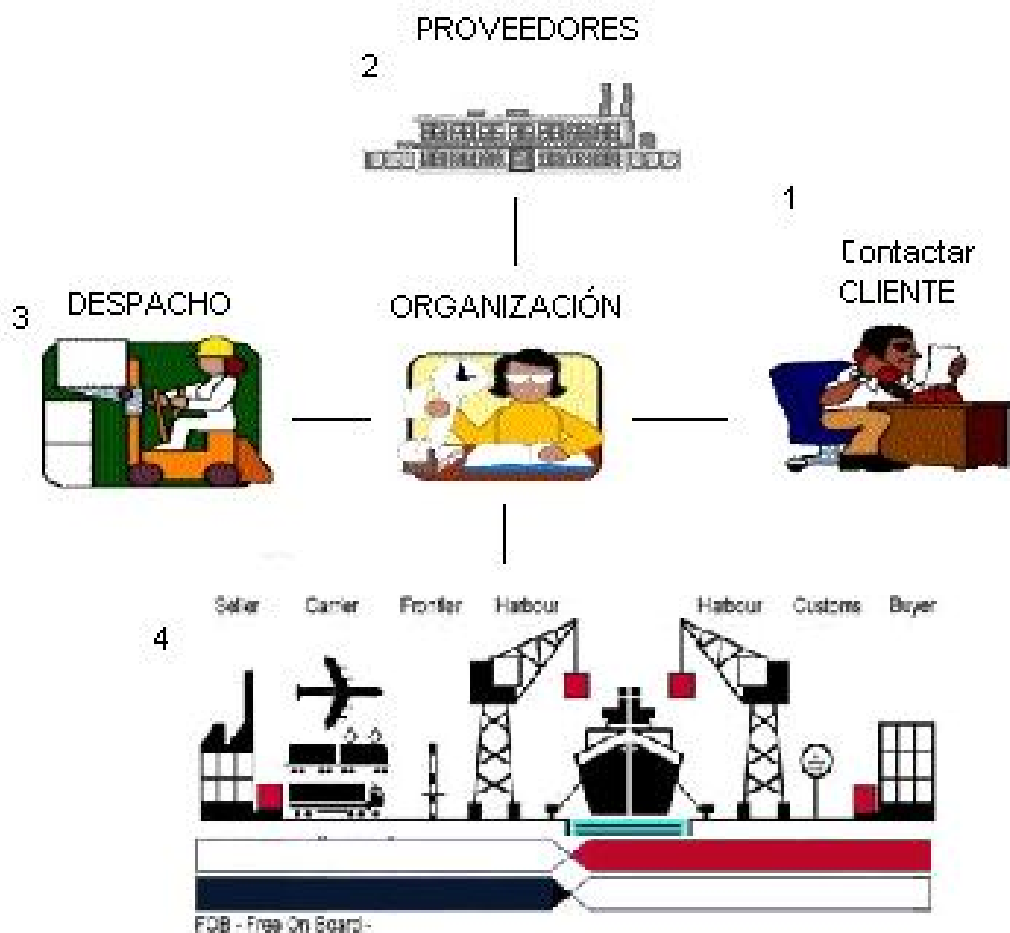
El estudio de ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función operativa óptima de la organización, para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la exportación de los botones de tagua

- Contactar al cliente: vía internet, contactos vía telefónica, mediante la colaboración de representantes legales o en las ferias.
- Solicitud de Cotización.
- Envío Cotización.
- Negociación, realizar la venta según términos establecidos en el contrato



- Firma del Contrato
- Se gestiona y coordina la compra de los botones.
- Se prepara la expedición del pedido.
- Embalajes.
- Transporte Interno.
- Importador se encargará de todos los trámites legales en su país una vez embarcado el producto.

### PROCESO



#### 4.4.1. DESCRIPCIÓN DE PROCESOS

##### 1. OPERACIONES PREVIAS

a. Conocimiento detallado de las necesidades del mercado, antes mencionado en el Estudio de Mercado.

##### 2. PREPARACIÓN:

a. Investigación del mercado.

b. Preselección de los posibles proveedores.

##### 3. REALIZACIÓN:

a. Análisis y comparación de las ofertas.

Los proveedores detallados en el Estudio de Mercado, ofertan el producto en similares condiciones la diferencia entre sus ofertas son la calidad del producto.

Se seleccionará entre todos ellos los que ofrezcan calidad de exportación, puesto que, el mercado meta del proyecto es exclusivo.

b. Negociación con los ofertantes.

De acuerdo al análisis que se realizó en el Estudio de Mercado, podemos observar que se tiene una gran cantidad de proveedores de botones en Manta a nuestra disposición, por lo que, se deberá negociar con aquellos que se ajusten a las exigencias: productos de calidad de exportación, precios razonables, servicio oportuno de entrega justo a tiempo entre otros.

c. Elección del proveedor.

Para la elección se realizará una Matriz de Perfil Competitivo de los proveedores de Manta, con el cual se podrá observar el apropiado para la adquisición de los botones, de acuerdo a los aspectos relevantes que se mencionan en la matriz.





**Tabla 4.4: Elección del proveedor**

**Matriz de Perfil Competitivo**

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	PESO	BOTOTAGUA		BONANZA		EUROTAGUA	
		Calif.	P. Ponderado	Calif.	P. Ponderado	Calif.	P. Ponderado
Participación en el Mercado	0,2	4	0,8	3	0,6	2	0,4
Competitividad de Precio	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,6
Posición Financiera	0,3	3	0,9	2	0,6	3	0,9
Calidad del producto	0,2	4	0,8	4	0,8	4	0,8
Lealtad al Cliente	0,1	2	0,2	3	0,3	3	0,3
	<b>1</b>		<b>3,3</b>		<b>2,9</b>		<b>3</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaboración:** Paola Chiliguano

La empresa Bototagua con más de 15 años de experiencia, dedicada a la fabricación de anímelas y botones de tagua ubicada en Manta – Manabí, Av. 113 detrás C.C. El Paseo Shopping. Es una de las apropiadas de acuerdo a los factores analizados en la matriz, puesto que, ha demostrado tener calidad de exportación, variedad en su oferta y participación en el mercado.

d. Confección del pedido.

Botones de colores cálidos como el amarillo, el rojo, el naranja, la púrpura en menor medida, blanco, blanco-cremosa que tendrán un lineado de 18 a 40 serán los elegidos para la exportación.

CANTIDAD GRUESAS	MEDIDA	DESCRIPCIÓN
130000	18-40	BOTON DE TAGUA C.C.

CANTIDAD GRUESAS POR ENVÍO	MEDIDA	DESCRIPCIÓN
65000	18-40	BOTON DE TAGUA C.C.

4. SEGUIMIENTO:

- a. Vigilancia y reclamo de las entregas.
- b. Control cuantitativo y cualitativo de los productos recibidos.



- c. Conformación de las facturas.
- d. Eventual devolución de los productos hallados como “no conformes”.

#### 5. OPERACIONES DERIVADAS:

- a. Recuperación y enajenación de embalajes, desperdicios, sobrantes, etc.
- b. Gestión de los stocks de los materiales y productos adquiridos.

#### 4.5. ENTIDADES RELACIONADAS EN EL PROYECTO

- OMC

Ecuador es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), que es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países, en función de ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades.

A través de sus instrumentos jurídicos tienen la capacidad de solucionar problemas provocados por la mala aplicación de alguno de sus acuerdos.

Pretende lograr la igualdad entre todos los países, logrando que el poder de los países más pequeños sea amplio y las cosas resulten sencillas para los países grandes.

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

- COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES (COMEX)

“Mediante Suplemento del Registro Oficial No. 351 de 29 de diciembre de 2010 se publicó el CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, a través del cual se designa al Comité de Comercio Exterior (COMEX) como el organismo que aprobará las políticas públicas nacionales den materia de política comercial, en reemplazo a las funciones que venía ejerciendo el COMEXI.”<sup>44</sup>

La principal función del COMEX es la determinar las políticas de comercio exterior de bienes, servicios y manufacturas considerando los compromisos internacionales

---

<sup>44</sup> <http://comexi.gob.ec/>



asumidos por el país en materia comercial y en función del programa macroeconómico y de desarrollo de país.

Las áreas sobre las cuales tiene competencia el COMEX son:

1. Política Arancelaria
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.

- CORPEI

El papel de la Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corpei) cambia con la implementación del Código de la Producción. Según el último documento, entregado a la Comisión de lo Económico y Tributario.

La Corpei sigue subsistiendo como persona jurídica de derecho privado, sin fines de lucro. Pero sus competencias de promoción a la exportación y a la inversión pasarán a manos del Ministerio de Relaciones Exteriores, en primera instancia. Y luego, asumidas por un nuevo organismo que deberá ser creado por la Presidencia de la República. La Corpei seguiría subsistiendo, trabajando en asesoría, promoción de proyectos, sería un ente asesor o consultor más técnico.

Corpei dejará de ser una empresa público privado, consecuentemente, dejará de recibir las aportaciones obligatorias por parte de las empresas exportadoras, incluido el Estado. Sin embargo, la empresa continuará ofreciendo servicios con valor agregado para el sector exportador privado.

Las tareas, que hasta diciembre están asignadas a la Corpei, serán asumidas por el Instituto Público de Promoción de Exportaciones e inversiones PROECUADOR creado por el Ejecutivo.



- **PROECUADOR**

Instituto Público de Promoción de Exportaciones e Inversiones, fue creado a partir de la vigencia del Código de la Producción del 29 de Diciembre del 2010, suplemento oficial N° 351.

Según la empresa Buró Estratégico, en su página buro de análisis informativo “para fines de abril se espera que, Pro ecuador, abra sus puertas al público en el edificio World Trade Center. Desde enero del 2011, Proecuador asumió las funciones de promoción de las exportaciones ecuatorianas una vez que con la vigencia del Código de la Producción, la Corporación de Promoción de Exportaciones (Corpei) perdió esa competencia”.

Su principal función es contribuir con el crecimiento económico del país promocionando las exportaciones e inversiones de los sectores productivos, para potenciar la imagen y el desarrollo competitivo del país.

- **SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR.**

El Servicio de Aduanas es un servicio público que presta el Estado, con sujeción a las normas de esta Ley, sus reglamentos, manuales de operación y procedimientos, y demás normas aplicables.

Entidad que ejecuta la política aduanera y envía las normas para su aplicación, a través del Director General y de las Direcciones.

- **MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES, COMERCIO EXTERIOR E INTEGRACIÓN.**

Conjuntamente con el Presidente de la República se encarga de la formulación y ejecución de la política internacional.

El Ministerio dará a conocer los diferentes tratados y convenios internacionales que mantiene el Ecuador con los demás países.



- MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD (MIPRO).

Institución rectora del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, encargado de formular y ejecutar políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo.

- INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN (INEN).

Actúa en representación del Ecuador ante organismos internacionales y son aliados de los clientes, representando a un organismo oficial de la República del Ecuador para la normalización, la certificación y la metrología.

- FEDERACIÓN ECUATORIANA DE EXPORTACIÓN (FEDEXPOR).

Entidad civil, privada, con finalidad social y pública, sin ánimo de lucro, que impulsa la actividad exportadora de valor agregado, el liderazgo en el desarrollo competitivo y sustentable del sector exportador ecuatoriano.

- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

Organismo técnico y autónomo que controlará y fortalecerá la actividad societaria del proyecto.

- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS.

Entidad técnica y autónoma que se encarga de la política tributaria del país. La compañía establecida como persona jurídica legalmente constituida cumplirá con las obligaciones tributarias mediante el RUC (Registro Único de Contribuyentes) ante el SRI.



## **5. CAPÍTULO V: PROCESO DE EXPORTACIÓN**

El proceso de exportación detallará aspectos relacionados con la planificación, ejecución y el control de todas las actividades relacionadas con el flujo completo de la exportación de botones desde el país de origen hasta su destino.

Para la comercialización internacional del boton de tagua y asegurar su ingreso al mercado, es necesario tomar en cuenta las condiciones ecuatorianas como las exigencias del mercado francés principalmente París en cuanto al ingreso del producto. Así como también el cumplimiento de los requisitos y normas de la legislación ecuatoriana relacionadas con la mercancía.

### **5.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO SEGÚN EL ARANCEL.**

El producto a ser exportado son los botones de tagua, el procedimiento de la exportación será en base a este producto.

96.06 – BOTONES Y BOTONES DE PRESIÓN; FORMAS PARA BOTONES Y DEMÁS PARTES DE BOTONES DE PRESIÓN, ESBOZOS DE BOTONES

9606.29.10 - - - De tagua (marfil vegetal)

#### **NOTAS EXPLICATIVAS**

Esta partida comprende los botones para prendas de vestir, ropa, etc., incluso los que sirven de adorno.

Las principales materias utilizadas en la fabricación de botones son los metales comunes, madera, corozo, palmera dum, plásticos, nácar, etc.



**Tabla 5.1: Descripción del Producto**

<b>Nandina</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tipo Partida</b>	<b>Perecible</b>	<b>Autorización para Exportar</b>
9606291000	DE TAGUA (MARFIL VEGETAL)	SUBPARTIDA	NO	Habilitada

**Fuente:** Banco Central.

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

#### FICHA TÉCNICA DEL BOTON DE TAGUA

<b>PRODUCTO</b>	<b>BOTON DE TAGUA</b>
Subpartida Arancelaria	9606.29.10
País de Origen	Ecuador
País Exportador	Ecuador
País Importador	Francia-París
Empresa Exportadora	EcuaBoton Cía. Ltda.
Cantidad	130000 gruesas
Peso total	23636.36 KILOS
vía de transporte	Marítimo
Unidad de Carga	Contenedor 40'
Puerto de Salida	Puerto de Guayaquil
Puerto de Destino	El Havre

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaboración:** Paola Chiliguano

#### 5.2. EXPORTACIÓN.

La Exportación es la salida de mercancías fuera del territorio ecuatoriano, que genera divisas.



## RÉGIMEN ADUANERO

### EXPORTACIÓN A CONSUMO.

“Régimen por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior”<sup>45</sup>.

El producto se ajusta a este régimen, determinada su naturaleza se seguirá el proceso para llevar a cabo este tipo de exportación.

#### 5.2.1. REQUISITOS PARA EXPORTAR

##### **1. Calificarse como Exportador.**

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
  - Envío de datos vía electrónica
  - Solicitud al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
  - Copia de cédula de ciudadanía.
  - Copia RUC
  - Nombramiento del representante legal

##### **2. Factura Comercial.**

La factura comercial contendrá detalles del producto y estará a nombre del importador, se deberá elaborar una factura comercial que contenga un original y 5 copias que contenga la siguiente información:

- Lugar y fecha.
- Número de factura.

---

<sup>45</sup> Ley Orgánica de Aduanas, Regímenes Aduaneros, pág. 14





- Información del importador y exportador.
- Descripción del producto: partida arancelaria, cantidad de bultos, marcas, peso, valor unitario y valor total.
- Forma de pago.

### **3. Conocimiento de Embarque. (B/L)**

Documento que prueba que las mercancías han sido embarcadas a bordo del buque.

“También se lo conoce como un título de crédito mediante el cual un armador reconoce haber recibido para transportar ciertas mercancías a través del mar y se compromete a entregarlas al verdadero poseedor del documento cuando la embarcación llegue a su destino”.<sup>46</sup>

### **4. Certificado de Origen.**

Documento que a través de su aprobación, certifica donde una mercancía fue producida de conformidad con las normas y especificaciones para calificar su origen.

Existen 2 tipos de normas de origen la preferencial y las no preferenciales.

La primera tiene por objetivo determinar el país de origen que es elegible para un trato arancelario preferencial, gracias al acuerdo celebrado entre los países miembros.

Y las normas de origen no preferencial son utilizadas en instrumentos de política comercial de carácter no preferencial como: Trato de la Nación más Favorecida, derechos antidumping, derechos compensatorios, salvaguardias y cupos.

Los certificados de origen, dependiendo del destino de las mercancías se expiden en los siguientes lugares:

Para el caso de Europa (SGP) se acude al MIPRO, Este certificado tiene un costo de 10 USD y tiene un período de validez de 180 días calendario a partir de la fecha de certificación por la autoridad oficial acreditada.

---

<sup>46</sup> Osorio Cristóbal, Diccionarios de Comercio Internacional, Bogotá, ECOE Internacional



## 5. Certificados de calidad

Aun no se conoce de algún certificado que norme los requisitos del producto en cuanto a la calidad. La calidad del botón está dada por el color natural blanco, puesto que, este facilita la absorción de colores en proceso de tinturación. A pesar de ello el proyecto quiere cumplir con la certificación de las normas ISO en el futuro para satisfacer a nuestro cliente.

## 6. Autorizaciones.

Dependiendo del producto a exportar se necesitarán autorizaciones de diferentes entidades públicas. El producto necesitará la aprobación del Ministerio de Comercio Exterior.

## 7. Lista de empaque

Lista que determina la mercadería embarcada de acuerdo a cada bulto declarado, asignándole un número a cada saco con su contenido respectivo.

## 8. DAU (Aduana régimen 40)

Bajo este régimen las mercaderías nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior. Significa la regularización de la orden 15, es decir el término del trámite de exportación.

*Tabla 5.2: Costo del Trámite.*

DOCUMENTOS	COSTOS \$
Emisión de la Orden de Embarque DAU15	50
Cancelación de Orden de Embarque DAU40	5
Lista de Empaque (433* 0,15)	65
Factura	0,25
Certificado de Origen	10
<b>TOTAL</b>	<b>130,25</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaboración:** Paola Chiliguano



### 5.2.2. TRÁMITE.

El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases

#### **Fase de Pre-embarque**

Se inicia con la transmisión y presentación la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar.

- El exportador envía la factura al agente afianzado de aduanas
- El Agente genera y trasmite electrónicamente la orden de embarque (código 15) al Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, a través del Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE) esta orden contiene:
  - Datos del exportador
  - Descripción de mercancía
  - Cantidad (provisional)
  - Peso (provisional)
  - Factura (provisional).
- Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE),
- El exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

#### **Documentos Necesarios.**

Documentos que se tramitarán antes de realizarse el embarque de la mercadería

- Nota de Cotización.

El importador solicitara al exportador la cotización de los botones, mediante una nota de cotización, en la que se indicará: Nombre y las especificaciones del producto,



cantidad solicitada, plazo de pago, tipo de embalaje, vía y fecha, incoterm, forma de pago, destino, etc.

- Orden de embarque

Documento aduanero exigido para el despacho de mercancías de exportación definitiva, para autorizar el embarque de la mercancía en el punto de origen.

- Carta de confirmación de pedido e instrucciones de embarque

Carta que confirma, acepta las disposiciones del embarque, sirve e constancia y es realizada por el importador.

- Carta de crédito

Carta en la cual se fija los términos de crédito documental.

### **Fase del Embarque**

- La empresa transportista, a través de la página web de la SENAE deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.
- La empresa transportista, transmitirá la Guía Máster al sistema de la SENAE.
- La consolidadora o Agencia de Carga transmitirá las guías hijas al sistema del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador SENAE.
- El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.

### **Fase Post-Embarque**

Exportación definitiva (régimen 40).

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.



- El agente de aduanas transmite la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque a la SENAE.
- Numerada la DAU, el agente de aduana presentará ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:
  - DAU impresa.
  - Orden de Embarque impresa.
  - Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
  - Documento(s) de Transporte.
  - Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
  - Lista de empaque, lista que detalla la mercancía embarcada de acuerdo a cada bulto declarado, asignándole un número con su contenido respectivo. En este documento deben constar :(datos del importador y exportador, numeración y contenido de cada saco, peso neto y bruto de cada saco, partida arancelaria y cantidad del producto).
- El departamento de exportaciones recibe y revisa documentos.
- En caso de discrepancia de información se corrige a través del sistema de información.
- Se envía el archivo final, el agente puede dar seguimiento al trámite a través del workflow herramienta del SICE.



## 5.3. CONDICIONES Y TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN

### 5.3.1. EN EL PAÍS EXPORTADOR.

#### 5.3.1.1. OBLIGACIONES DEL VENDEDOR/EXPORTADOR.

- Otorgar las mercancías, la factura comercial y cualquier prueba conforme a lo estipulado en el contrato.
- Se encargará de todos los trámites aduaneros para la exportación de las mercancías (Licencias, autorizaciones y formalidades).
- Deberá entregar las mercancías en la fecha o dentro del plazo acordado, en el puerto de embarque acordado y en la forma acostumbrada en el puerto, a bordo del buque designado por el comprador.
- Asumir los riesgos de pérdida o daño de las mercancías hasta el momento en que hayan sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque fijado.
- Todos los gastos relacionados con las mercancías hasta el momento en que hayan sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque fijado
- Los gastos de los trámites aduaneros necesarios para la exportación, así como todos los derechos, impuestos y demás cargas pagaderos por la exportación.
- Avisar al comprador que las mercancías han sido entregadas
- Probar la entrega, con documento de transporte o mensaje electrónico equivalente.
- Debe pagar los gastos de aquellas operaciones de verificación (como comprobar la calidad, medida, peso, recuento)
- El vendedor debe proporcionar, el embalaje y el marcado
- Prestar la ayuda precisa para obtener cualquier documento o mensaje electrónico equivalente emitido o transmitido en el país de embarque y/o de origen que el comprador pueda requerir para la importación de las mercancías e información necesaria para obtener un seguro.



### 5.3.1.2. EMBALAJE

Agrupar a los productos para ser manejados desde las instalaciones del producto hasta las bodegas del comprador, teniendo como finalidad, dar protección y solidez a los mismos.

El embalaje tiene que: proteger la carga, permitir que la carga se pueda apilar, levantar, mover, asegurar y proporcionar información sobre la carga.

Los botones serán empacados para su distribución comercial en sacos de polipropileno y asegurados con hilos gruesos.

Cada saco tendrá 150 gruesas, es decir, 22500 unidades de botones. Para la exportación de 130000 gruesas se necesitará 866 sacos de polipropileno e hilo grueso para asegurar la carga.

**Tabla 5.3: Costo Embalaje**

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR CADA ENVIÓ	P. UNITARIO	P. TOTAL
Sacos	Unidad	433	0,3	129,9
Hilo Grueso	Carrete	25	2,25	56,25
			<b>TOTAL</b>	<b>186,15</b>

**Fuente:** B & J SOTO S.A.C.

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

### 5.3.1.3. MARCADO

Marcado de Expedición

Contiene datos necesarios para la entrega del embalaje a su destino. El marcado para transporte marítimo consta de 4 datos considerados importantes para su transportación, estos deberán estar situados centralmente en las dos caras del saco.



## *Marcado*



*Tabla 5.3: Costo del Mercado*

DETALLE	CANTIDAD POR CADA ENVIÓ	P. UNITARIO	P. TOTAL \$
Impresión Marcación	433	0,1	43.3

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

### 5.3.1.4. UNITIZACIÓN

Los sacos pueden ser cargados y descargados en forma rápida cuando se unifican o se pre-empacan en pallets.

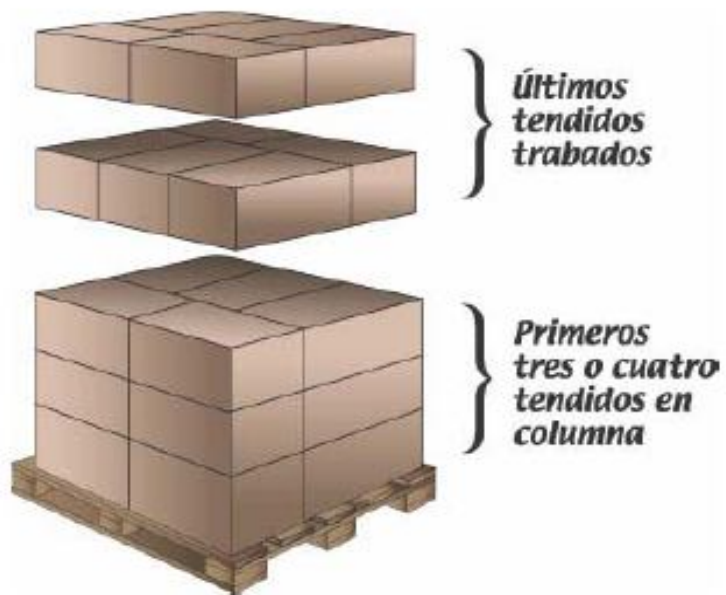
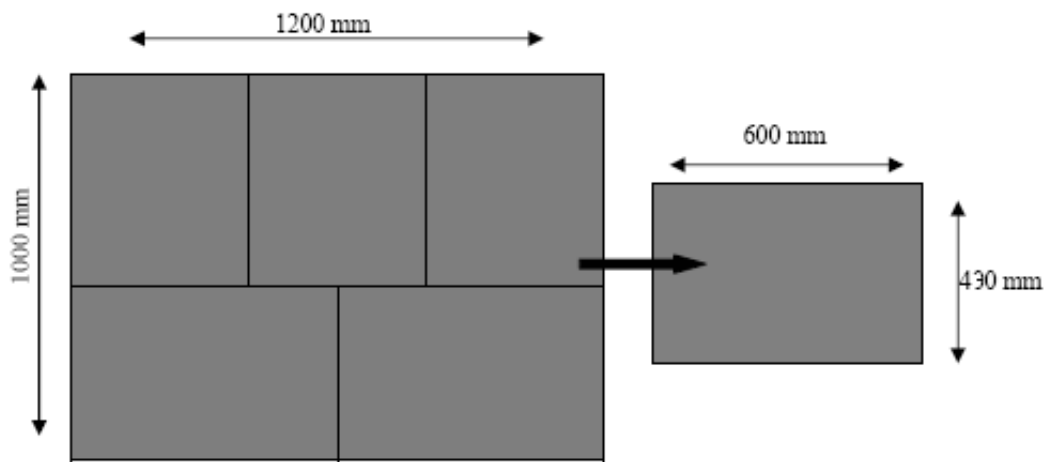
El pallet es una plataforma de madera, que permite ser manejada y movida por medios mecánicos “que mide 1000 x 1200 mm en forma estándar”.<sup>47</sup>

<sup>47</sup> CCL. Comité Costarricense de Logística, Manual de Logística de Paletización, edición 2, pág. 12, 2003.





La carga se acomodará de la siguiente manera



### 5.3.1.5. TRANSPORTE INTERNO

Desde la planta ubicada en Manta hasta el Puerto de Guayaquil se realizará a través de la empresa TRADING EXPRESS.

**Tabla 5.4: Transporte Interno**

DETALLE	COSTO \$
Transporte Interno	450

**Fuente:** TRADING EXPRESS.

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

### 5.3.1.6. PARTICIPACIÓN DE AGENTE DE ADUANA

Se necesitará de la colaboración de una Agente Afianzado de Aduanas, para realizar el trámite de la Orden de Embarque (régimen 15) requisito previo al embarque, inspección con la policía antinarcoóticos, embarque de la carga y todo lo relacionado con la liquidación de la exportación.

**Tabla 5.5: Agente Afianzado de Aduanas**

DETALLE	Honorarios \$
Agente Afianzado de Aduanas	120

**Fuente:** TRADING EXPRESS.

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

### 5.3.1.7. MANIPULEO DE EMBARQUE.

El operador portuario, maneja una tarifa de \$ 140,86 dólares por movimiento de la carga en el puerto de Guayaquil

THC es el pago realizado por el manipuleo de contenedores efectuado en el país de embarque.



**Tabla 5.6: Movimiento del Contenedor**

DETALLE	COSTO \$
Movimiento del contenedor	140,86
THC	40
<b>TOTAL</b>	<b>180,86</b>

**Fuente:** TRADING EXPRESS.

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

#### 5.3.1.8. ALMACENAJE

“En caso de las exportaciones la carga, especialmente de contenedores tendrán 5 días libres. A partir de esos días se cobrará 5 USD por TM y 30 USD por Contenedor.”<sup>48</sup>

#### 5.3.2. OBLIGACIONES DEL COMPRADOR/IMPORTADOR

- El comprador debe pagar el precio según lo dispuesto en el contrato de compraventa.
- El comprador debe obtener, a su propio riesgo y expensas los trámites aduaneros para la importación de las mercancías (licencias, autorizaciones y formalidades).
- El comprador debe contratar, el transporte de las mercancías desde el puerto de embarque convenido y el seguro si lo necesita.
- El comprador debe recibir las mercancías.
- El comprador debe soportar todos los riesgos de pérdida y daño de las mercancías, desde el momento en que hayan sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque fijado; y desde la fecha acordada o desde la fecha de expiración del plazo acordado para la entrega producido porque no da aviso o porque el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de las mercancías, o deja de admitir carga antes del momento.

<sup>48</sup> CORPEI, Manual Costos de Exportación, Fedexpo, Serie: Cultura Exportador, pág. 20



- El comprador debe dar al vendedor aviso suficiente sobre el nombre del buque, el punto de carga y la fecha de entrega requerida.
- El comprador debe aceptar la prueba de la entrega.
- El comprador debe pagar los gastos de cualquier inspección previa al embarque, excepto cuando tal inspección sea ordenada por las autoridades del país de exportación.

### 5.3.3. PROCEDIMIENTOS ADUANEROS EN UNION EUROPEA.

Los procedimientos aduaneros según El Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo prevén:

- La presentación de información previamente a la llegada de las mercancías,
  - En forma de declaración sumaria y
  - Por vía electrónica, en cualquier oficina de aduanas, excepto cuando se trate de mercancías que atraviesen aguas o espacios aéreos territoriales.<sup>49</sup>
- Los controles aduaneros se basan en el análisis de riesgo mediante la utilización de técnicas de tratamiento automatizado de datos y el intercambio electrónico de información sobre riesgos entre las oficinas de aduanas en el ámbito comunitario.
- La UE ofrece un mercado único,
  - La uniformidad en los aranceles,
  - Los procedimientos aduaneros que son solamente pagaderos en el puerto de entrada en la UE.
  - Una vez que los impuestos entran a la UE, no existen más procedimientos aduaneros, y los productos pueden ser transportados fácilmente dentro de la Unión Europea.

---

<sup>49</sup> Diario Oficial de la Unión Europea, REGLAMENTO (CE) NO 648/2005 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO, no 2913/92 del Consejo por el que se aprueba el código aduanero comunitario



- Los aranceles se aplican a todos los productos, basados en el Sistema Armonizado (SA).
- Según el acuerdo comercial que tenga la UE con el país de origen, los productos pueden estar exentos de arancel, o tener una tarifa reducida.
- Francia como miembro de Unión Europea aplica el Arancel Externo Común Europeo.
- “Los productos se gravan con un Impuesto al Valor Agregado (IVA), que es 20.6% (tasa estándar) o 5.5% (para productos agrícolas, alimentos, obras de arte y medicinas)”.<sup>50</sup>
- El sistema de licencias de importación de las Comunidades Europeas (CE) está en Vigor para administrar las importaciones de determinados productos sujetas a restricciones cuantitativas, medidas de salvaguardia o vigilancia.

#### 5.3.4. REQUISITOS PARA EXPORTAR A LA UNION EUROPEA.

En la Unión Europea está cobrando relevancia los aspectos relacionados con la seguridad del consumidor, así como la protección del ambiente. A continuación se presentan algunos aspectos que el exportador deberá tomar en consideración, adicional al etiquetado, medidas de protección a la salud y seguridad de los consumidores de acuerdo al El Reglamento N° 648/2005.

- Proteger al consumidor

Regulaciones sobre materias colorantes utilizadas en teñido.

- Limita la comercialización y el uso de determinadas sustancias y preparados peligrosos.
- Se prohíbe el uso de colorantes azoicos peligrosos utilizados en el teñido de productos textiles y accesorios para prendas de vestir.
- Cuidado del medio ambiente
  - La Unión Europea desempeña un papel especial en la protección del medio ambiente. Muchos problemas medioambientales de Europa no

---

<sup>50</sup> <http://www.proexport.com.co/vbecontent/VerImp.asp?ID=1161&IDCompany=16>



podrían abordarse sin una acción conjunta de todos los países de la UE entre ellos Francia.

- La UE tienen como objetivo prevenir la contaminación y fomentar la eliminación de residuos.
- Otras cuestiones importantes son la protección de la naturaleza y la supervisión de los procesos industriales peligrosos de manera que puedan desarrollarse sin destruir los recursos naturales.

### 5.3.5. TRATAMIENTO ARANCELARIO

Los botones de tagua de acuerdo a la preferencia arancelaria para los países beneficiarios del régimen de incentivos para el desarrollo sostenible que otorga la UE a los países Andinos tienen un ad valorem del 0%.

Francia como parte de la Unión Europea aplica el Sistema General de preferencias SGP-Andino que fue negociado en la Conferencia de las Naciones Unidas en Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y es una facilidad concedida a los países en desarrollo (Incluido el Ecuador) por algunos países desarrollados (Francia).

**Tabla 5.7: Tratamiento Arancelario  
(Otorga Francia A Ecuador)**

Código del Producto	Descripción del Producto	Comercio Régimen Descripción	Aranceles Ad valorem	Total Arancel Equivalente
96062910	Botones (excepto de plástico o de metales comunes no, cubierto con material textil, broches, gemelos)	Preferencial Arancelaria para los países beneficiarios del régimen de incentivos para desarrollo sostenible	0.00%	0.00%

**Fuente:** Trademap.

**Elaboración:** Paola Chiliguano.



### 5.3.5.1. REGIMEN DE PREFERENCIAS ANDINO DE LA UNIÓN EUROPEA

#### SGP-ANDINO

“Es un tratamiento especial unilateral, denominado SGP-Andino o SGP-Droga, por medio del cual, los 15 países miembros de la Unión Europea, otorgan franquicia arancelaria (arancel cero) a los productos originarios de los países andinos.”<sup>51</sup>

#### **Países beneficiarios**

Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela

#### **Productos beneficiarios**

Existen dos regímenes de productos el Industrial y el agrícola

- Arancel cero para los productos industriales y textiles
  - Dentro del Capítulo 25-97 del arancel, excepto el capítulo 93: Armas, municiones y sus partes y accesorios.
  - Dentro de estos capítulos podemos mencionar a los botones de tagua, los textiles, confecciones y los productos artesanales tienen franquicia arancelaria.

### 5.3.6. TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN

Términos del comercio internacional.

“Los Incoterms, las normas oficiales de la Cámara de Comercio Internacional CCI para la interpretación de los términos comerciales, facilitan la conducta del tráfico internacional. La referencia a los Incoterms 2010 en un contrato de compraventa define claramente las obligaciones respectivas de las partes y reduce el riesgo de complicaciones legales.<sup>52</sup>”. Debido a las características propias de los botones de

---

<sup>51</sup> Reglamento CE No.2820/98 publicado en -Diario Oficial L357 del 31 de diciembre de 1998.

<sup>52</sup> Incoterms 2000, Selección de Publicaciones de la CCI, Traducción Española,



tagua y a nuestros propios intereses la exportación será vía marítima, por lo cual se utilizará el término FOB.

Significa que el vendedor entrega cuando las mercancías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido. Esto quiere decir que el comprador debe soportar todos los costes y riesgos de la pérdida y el daño de las mercancías desde aquel punto. El término FOB exige al vendedor despachar las mercancías para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores. A continuación se detallan los costos para determinar el precio FOB de exportación del primer envío, para los Botones de Tagua transportados en un contenedor de 40' pies.

**Tabla 5.8: Costos De Exportación Botones de Tagua.**

DETALLE	COSTO POR ENVIO \$	COSTO UNITARIO\$
Costo Total de la Mercancía	89050	1,37
Empaque Exportación	186,15	
Marcas	43,3	
Documentos	130,25	
<b>EXW: EX FABRICA</b>	<b>89409,7</b>	<b>1,38</b>
Gastos de estiba en contenedor	45	
Movilización interna	450	
<b>FAS</b>	<b>89904,7</b>	<b>1,38</b>
Agente Afianzado	120	
Manipuleo Embarque	180,86	
<b>FOB FREE ON BOARD</b>	<b>90205,56</b>	<b>1,39</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

#### 5.3.6.1. FORMA DE COBRO AL IMPORTADOR

##### CARTA DE CRÉDITO.

Para obtener mayor seguridad al momento de recibir el giro por nuestra mercadería, se utilizará la carta de Crédito Confirmada- Irrevocable. El Banco Corresponsal confirma la carta de crédito y se convierte en pagador de la obligación a nombre del





Banco emisor frente al exportador, es decir que, esta carta de crédito nos dará la seguridad de recibir el valor de la mercadería embarcada; así como las partes no podrán eliminar, suspender o revocar total o parcialmente el contenido de la carta de crédito, sin el consentimiento y autorización de las partes.

#### PARTES QUE INTERVIENEN EN LA CARTA DE CRÉDITO

- Exportador, vendedor, proveedor o beneficiario del giro.
- Importador, comprador, cliente u otorgante del crédito.
- Banco Emisor del crédito o banco del importador.
- Banco Corresponsable o notificador en el país del exportador, notifica al exportador la apertura del crédito que ha hecho e importador.

#### PROCESO

- Contrato Comercial
- El importador solicita la apertura del crédito documentario a su Banco (emisor), a favor del exportador.
- El Banco Emisor aprueba la solicitud y comunica a su Banco corresponsal y este a su vez notifica al exportador las condiciones en que se abrió la carta de crédito.
- Se envía la mercadería en los términos acordados.
- El exportador presenta al Banco corresponsal todos los documentos de exportación.
- El Banco Corresponsal paga al exportador el valor del crédito y envía los documentos.
- El banco emisor reembolsa al Banco corresponsal el valor del pago efectuado y entrega los documentos al importador. El importador retira la mercadería con el conocimiento de embarque.



## 6. CAPÍTULO VI: INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

### 6.1. INVERSIÓN

A fin de poner en marcha el proyecto será necesario incurrir en ciertos egresos económicos destinados a inversiones, que serán una herramienta necesaria para iniciar nuestras operaciones.

La inversión es la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del proyecto, por tal razón, la identificación de estos será detallada con el mayor cuidado. Los cálculos se realizarán en función de toda la actividad económica de la entidad.

El objetivo de este capítulo será determinar el monto total de todos los recursos que intervendrán en todo el proceso de exportación, los datos necesarios se derivan principalmente de lo establecido en los capítulos anteriores.

“Inversión.- es el requerimiento de capital que va ha ser necesario para llevar a cabo el proyecto”. En el proceso de determinar la inversión podemos agruparla en dos:

Componentes de la inversión.

- **INVERSIÓN FIJA** Son aquellos recursos tangibles y no tangibles, necesarios para la realización del proyecto
  - Inversiones en Activos Fijos (Tangibles)
  - Inversiones en Activos Diferidos (Intangibles).
- **CAPITAL DE TRABAJO** Son aquellos recursos que permiten que la empresa pueda iniciar sus actividades.
  - Capital de trabajo

*Tabla 6.1: Inversión previa a la puesta en Marcha del proyecto*

DETALLE	VALOR
Activos Fijos Tangible	41.113,14
Activos Diferidos	3.275,44
Capital de Trabajo	55.127,34
<b>TOTAL</b>	<b>99.515,92</b>



### 6.1.1. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS.

La inversión en activos fijos es la utilización de recursos financieros para obtener bienes tangibles que serán utilizados en todo el proceso; así como también aquellos que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto.

**Tabla 6.2: Activos Fijos Tangibles**

DESCRIPCIÓN	VALOR \$ USD
Terrenos	10.200,00
Infraestructura Física	8.874,00
Muebles y Enseres	1.711,56
Equipos de Oficina	265,20
Equipos de Computación	1.192,38
Vehículos	18.870,00
<b>TOTAL</b>	<b>41.113,14</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

#### TERRENOS.

Se requiere de 500 m<sup>2</sup> en el cual se va a construir las diferentes áreas de trabajo. El terreno estará ubicado en la Ciudad de Manta, dispone de todos los servicios básicos y está ubicado en un sector comercial Base de Manta Aeropuerto.

**Tabla 6.3: Terreno**

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL \$ USD
Terreno	m <sup>2</sup>	500	20,00	10.000,00
			Subtotal	10.000,00
			Imprevistos 2%	200,00
			<b>TOTAL</b>	<b>10.200,00</b>

**Fuente:** InmoEcuador

**Elaboración:** Paola Chiliguano.



## EDIFICACIONES.

Es la construcción de áreas consideradas como necesarias para que el proyecto se desarrolle efectivamente y sirvan de soporte para el progreso de actividades diarias referentes a la Exportación de Botones.

**Tabla 6.4: Edificaciones**

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	V. TOTAL \$ USD
Oficina y Sanitario	m <sup>2</sup>	200,00	6.000,00
Sala de Reunión	m <sup>2</sup>	50,00	500,00
Área de Almacenaje	m <sup>2</sup>	150,00	1.200,00
Construcciones Complementarias	m <sup>2</sup>	100,00	1.000,00
		Subtotal	8.700,00
		Imprevistos 2%	174,00
		<b>TOTAL</b>	<b>8.874,00</b>

**Fuente:** InmoEcuador

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

## MUEBLES Y ENSERES

Son bienes tangibles de uso permanente referente a muebles y enseres de oficina que intervendrán en las actividades administrativas de la empresa.

**Tabla 6.5: Muebles y Enseres**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL \$ USD
Escritorios G. Gerente	1	490,00	490,00
Escritorios Asistente	1	300,00	300,00
Mesa Reuniones Redonda	1	149,00	149,00
Sillas	5	85,00	425,00
Sillas Gerencia	1	250,00	250,00
Archivador papelera 3 pisos	4	16,00	64,00
		Subtotal	1.678,00
		Imprevistos 2%	33,56
		<b>TOTAL</b>	<b>1.711,56</b>

**Fuente:** Muebles Sandoval

**Elaboración:** Paola Chiliguano.



## EQUIPOS DE OFICINA

Son bienes tangibles de uso permanente referente a equipos de oficina que intervienen en las operaciones de las actividades administrativas.

**Tabla 6.6: Equipos de Oficina**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL \$ USD
Impresora HPD1660	1	40,00	75,00
Fax Panasonic KXFP701	1	139,00	95,00
Teléfono Panasonic KXT64012	2	79,00	90,00
		Subtotal	260,00
		Imprevistos 2%	5,20
		<b>TOTAL</b>	<b>265,20</b>

**Fuente:** Paco, Mi comisariato

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

## EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Son bienes tangibles de uso permanente referente a ordenadores eléctricos y accesorios que intervienen en las operaciones administrativas.

**Tabla 6.7: Equipos de Computación**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL \$ USD
Computadora G.	1	739,00	739,00
Computadoras Asistente XPS 1330	1	430,00	430,00
		Subtotal	1.169,00
		Imprevistos 2%	23,38
		<b>TOTAL</b>	<b>1.192,38</b>

**Fuente:** Mi Comisariato, Dell Computadoras

**Elaboración:** Paola Chiliguano.



## VEHÍCULOS.

Son bienes tangibles de uso permanente referente a automotores registrados nombre de nuestra entidad, el cual se utilizará para realizar las diferentes actividades de movilización del bien terminado.

**Tabla 6.8: Vehículos**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL \$ USD
Camioneta LUVD MAX DIESEL.	1	18.500,00	18.500,00
		Subtotal	18.500,00
		Imprevistos 2%	370,00
		<b>TOTAL</b>	<b>18.870,00</b>

**Fuente:** Automotores Chevrolet

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

### 6.1.2. INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Son las inversiones en las que necesitaremos incurrir por los activos intangibles constituidos por servicios o derechos adquiridos, que corresponden a gastos que debemos hacer antes de que la empresa empiece a operar.

- Los costos y gastos en que se incurre, durante las etapas de organización, exploración, instalación, montaje y puesta en marcha.
- Los útiles y papelería.
- Publicidad, propaganda y promoción.

“Los activos diferidos se constituyen en inversiones intangibles susceptibles de amortización”<sup>53</sup>.

---

<sup>53</sup> Eco, MENESES Edilberto; Preparación y Evaluación de Proyectos



**Tabla 6.9: Activos Diferidos**

DETALLE	VALOR TOTAL \$ USD
Gastos de Constitución	1.530,00
Gastos Puesta en Marcha	1.745,44
<b>TOTAL</b>	<b>3.275,44</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

#### GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Son los gastos que deberá efectuar para empezar con el funcionamiento de la empresa como pago del abogado, notaria, registros necesarios para constituirse legalmente, entre otros.

**Tabla 6.10: Gastos de Constitución**

DETALLE	VALOR TOTAL \$ USD
G. Constitución	1.500,00
Subtotal	1.500,00
Imprevistos 2%	30,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.530,00</b>

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

#### GASTOS PUESTA EN MARCHA

Artículos de oficina necesarios para empezar el funcionamiento de la Organización como: esferográficos, carpetas, grapadoras, clip, pega, entre otros, así como también Construcciones y adecuaciones precisas para la puesta en marcha del proyecto.

**Tabla 6.11: Gastos Puesta en Marcha**

DETALLE	VALOR TOTAL \$ USD
Artículos de oficina (varios)	200,00
Patente	11,22
Construcciones y Adecuaciones	1.500,00
Subtotal	1.711,22
Imprevistos 2%	34,22
<b>TOTAL</b>	<b>1.745,44</b>

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaboración:** Paola Chiliguano.



## PATENTE DE FUNCIONAMIENTO

Para obtener la patente se deberá acudir a la administración municipal con los siguientes documentos:

- Copias de cedula de identidad
- Solicitud de patente
- Ubicación de la empresa (croquis)
- Copias de la Escritura de Constitución.
- Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copia del pago predial.
- Información del dueño del predio.

**Tabla 6.12: Patente de Funcionamiento.**

DETALLE	VALOR TOTAL \$ USD
Patente de funcionamiento	11,00
Subtotal	11,00
Imprevistos 2%	0,22
<b>TOTAL</b>	<b>11,22</b>

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

### 6.1.3. CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en Capital de Trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo para la capacidad y tamaño determinado del proyecto.

El capital de trabajo es un punto importante, puesto que, ayudará en el desarrollo del financiamiento.

El número de períodos de explotación será de tres meses (90días).





**Tabla 6.13: Capital de Trabajo.**

DETALLE	VALOR TOTAL ANUAL	VALOR TRIMESTRAL USD \$
Producto Terminado	178.100,00	44.525,00
Costos Generales	1.320,97	330,24
Gastos Administrativos	37.058,12	9.264,53
Gastos de Venta	4.030,28	1.007,57
<b>Total Costos Anuales</b>	<b>220.509,37</b>	<b>55.127,34</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

Para calcular el Capital de Trabajo se consideró los Costos Anuales menos los Costos no efectivos de cada año y según corresponda, dividido para el número de períodos.

## 6.2. COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO

### 6.2.1 COSTOS

#### 6.2.1.1. PRODUCTO TERMINADO.

Para cubrir la oferta del proyecto se necesitará adquirir las 130000 gruesas a la Empresa Bototagua.

**Tabla 6.14: Costos Producto Terminado.**

CANTIDAD GRUESAS	MEDIDA	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO PROMEDIO	VALOR TOTAL ANUAL USD \$
130000	18-40	BOTON DE TAGUA C.C.	1.37	178100,00

**Fuente:** Bototagua.

**Elaboración:** Paola Chiliguano.



#### 6.2.1.2. COSTOS GENERALES.

*Tabla 6.15: Costos Generales.*

DETALLE	VALOR \$ USD
Insumos	112,20
Seguros	1.208,77
<b>Subtotal</b>	<b>1.320,97</b>
Depreciación Edificios	443,70
Depreciación Vehículo	3.774,00
<b>Costos que no Representan Desembolsos</b>	<b>4.217,70</b>
<b>TOTAL</b>	<b>5.538,67</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

#### INSUMOS

Comprenderán los servicios que serán consumidos durante toda la actividad de la empresa, con la finalidad de generar un servicio óptimo.

*Tabla 6.16: Insumos.*

DETALLE	VALOR \$ USD
Agua	20,00
Teléfono	40,00
Energía Eléctrica	30,00
Internet	20,00
Subtotal	110,00
imprevistos 2%	2,20
<b>TOTAL</b>	<b>112,20</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaboración:** Paola Chiliguano.



## SEGUROS

La mayoría de los bienes que se asegurará son activos que no están expuestos a mayores riesgos, por lo cual, el seguro cubrirá un cierto porcentaje ya que el riesgo es mínimo.

*Tabla 6.17: Seguros.*

ACTIVO FIJO	VALOR DEL ACTIVO \$ USD	%	VALOR ANUAL \$ USD
Infraestructura Física	8.874,00	4%	354,96
Muebles y Enseres	1.711,56	2%	34,23
Equipos de Oficina	265,20	2%	5,30
Equipos de Computación	1.192,38	3%	35,77
Vehículos	18.870,00	4%	754,80
	Subtotal		1.185,07
	Imprevistos 2%		23,70
	<b>TOTAL</b>		<b>1.208,77</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaboración:** Paola Chiliguano.

### 6.2.2. GASTOS

#### 6.2.2.1. GASTOS ADMINISTRATIVOS

*Tabla 6.18: Gastos Administrativos.*

DETALLE	VALOR
Mano de obra	37.058,12
<b>Subtotal</b>	<b>37.058,12</b>
Depre. Muebles y Enseres	171,16
Depre. Equipos de Oficina	53,04
Depre. Equipos de Computación	238,48
Amortización	655,09
<b>Costos que no Representan Desembolsos</b>	<b>1.117,76</b>
<b>TOTAL</b>	<b>38.175,88</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano.



## MANO DE OBRA

Como se señaló en el Estudio Técnico se necesitará de la colaboración de un Gerente como órgano ejecutivo y un asistente que cubra con las actividades varias.

### Análisis Salarial

Se detallará lo que cada persona dentro de la Organización gana incluyendo sus respectivos beneficios de ley, como son:

- Sueldo Básico.
- Decimo Tercero.
- Decimo Cuarto.
- Aporte Patronal (IESS).
- Vacaciones.

**Tabla 6.19: Cuadro de Remuneraciones.**

DETALLE	SUELDO BÁSICO	13 SUELDO	14 SUELDO	APORTE IESS	VACACIONES	MENSUAL	ANUAL \$ USD
Gerente General	1.500,00	125,00	18,17	140,25	750,00	2.533,42	30.401,04
Asistente	320,00	26,67	18,17	29,92	160,00	554,76	6.657,08
<b>TOTAL</b>	<b>1.820,00</b>	<b>151,67</b>	<b>36,34</b>	<b>170,17</b>	<b>910,00</b>	<b>3.088,18</b>	<b>37.058,12</b>

**Fuente:** www.iess.gob.ec

**Elaboración:** Paola Chiliguano

### 6.2.2.2 GASTOS VENTA

Gastos relacionados directamente con la venta y todos los relacionados con la exportación de los botones, que se deberá realizar para poder comercializar los botones de tagua.

**Tabla 6.20: Gastos Ventas.**

DETALLE	VALOR \$ USD
Entrega del Producto Terminado	2.357,34
Publicidad	1.020,00
Carta de Crédito	652,94
<b>TOTAL</b>	<b>4.030,28</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano



## ENTREGA PRODUCTO TERMINADO

Son los gastos anuales necesarios para poder entregar la mercancía al comprador según lo acordado en el contrato.

**Tabla 6.21: Entrega Producto Terminado.**

DETALLE	VALOR ANUAL \$ USD
Empaque Exportación	372,30
Marcas	86,60
Documentos Exportación	260,50
Gastos de Estiba en Contenedor	90,00
Movilización interna	900,00
Agente Afianzado	240,00
Manipulación Embarque	361,72
TOTAL	2.311,12
Imprevisto 2%	46,22
<b>TOTAL</b>	<b>2.357,34</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano

## PUBLICIDAD.

El cliente podrá buscar y acceder a todo la información referente a la empresa y hacer negocios sin fronteras, gracias a la página web que se utilizará para tener una mayor presencia y visibilidad en el mercado.

**Tabla 6.22: Publicidad.**

DETALLE	VALOR TOTAL \$ USD
Pagina web	1.000,00
Subtotal	1.000,00
Imprevistos 2%	20,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.020,00</b>

**Fuente:** [www.wix.com/Constructor-Sitios-Web](http://www.wix.com/Constructor-Sitios-Web)

**Elaboración:** Paola Chiliguano



## CARTA DE CRÉDITO (EXPORTACIÓN).

*Tabla 6.23: Carta de Crédito.*

CARTA DE CRÉDITO (EXPORTACIÓN)	
DETALLE	\$ USD
Comisión de apertura	
Envío	
Comisión de aviso	50,00
Comisión de confirmación 0,25% del FOB	602,94
Comisión de reembolso	
Enmiendas	
Discrepancias	
Comisión de revisión	
<b>TOTAL USD</b>	<b>652,94</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaboración:** Paola Chiliguano

### 6.2.2.3. GASTOS FINANCIEROS

“Esta acción origina los denominados gastos financieros, ocasionados por la actividad encaminada a financiar las inversiones con recursos externos, especialmente los requerimientos indispensables para la financiación del costo total del proyecto”<sup>54</sup>

### 6.2.3. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

#### DEPRECIACIÓN

Todos los activos fijos, excepto los terrenos, se deprecian. Los factores que contribuyen a la depreciación son físicos y funcionales. El objetivo de registrar la depreciación es mostrar la pérdida de valor de un activo fijo, dado por el desgaste o la obsolescencia que sufre este a través del tiempo de uso, pero no la disminución de su valor en el mercado.

---

<sup>54</sup> Barreno Luis, Manual de Formación y Evaluación de proyectos, Quito, 2005



El método que se utilizará para el cálculo de la depreciación de los activos fijos será mediante la línea recta, que es aquella que relaciona en forma directa el costo y el tiempo.

$$\text{DEPRECIACIÓN} = \text{VALOR DEL ACTIVO} / \text{VIDA UTIL}$$

**Tabla 6.24: Depreciación de los Activos Fijos (Línea Recta)**

ACTIVO FIJO	VALOR DEL ACTIVO \$ USD	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN \$ USD
Edificaciones	8.874,00	20	443,70
Muebles y Enseres	1.711,56	10	171,16
Equipos de Oficina	265,20	5	53,04
Equipos de Computación	1.192,38	5	238,48
Vehiculos	18.870,00	5	3.774,00
	<b>TOTAL</b>		<b>4.680,37</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano

## AMORTIZACIÓN

Toda empresa para constituirse legalmente deberá realizar una serie de gastos para la puesta en marcha del proyecto, los cuales deben ser amortizados en un periodo de 5 años, de acuerdo a lo dispuesto en el reglamento de la ley de Régimen Tributario Interno.

La amortización es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión en activos (marcas, patentes, pre operativos), en donde la inversión de dineros ya se realizó en el momento de la compra, por lo tanto al hacer un cargo por el concepto mencionado implica que en realidad no se está desembolsando el dinero, sino se está recuperando.

**Tabla 6.25: Amortización activos diferidos.**

DETALLE	VALOR TOTAL \$ USD	AMORTIZACIÓN 5 AÑOS \$ USD
Gastos de Constitución	1.530,00	306,00
Gastos Puesta en Marcha	1.745,44	349,09
	<b>TOTAL</b>	<b>655,09</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano



## 6.3. FINANCIAMIENTO

Una vez que se ha determinado la inversión para llevar a cabo el proyecto, se determinará las fuentes de financiamiento que se utilizará para conseguir los recursos que permitan financiar el proyecto; a través del financiamiento se podrá determinar el grado de participación de cada fuente de financiamiento.

### 6.3.1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Entre las fuentes de financiamiento que se pueden utilizar para financiar un proyecto, pueden ser:

- Fuentes Internas.- Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, estas pueden ser en efectivo o en especies.
- Fuentes Externas.- Es el uso de recursos de terceros, es decir endeudamiento, así tenemos: préstamo bancario, crédito con proveedores, préstamos hipotecarios, etc.

### 6.3.2. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

“El criterio para escoger la fuente financiamiento de cada grupo de activos debe estar de acuerdo a las exigencias de las entidades financieras y se propone financiar con recursos ajenos los activos que puedan estar sujetas a prendas o hipoteca y los restantes financiar con recursos propios.”<sup>55</sup>

El monto necesario para comenzar las actividades es de \$ 99.515,92 dólares, la misma que será financiada el 31.95% con recursos propios y el 68.05% con recursos ajenos o créditos bancario.

En el siguiente cuadro se mostrará las inversiones y el financiamiento necesario para la ejecución del proyecto.

---

<sup>55</sup> Barreno Luis, Manual de Formación y Evaluación de proyectos, Quito,2005





**Tabla 6.26: Cuadro de Fuentes y Usos**

DETALLE	INVERSIONES	FINANCIAMIENTO			
		RECURSOS PROPIOS		CRÉDITO	
		Porcentaje	Valor	Porcentaje	Valor
Capital de Trabajo	55.127,34	25%	13.781,84	75%	41.345,51
<b>Activo fijo</b>					
Terrenos	10.200,00	30%	3.060,00	70%	7.140,00
Infraestructura Física	8.874,00	30%	2.662,20	70%	6.211,80
Muebles y Enseres	1.711,56	100%	1.711,56		
Equipos de Oficina	265,20	100%	265,20		
Equipos de Computación	1.192,38	100%	1.192,38		
Vehículos	18.870,00	30%	5.661,00	70%	13.209,00
<b>Activo diferido</b>					
Gastos de Constitución	1.530,00	100%	1.530,00		
Gastos Puesta en Marcha	1.745,44	100%	1.745,44		
<b>TOTAL</b>	<b>99.515,92</b>	<b>31,95%</b>	<b>31.609,62</b>	<b>68,05%</b>	<b>67.906,31</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano

El financiamiento de recursos ajenos se realizará mediante la colaboración de la Corporación Financiera Nacional (CFN), que ofrece un crédito directo destinado a financiar activos fijos, capital de trabajo y asistencia técnica, para apoyar a los pequeños y medianos empresarios en actividades que generen valor agregado en la economía nacional.

Se podrá acceder a montos desde US\$ 25.000 hasta US\$ 500.000, con un financiamiento de hasta el 70% de la inversión para proyectos nuevos con un plazo de 10 años y una tasa de interés de 9,3% anual.

**Tabla 6.27: Detalle del Crédito Bancario**

DETALLE	CANTIDAD
Monto	67.906,31
Plazo	3 años
Periodo de Pago	Mensual
Interés Anual	9,30%

**Elaboración:** Paola Chiliguano



En la siguiente tabla se mostrará la amortización correspondiente al monto de crédito solicitado.

**Tabla 6.28: Amortización de la Deuda.**

PERÍODO	AMORTIZACIÓN CAPITAL	INTERESES	DIVIDENDO	SALDO CREDITO
0				67906,31
1	1886,29	526,27	2412,56	66020,02
2	1886,29	511,66	2397,95	64133,73
3	1886,29	497,04	2383,33	62247,44
4	1886,29	482,42	2368,71	60361,15
5	1886,29	467,80	2354,09	58474,86
6	1886,29	453,18	2339,47	56588,57
7	1886,29	438,56	2324,85	54702,28
8	1886,29	423,94	2310,23	52815,99
9	1886,29	409,32	2295,61	50929,70
10	1886,29	394,71	2281,00	49043,41
11	1886,29	380,09	2266,38	47157,12
12	1886,29	365,47	2251,76	45270,83
13	1886,29	350,85	2237,14	43384,54
14	1886,29	336,23	2222,52	41498,25
15	1886,29	321,61	2207,90	39611,96
16	1886,29	306,99	2193,28	37725,67
17	1886,29	292,37	2178,66	35839,38
18	1886,29	277,76	2164,05	33953,09
19	1886,29	263,14	2149,43	32066,80
20	1886,29	248,52	2134,81	30180,51
21	1886,29	233,90	2120,19	28294,22
22	1886,29	219,28	2105,57	26407,93
23	1886,29	204,66	2090,95	24521,64
24	1886,29	190,04	2076,33	22635,35
25	1886,29	175,42	2061,71	20749,06
26	1886,29	160,81	2047,10	18862,77
27	1886,29	146,19	2032,48	16976,48
28	1886,29	131,57	2017,86	15090,19
29	1886,29	116,95	2003,24	13203,90
30	1886,29	102,33	1988,62	11317,61
31	1886,29	87,71	1974,00	9431,32
32	1886,29	73,09	1959,38	7545,03
33	1886,29	58,47	1944,76	5658,74
34	1886,29	43,86	1930,15	3772,45
35	1886,29	29,24	1915,53	1886,16
36	1886,29	14,62	1900,91	0
<b>TOTAL</b>	<b>67906</b>	<b>9736,05</b>	<b>77642,49</b>	



## 6.4. CAPITAL OPERACIONAL

Constituye un resumen de todos los valores que se necesitará para el funcionamiento del proyecto, es el extracto de todos los costos y gastos incluido las depreciaciones y amortizaciones.

*Tabla 6.29: Capital Operacional.*

DETALLE	AÑO1
<b>Costos</b>	<b>183.638,67</b>
Producto Terminado	178.100,00
Costos Generales	
Insumos	112,20
Seguros	1.208,77
Depreciación Edificios	443,70
Depreciación Vehículo	3.774,00
<b>Gastos Administrativo</b>	<b>38.175,88</b>
Mano Obra	37.058,12
Depreciación M y E	171,16
Depreciación Equipo de Oficina	53,04
Depreciación Equipo de Comp.	238,48
Amortización	655,09
<b>Gastos de Ventas</b>	<b>4.030,28</b>
Gasto de Exportación	2.357,34
Carta de Crédito	652,94
Publicidad	1.020,00
<b>Gastos Financieros</b>	<b>27.985,89</b>
Interés	5.350,45
Amortización	22.635,44
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>253.830,72</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano

## 6.5. ESTADO DE COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS

En el siguiente cuadro se observará que en cada costos y gasto se tomo en cuenta la inflación anual del 2010 del Ecuador que fue de 3.17%



**Tabla 6.30: Resumen de Costos y Gastos con Inflación**

DETALLE	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO6	AÑO7
<b>Costos</b>	<b>183.638,67</b>	<b>192.547,23</b>	<b>201.901,15</b>	<b>211.722,69</b>	<b>222.035,25</b>	<b>229.089,36</b>	<b>240.458,81</b>
Producto Terminado	178.100,00	187.005,00	196.355,25	206.173,01	216.481,66	227.305,75	238.671,03
Costos Generales							
Insumos	112,20	115,76	119,43	123,21	127,12	131,15	135,30
Seguros	1.208,77	1.208,77	1.208,77	1.208,77	1.208,77	1.208,77	1.208,77
Depreciación Edificios	443,70	443,70	443,70	443,70	443,70	443,70	443,70
Depreciación Vehículo	3.774,00	3.774,00	3.774,00	3.774,00	3.774,00		
<b>Gastos Administrativo</b>	<b>38.175,88</b>	<b>39.350,62</b>	<b>40.646,72</b>	<b>41.986,75</b>	<b>43.372,21</b>	<b>43.858,03</b>	<b>45.339,01</b>
Mano Obra	37.058,12	38.232,86	39.528,96	40.868,99	42.254,45	43.686,87	45.167,86
Depreciación M y E	171,16	171,16	171,16	171,16	171,16	171,16	171,16
Depreciación Equipo de Oficina	53,04	53,04	53,04	53,04	53,04		
Depreciación Equipo Comp.	238,48	238,48	238,48	238,48	238,48		
Amortización	655,09	655,09	655,09	655,09	655,09		
<b>Gastos de Ventas</b>	<b>4.030,28</b>	<b>4.158,04</b>	<b>4.289,85</b>	<b>4.425,84</b>	<b>4.566,14</b>	<b>4.710,88</b>	<b>4.860,22</b>
Gasto de Exportación	2.357,34	2.432,07	2.509,16	2.588,70	2.670,77	2.755,43	2.842,78
Carta de Crédito	652,94	673,64	694,99	717,02	739,75	763,20	787,40
Publicidad	1.020,00	1.052,33	1.085,69	1.120,11	1.155,62	1.192,25	1.230,04
<b>Gastos Financieros</b>	<b>27.985,89</b>	<b>25.880,79</b>	<b>23.775,69</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Interés	5.350,45	3.245,35	1.140,25	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortización	22.635,44	22.635,44	22.635,44	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>253.830,72</b>	<b>261.936,68</b>	<b>270.613,40</b>	<b>258.135,28</b>	<b>269.973,59</b>	<b>277.658,28</b>	<b>290.658,04</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano



## 6.6. DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS

Para determinar el precio unitario de cada gruesa será mediante la obtención de costo unitario de la gruesa, al cual se le agregará un margen de utilidad. Teniendo en cuenta un precio referencial en el mercado y la inflación del país de destino.

*Tabla 6.31: Precio de Venta Unitario para el Año1*

DETALLE	AÑO1
Gruesas	130.000,00
Costos y Gastos	253.830,72
Costo Total Inflación 1%	256.369,03
Costo Unitario	1,97
Margen Utilidad 30%	0,59
Precio de Venta	2,56
<b>INGRESOS</b>	<b>332.800,00</b>

**Fuente:** Investigación Propia.

**Elaboración:** Paola Chiliguano

Para determinar el precio de venta al exterior de los Botones de tagua se ha tomado en cuenta el precio FOB referencial del producto.

*Tabla 6.32: Precios FOB Competencia 2010*

PRECIOS FOB 2011		
Lineados	Clásicos	Especiales
14	2,82	3,66
16	2,82	3,66
18	2,82	3,66
20	2,93	3,81
22	3,19	4,15
24	3,86	5,02
28	4,16	5,41

**Fuente:** Bonanza.

**Elaboración:** Paola Chiliguano



## Estrategia competitiva con la Competencia Internacional

Con el pasar del tiempo los precios se fijarán tratando de aprovechar las situaciones competitivas posibles estableciendo precios iguales, superiores o inferiores a los del sector, según las ventajas tecnológicas, de costes, de producción o de distribución que disponga la competencia internacional. Ecuador es considerado como un país dominante el mismo que puede ejercer su liderazgo, mientras que las más débiles tendrán que actuar de seguidoras.

Se ofrecerá productos de calidad superior al del resto de los competidores y se prestará servicios complementarios, para poder fijar precios más altos a tal punto de llegar al precio sugerido por los empresarios europeos que visitaron nuestro país indicando que un kilo de anímelas de tagua cuesta \$6, esta misma cantidad, hecha botón, significa \$18 dólares en destino pero se obtendría mayor utilidad llegando al consumidor final como vemos en el anexo 1.

### 6.7. INGRESOS DEL PROYECTO

Recursos económicos que la empresa recibirá por la venta de los botones de tagua a Francia.

Se tomará como base, el precio de los botones de lineado 14-28 que son los mayores demandados en los países Europeos, la inflación anual del 1% de Francia para incrementar el precio de los botones de acuerdo al tiempo y el 5%, porcentaje del incremento anual de las gruesas en el proyecto.

*Tabla 6.33: Proyección de Ingresos del Proyecto.*

DETALLE	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO6	AÑO7
Gruesas	130.000,00	136.500,00	143.325,00	150.491,25	158.015,81	165.916,60	174.212,43
Precio de Venta	2,56	2,59	2,62	2,64	2,67	2,70	2,73
<b>INGRESOS</b>	<b>332.800,00</b>	<b>353.535,00</b>	<b>375.511,50</b>	<b>397.296,90</b>	<b>421.902,22</b>	<b>447.974,83</b>	<b>475.599,94</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano



## 7. CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

Este capítulo construirá un proceso fundamental para la toma de decisiones en cuanto se refiere a la implementación del proyecto, para no incurrir en grandes riesgos que pueden contribuir en el fracaso de la inversión y por consiguiente la pérdida total o parcial de los recursos utilizados. Se establecerá técnicas que ayuden a realizar un pronóstico en base a información cierta y actual de los factores que influirán al proyecto, con el fin de evaluar los resultados para tomar una decisión.

### 7.1. OBJETIVOS

- Establecer si es viable, es decir, si existen las condiciones comerciales, técnicas y de infraestructura para concretar el proyecto y
- Establecer si es rentable o no, si va a generar ganancias o pérdidas para los inversionistas.

### 7.2. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Para poder evaluar el proyecto se necesitará instrumentos financieros, como los estados Financieros. “Los estados financieros se requieren principalmente para realizar evaluaciones y tomar decisiones de carácter económico, de ahí que la información consignada en los estados financieros deba ser muy confiable.”<sup>56</sup>

- Estado de Situación Inicial.
- Estado de Resultados.
- Flujo de Caja.

---

<sup>56</sup> Eco. Meneses Edilberto; Preparación y Evaluación de Proyectos, pág.132.



## ESTADO DE SITUACION INICIAL

Este Estado nos mostrará la situación inicial de la organización al comenzar sus Actividades Operacionales, está conformado por el detalle de activos, pasivos y patrimonio.

Los grupos que intervienen en los activos del proyecto se dividen en: activo corriente que está conformado por el capital de trabajo que es la cuenta de Bancos-Caja con un valor de \$ 55.127,34 dólares. En los activos también se podrá encontrar al activo fijo que suma un total de \$ 41.113,14 dólares entre los activos tangibles e intangibles y al activo diferido con un valor de \$ 3.275,44 dólares conformado por Gastos de Constitución y Gastos Puesta en Marcha, sumando un total de activos de \$ 99.515,93 dólares.

Se registrará en el pasivo a largo plazo el préstamo o crédito que se adquirirá para financiar la inversión, el cual es igual a \$ 67.906,31 dólares. En el patrimonio se incluyo los recursos propios que los accionistas de la compañía están dispuestos a proporcionar para el funcionamiento del proyecto, el cual es de \$ 31.609,62 dólares, el mismo que sumado con el pasivo total obtenemos un total de \$ 99.515,93 dólares.





**Tabla 7.1: Estado de Situación Inicial.**

ECUABOTON CIA.LTDA.

ESTADO DE SITUACION INICIAL

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>55.127,34</b>	<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>	<b>67.906,31</b>
Bancos-Caja (Capital de trabajo)	55.127,34	Préstamo por pagar	<b>67.906,31</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>41.113,14</b>		
Terrenos	10.200,00	<b>PATRIMONIO</b>	<b>31.609,62</b>
Infraestructura Física	8.874,00	Capital Social	<b>31.609,62</b>
Muebles y Enseres	1.711,56		
Equipos de Oficina	265,20		
Equipos de Computación	1.192,38		
Vehículos	18.870,00		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>3.275,44</b>		
Gastos de Constitución	1.530,00		
Gastos Puesta en Marcha	1.745,44		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>99.515,93</b>	<b>TOTAL PASIVOS+PATRIMONIO</b>	<b>99.515,93</b>



## ESTADO DE RESULTADOS

“El estado de resultados refleja el beneficio o pérdida real de la operación del proyecto al final de un período determinado, que generalmente es de un año”<sup>57</sup>.

Se necesitará contar con los costos totales y los ingresos proyectados, para de esta manera obtener la utilidad bruta, a la cual se le restan los gastos administrativos, gastos de ventas y gastos financieros del proyecto para obtener la utilidad antes del reparto.

El Estado de Resultados incluye en primer lugar el total de ingresos provenientes de la venta de los botones y el costo en el cual se incurrió para lograrlos. La diferencia entre ambas cifras indica la Utilidad Bruta.

Luego se restan todos los gastos de venta, administración. A este sub total se lo denomina Utilidad Operacional.

A esta utilidad Operacional se restan los gastos financieros para obtener la utilidad antes del reparto. Entre los beneficiados de la utilidad gozarán del reparto los trabajadores del 15% y el Estado con el 25% del impuesto a la Renta según la ley de Régimen Tributario Interno, estos valores serán restados para la Utilidad Neta del proyecto valor que será repartido entre los socios de la Organización.

El Estado de Resultados refleja una utilidad Neta de \$ 50.342,92 dólares para el primer año.

---

<sup>57</sup> Barreno Luis, Manual de Formulación y Evaluación de proyecto, pág. 101, Quito 2007



**Tabla 7.2: Estado de Resultados**

ECUABOTON CIA.LTDA.

ESTADO DE RESULTADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
<b>INGRESOS</b>	<b>332.800,00</b>	<b>353.535,00</b>	<b>375.511,50</b>	<b>397.296,90</b>	<b>421.902,22</b>	<b>447.974,83</b>	<b>475.599,94</b>
Costos	183.638,67	192.547,23	201.901,15	211.722,69	222.035,25	229.089,36	240.458,81
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>149.161,33</b>	<b>160.987,77</b>	<b>173.610,35</b>	<b>185.574,21</b>	<b>199.866,97</b>	<b>218.885,47</b>	<b>235.141,13</b>
Gastos Administrativos	38.175,88	39.350,62	40.646,72	41.986,75	43.372,21	43.858,03	45.339,01
Gastos Ventas	4.030,28	4.158,04	4.289,85	4.425,84	4.566,14	4.710,88	4.860,22
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>106.955,17</b>	<b>117.479,11</b>	<b>128.673,78</b>	<b>139.161,62</b>	<b>151.928,63</b>	<b>170.316,56</b>	<b>184.941,90</b>
Gastos Financieros	27.985,89	25.880,79	23.775,69	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>UTILIDAD ANTES DEL REPARTO</b>	<b>78.969,28</b>	<b>91.598,32</b>	<b>104.898,09</b>	<b>139.161,62</b>	<b>151.928,63</b>	<b>170.316,56</b>	<b>184.941,90</b>
15 % Reparto Trabajador	11.845,39	13.739,75	15.734,71	20.874,24	22.789,29	25.547,48	27.741,29
<b>UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO</b>	<b>67.123,89</b>	<b>77.858,57</b>	<b>89.163,38</b>	<b>118.287,38</b>	<b>129.139,33</b>	<b>144.769,07</b>	<b>157.200,62</b>
25% Impuesto a la Renta	16.780,97	19.464,64	22.290,84	29.571,85	32.284,83	36.192,27	39.300,15
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>50.342,92</b>	<b>58.393,93</b>	<b>66.872,53</b>	<b>88.715,54</b>	<b>96.854,50</b>	<b>108.576,80</b>	<b>117.900,46</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano



## FLUJO DE CAJA

Es un resumen Financiero en el cual podemos observar los flujos de ingresos y egresos de efectivo que tendrá el proyecto en un determinado tiempo. El flujo de caja contiene movimientos de entrada y salida de dinero en efectivo registrado en el período en que se prevea sucedan físicamente.

A diferencia del Estado o la Cuenta de Resultados, el Flujo de Caja muestra lo que realmente sale o ingresa en efectivo

El flujo de caja es una herramienta básica para poder evaluar el proyecto con el objetivo de poder determinar si el proyecto es viable, desde el punto de vista económico. Esta herramienta nos ayudará a darnos cuenta a tiempo, que como organización podemos tomar medidas que puedan cubrir las obligaciones que por falta de dinero no podemos cumplir en un determinado tiempo, es decir, adelantarnos en el tiempo para evitar los problemas de falta de liquidez.



*Tabla 7.3: Flujo de Caja*

DETALLE	PREOPERACIONAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO6	AÑO7
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>332.800,00</b>	<b>353.535,00</b>	<b>375.511,50</b>	<b>397.296,90</b>	<b>421.902,22</b>	<b>447.974,83</b>	<b>475.599,94</b>
Ingresos		332.800,00	353.535,00	375.511,50	397.296,90	421.902,22	447.974,83	475.599,94
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>220.509,37</b>	<b>230.720,43</b>	<b>241.502,26</b>	<b>252.799,82</b>	<b>264.638,13</b>	<b>277.043,43</b>	<b>290.043,18</b>
Costos		179.420,97	188.329,53	197.683,45	207.504,99	217.817,55	228.645,67	240.015,10
Gastos Administrativos		37.058,12	38.232,86	39.528,96	40.868,99	42.254,45	43.686,87	45.167,86
Gasto de ventas		4.030,28	4.158,04	4.289,85	4.425,84	4.566,14	4.710,88	4.860,22
<b>C.FLUJO OPERACIONAL(A-B)</b>		<b>112.290,63</b>	<b>122.814,57</b>	<b>134.009,24</b>	<b>144.497,08</b>	<b>157.264,09</b>	<b>170.931,40</b>	<b>185.556,77</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>99.515,92</b>							
Créditos	67.906,31							
Capital Propio	31.609,62							
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>56.612,25</b>	<b>59.085,18</b>	<b>61.801,25</b>	<b>50.446,09</b>	<b>55.074,13</b>	<b>61.739,75</b>	<b>67.041,44</b>
Pago Crédito		27.985,89	25.880,79	23.775,69	0,00	0,00	0,00	0,00
15% Trabajadores		11.845,39	13.739,75	15.734,71	20.874,24	22.789,29	25.547,48	27.741,29
25% Impuesto a la Renta		16.780,97	19.464,64	22.290,84	29.571,85	32.284,83	36.192,27	39.300,15
<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)</b>		<b>-56.612,25</b>	<b>-59.085,18</b>	<b>-61.801,25</b>	<b>-50.446,09</b>	<b>-55.074,13</b>	<b>-61.739,75</b>	<b>-67.041,44</b>
<b>G.FLUJO NETO GENERADO(C+F)</b>		<b>55.678,38</b>	<b>63.729,39</b>	<b>72.207,99</b>	<b>94.051,00</b>	<b>102.189,96</b>	<b>109.191,65</b>	<b>118.515,33</b>
<b>H. SALDO INICIAL DE CAJA</b>		<b>0,00</b>	<b>55.678,38</b>	<b>119.407,76</b>	<b>191.615,76</b>	<b>285.666,75</b>	<b>387.856,71</b>	<b>497.048,36</b>
<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>		<b>55.678,38</b>	<b>119.407,76</b>	<b>191.615,76</b>	<b>285.666,75</b>	<b>387.856,71</b>	<b>497.048,36</b>	<b>615.563,69</b>



### 7.3. INDICADORES DE EVALUACIÓN

Para evaluar los proyectos de inversión existen instrumentos necesarios que se deberán utilizar. A través de los cuales se determinará si el proyecto es rentable o no, además de proporcionar información necesaria para corregir posibles debilidades; entre los principales instrumentos de evaluación tenemos:

- Costo de Oportunidad del Capital.
- Valor Actual Neto.
- Tasa Interna de Retorno.
- Período de Recuperación de la inversión.

#### COSTO DE OPORTUNIDAD

Tasa de descuento que se utiliza para actualizar el flujo de caja del proyecto, tasa que corresponde a la rentabilidad que exige la inversión del proyecto, por renunciar al uso alternativo de esos fondos.

“El costo de oportunidad del capital es la tasa de descuento que corresponderá a la rentabilidad que el inversionista exige a la inversión por renunciar a un uso alternativo de esos recursos, en proyectos con niveles de riesgos similares.”<sup>58</sup>

Se calculará el costo ponderado del capital, que es igual al costo del financiamiento del proyecto, que está dado por recursos propios y ajenos.

La fórmula que se utilizará para el cálculo del costo de oportunidad o tasa de descuento será:

$$K = TP (\% RP) + ((TA (1-t) * (\%RA) TLR + \%INFLACIÓN).$$

DONDE:

K= Costo de Oportunidad.

TP= Tasa Pasiva.

---

<sup>58</sup>Barreno Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, Quito 2007, pag 107



RP = Recursos Propios.

TA= Tasa Activa

T= Tasa Marginal de Impuestos

RA= Recursos Ajenos

TLR= Tasa Libre de riesgos, Riesgo País.

$K = (0,0451(0,3195)) + ((0,0825(1-0.3625)* (0.6805))+ 0.0782+0,0317)$

$K=0.014 + 0.036 + 0.0782 + 0.0317$

$K= 0.1599$

**K = 15.99%**

El 15.99% se utilizará para los cálculos de los indicadores de la evaluación financiera, además de representar la tasa de descuento o costo del capital del inversionista.

### **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

Nos permitirá establecer la valoración de la inversión del proyecto en función del valor actualizado del flujo de caja futuro. Para aceptar el VAN deberá ser positivo o mayor que cero.

Criterio de decisión

$VAN > 0$  El proyecto puede aceptarse

$VAN < 0$  El proyecto debería rechazarse

$VAN = 0$  La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas

Para determinar el Valor Actual Neto de cualquier proyecto se aplica la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \frac{FNCt}{(1+i)^n} - I_0$$



DONDE:

$FNC_t$  = Representa los flujos de caja en cada periodo  $t$ .

$I_0$  = Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

$n$  = Es el número de períodos considerado.

$i$  = tasa de descuento

VAN

**Tabla 7.4: VAN.**

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS ACTUALIZADOS
0	-99.515,92	-99.515,92
1	55.678,38	48.002,74
2	63.729,39	47.369,48
3	72.207,99	46.272,57
4	94.051,00	51.961,44
5	102.189,96	48.674,95
6	109.191,65	44.840,06
7	118.515,33	41.959,54
<b>TOTAL</b>		<b>229.564,85</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano

El VAN del inversionista es de \$ 229.564,85 dólares, valor que representa lo que el inversionista habrá de acumular luego de haber recuperado sus recursos invertidos cambiados en términos de valor presente.





## TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

“La tasa interna de retorno nos indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista como premio a la decisión de invertir en un proyecto seleccionado”<sup>59</sup>

Es la tasa de descuento a la cual el valor presente neto de una inversión es igual a cero. Es un método utilizado para valuar los proyectos de inversión y decidir sobre aceptar o rechazar el proyecto. La TIR es comparada con la tasa del Costo de Oportunidad.

### Criterio de decisión en la TIR.

Si la TIR supera la tasa del costo de oportunidad se acepta la inversión en caso contrario se rechaza.

TIR > cc se acepta el proyecto

TIR < cc se rechaza el proyecto

Para determinar el La tasa interna de retorno de cualquier proyecto se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = tm + (tM - tm) \left( \frac{VANtm}{VANtm - VANtM} \right)$$

### DATOS

VAN	
\$23.426,87	tm
-\$1.128,79	tM
TM =	0,68
Tm =	0,55
TM-tm =	0,13
VANtm-VANTM=	\$24.555,66
VANtm/(VANtm-VANTM)=	\$0,95
(TM-Tm)(VANtm/(VANtm-VANTM))=	\$0,12
tm+((TM-tm)(VANtm/(VANtm-VANTM)))=	\$0,67

**TIR = 67%**

---

<sup>59</sup> Obra ya citada, Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos, pág.122



El 67% significa el porcentaje de rentabilidad que se obtendrá por cada dólar invertido de los recursos en el proyecto.

El TIR del inversionista es mayor al costo de oportunidad, es decir, el proyecto tiene alta rentabilidad, ya que el retorno del proyecto es suficiente para compensar el costo de capital y además produce rendimiento.

#### TIR-INVERSIONISTA

**Tabla 7.5: TIR.**

AÑOS	FLUJOS NETOS	tM 68%	Tm 55%
0	-99.515,92	-99.515,92	-99.515,92
1	55.678,38	33.141,89	35.921,53
2	63.729,39	22.579,86	26.526,28
3	72.207,99	15.228,51	19.390,55
4	94.051,00	11.806,64	16.294,33
5	102.189,96	7.635,93	11.422,20
6	109.191,65	4.856,62	7.874,07
7	118.515,33	3.137,69	5.513,82
<b>TOTAL</b>		<b>-1.128,80</b>	<b>23.426,87</b>

**Elaboración:** Paola Chiliguano

#### PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Período de recuperación de la inversión es un instrumento financiero que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su inversión inicial. Este indicador financiero mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Para el cálculo del PRI a valores actuales se tomará en cuenta los valores de la tabla del cálculo del VAN, puesto que, en este cuadro ya se ha igualado las series con la aplicación de la tasa de descuento.



**Tabla 7.5: Período de recuperación de la inversión (PRI)**

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJO ACUMULADO
0	-99.515,92	-99.515,92	-99.515,92
1	55.678,38	48.002,74	-51.513,18
2	63.729,39	47.369,48	-4.143,70
<b>3</b>	<b>72.207,99</b>	<b>46.272,57</b>	<b>42.128,87</b>
4	94.051,00	51.961,44	94.090,31
5	102.189,96	48.674,95	142.765,26
6	109.191,65	44.840,06	187.605,32
7	118.515,33	41.959,54	229.564,86

**Elaboración:** Paola Chiliguano

Los resultados indican que la inversión se recuperaría en el tercer año, ya que el flujo acumulado se convierte en positivo, que desde el punto de vista financiero económico es corto, es decir, un beneficio para la inversión.

#### PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio es el indicador que muestra el punto de venta en el cual la empresa no pierde ni gana, es decir, el punto en el cual los costos fijos más los variables se igualan a los ingresos totales.

Este punto nos indica el mínimo de unidades que deberíamos vender para no incurrir en pérdidas.

Se aplicará la siguiente fórmula para determinar el punto de equilibrio:

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{\text{PRECIO DE VENTA UNIT.} - \text{COSTOS VARIABLES UNIT.}}$$



Clasificación de los Costos.

DETALLE	FIJOS	VARIABLES
<b>Costos</b>		
Producto Terminado		178.100,00
Costos Generales		
Insumos	112,20	
Seguros	1.208,77	
Depreciación Edificios	443,70	
Depreciación Vehículo	3.774,00	
<b>Gastos Administrativo</b>		
Mano Obra	37.058,12	
Depreciación M y E	171,16	
Depreciación Equipo de Oficina	53,04	
Depreciación Eq. Computación	238,48	
Amortización	655,09	
<b>Gastos de Ventas</b>		
Gasto de Exportación		2.357,34
Carta de Crédito		652,94
Publicidad		1.020,00
<b>Gastos Financieros</b>		
Interés	5.350,45	
Amortización	22.635,44	
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>71.700,44</b>	<b>182.130,28</b>

Para calcular el Punto de Equilibrio:

En dólares:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas}}}$$

En Unidades:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de Venta Unit.} - \text{Costos Variables Unit}}$$



En dólares:

$$PE = \frac{71700,44}{1 - \frac{182.130,28}{332800}}$$

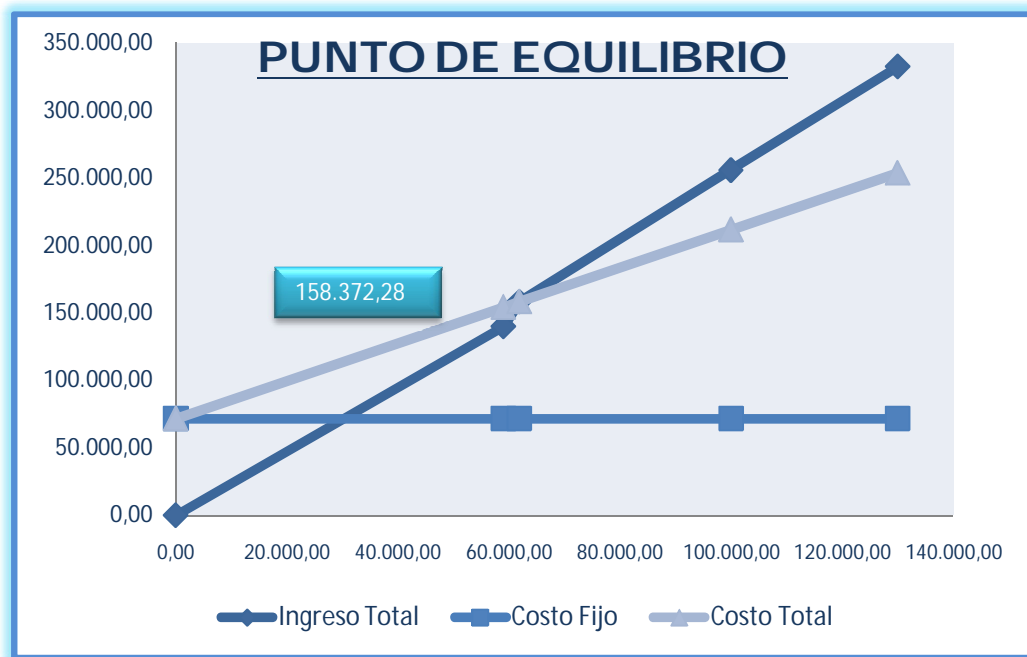
**PE = 158372,28**

En Unidades:

$$PE = \frac{71700,44}{2,56 - 1,40}$$

**PE = 61.864,17**

***Punto de equilibrio ECUABOTON CIA. LTDA.***



## 7.4. INDICADORES FINANCIEROS

Nos permiten evaluar la situación financiera de la organización, sin tomar en cuenta el factor tiempo en el dinero, con el objetivo de detectar fortalezas y debilidades del proyecto para corregir puntos débiles a tiempo.

Se utilizarán datos del primer año de operaciones para los cálculos, puesto que, son los datos que se acercan a la realidad.

### RENTABILIDAD

Los indicadores que se mostrarán a continuación, medirán la eficiencia de la empresa en la utilización de sus activos, en relación a la eficiencia en la gestión de sus operaciones. Se analizarán los rendimientos de la inversión, ventas, el patrimonio.

#### Índice sobre la inversión

Determina la eficiencia con que se han administrado los activos totales de la organización para obtener utilidad. Mientras más alto sea este índice mayor será la utilización que se ha dado a los activos.

$$\text{R.I.} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{R.I.} = \frac{50.342,92}{99.515,93}$$

$$\text{RI} = 51\%$$

La eficiencia con la que se han administrado los activos totales corresponde al 51%



### **Rendimiento Sobre la Inversión (R.O.I.)**

Mide el rendimiento obtenido por el accionista sobre la inversión total. Se mide por la relación entre la Utilidad Neta, después de los impuestos, y el capital total empleado.

$$\text{R.O.I.} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión Total}}$$

$$\text{R.O.I.} = \frac{50.342.92}{99.515.92}$$

$$\text{R.O.I.} = 51\%$$

Esta tasa nos indica la rentabilidad global de la inversión, recuperando por cada unidad monetaria invertida el 51%, a demás este representa el Rendimiento obtenido en el año 1 sobre la inversión total de ese año.

### **Rendimiento Sobre el Patrimonio (ROE)**

Mide el rendimiento obtenido por el accionista sobre su inversión en el capital de la empresa. Se determina mediante la relación entre la utilidad neta y el patrimonio.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{ROE} = \frac{50.342.92}{31.609.62}$$

$$\text{ROE} = 159\%$$

EL Rendimiento Sobre el Patrimonio es dividido para los tres accionistas que aportaron para el patrimonio del proyecto con el objetivo de conformar la sociedad, para cada accionista es el 53% sobre el capital aportado.



La Utilidad Neta de los socios con relación a su inversión es del 53% para cada uno, lo cual nos muestra que el invertir dinero en este proyecto genera mejores resultados que el que se obtuviera a través de la tasa pasiva.

### **Rendimiento sobre Ventas**

Mide el rendimiento obtenido por el accionista sobre las ventas de la empresa. Se determina mediante la relación entre la utilidad neta y los ingresos. Es deseable un margen de utilidad de nivel alto.

$$\text{Rendimiento sobre Ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingresos}}$$

$$\text{Rendimiento sobre Ventas} = \frac{50.342.92}{332.800.00}$$

$$\text{Rendimiento sobre Ventas} = 15\%$$

Por cada unidad monetaria de venta, se generan 0.15 centavos. El porcentaje de rentabilidad que se obtiene por cada dólar corresponde al 15% de utilidad sobre las ventas, sin embargo la rentabilidad crecerá con el pasar del tiempo.

### **Índice de Apalancamiento.**

Este índice nos indica que la empresa tiene un 68% de endeudamiento con respecto a la inversión total.







## 8. CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

### 8.1. CONCLUSIONES.

- La actividad exportadora es una fuente de ingresos que aporta al desarrollo económico del país, siempre que se cumplan con los niveles de calidad y competencia que mercados como Francia exigen.
- Dentro del sector tagua, los productores y exportadores tiene una asociación muy endeble, por lo que se considera un sector estructuralmente débil.
- No existe un apoyo lo bastante exitoso en la actualidad, para el desarrollo de este sector, puesto que, la producción de tagua no es controlada, en muchos casos hasta es rudimentaria, por lo que a veces se obtiene exceso de producción provocando que el precio de la tagua tienda a disminuir y que muchos de los productores de tagua concluyan que este negocio se va deteriorando con el tiempo.
- Podemos determinar que en la producción de tagua existe varios problemas que organizaciones como la Dirección de Desarrollo Económico (DDE), están preocupados por resolver; estos problemas pueden beneficiar a los productores de los botones de tagua, ya que, se podría obtener la materia prima a un bajo costo y ofrecer un bien terminado con valor agregado para obtener mayor utilidad.
- Se ha determinado que Ecuador cuenta con los recursos necesarios para la exportación de productos terminados.
- Ecuador es un país considerado monopolio en el negocio, puesto que somos el país donde se produce tagua de calidad y en cantidades exportables, es decir, no tiene competencia.
- El resultado de la presente investigación demuestra la viabilidad de comercializar botones de tagua en el mercado francés, reflejado por los porcentajes estadísticos, que sitúa a Francia entre los primeros lugares en el ranking de importadores de botones de tagua a nivel mundial, este puesto está dado por la nueva tendencia ecológica



- Francia como miembro de la Unión Europea acoge todas las disposiciones de la organización, por lo tanto ofrece a países como el Ecuador preferencias arancelarias brindando total apertura a nuestro producto.
- Francia no registra producción nacional de la tagua en su territorio, razón por la cual, se puede afirmar que la demanda de botones de tagua es positiva.
- La investigación ha determinado que Francia es un importador atractivo para la exportación de los botones, pero lastimosamente olvidado, países re exportadores aprovechan este olvido para luego de un corto proceso de transformación ofrecer nuestro producto a nombre propio.
- La mayor exportación se concentra en anímelas de tagua (materia prima para hacer botones), dejando de lado la opción de ofrecer botones terminados y obtener mayor utilidad.
- Los botones por ser un complemento ecológico necesario en las prendas de vestir de alta costura, puede alcanzar precios altos, que franceses están acostumbrados a pagar, puesto que hasta llegar a su destino final existen países re exportadores que ofrecen nuestro producto.
- Ecuabotón es una organización que busca eliminar de la competencia a países re exportadores, fomentando la exportación de productos terminados de calidad superior a precios razonables que cumplan con las necesidades de nuestros clientes.
- Después de realizar el análisis financiero en el que se consideraron ingresos y egresos del proyecto, se concluye que se obtendrá un proyecto factible.
- Determinamos que al fomentar las alianzas entre productores y exportadores reduciremos costos, riesgos, aumentaremos las exportaciones y apoyo de Estado.



## 8.2. RECOMENDACIONES

- De acuerdo a los estudios económicos financieros de este estudio se demuestra que el proyecto tiene una amplia perspectiva, por lo cual, se recomienda su implementación.
- Es fundamental iniciar con procesos de organización y capacitación constante, para comenzar con el desarrollo exitoso del sector tagua.
- Unir esfuerzos de todos los que intervienen en el ámbito de la producción y exportación de bienes terminados de la tagua; para ser realmente el monopolio en los mercados internacionales, que ya somos considerados por producirla, y así generar nuevas fuentes de trabajo.
- ASOTAGUA debería tomar en cuenta:
  1. Fomentar la organización para juntos controlar la cantidad de producción de tagua.
  2. Ajustarlos a un proceso de control de calidad en la elaboración de los productos terminados para adaptarse a las necesidades del mercado.
  3. Crear centros de capacitación, para que productores y exportadores transmitan sus experiencias y conocimientos para el desarrollo exitoso del sector tagua.
- Es importante que innovemos la oferta exportable, para ofrecer variedad y satisfacción al cliente internacional.
- Tener en cuenta que la viabilidad de un proceso de exportación exitoso depende de la planificación, ejecución y el control de todas las actividades relacionadas con el flujo completo a través de la empresa.



## BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, Miguel Ángel, Marketing Internacional, editorial Trillas, México, 2002.
- Barreno, Luis, Manual de Formulación y Evaluación de Proyecto, Primera Edición, 2000.
- Cateora, Philip R., Marketing Internacional, Times Mirror S.A.España, IRWIN, 1995, octava edición.
- Colaiacovo, Juan Luis, Exportación Comercialización y Administración Internacional, Centro Internacional de Administración y Comercio, Lima, Servicio de copias graficas S.A., 1983, Segunda Edición,
- Czinkota Michael R. Ikka A. Ronkainen, Marketing Internacional, McGraw-Hill Interamericana, México, D.F., Litográfica Ingramex, 1996, cuarta edición.
- Folleto CCL. Comité Costarricense de Logística, Manual de Logística de Paletización, edición 2, pág. 12, 2003.
- Folleto CORPEI, Manual Costos de Exportación, Fedexpo, Serie: Cultura Exportador, pág. 20
- Folleto Diario Oficial de la Unión Europea, REGLAMENTO (CE) NO 648/2005 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO, no 2913/92 del Consejo por el que se aprueba el código aduanero.
- Gayle Rayburn, Leticia, Contabilidad y Administración de Costos, Tr. Jaime Gómez Mont. Editorial McGraw-Hill; México: 1999, sexto Volumen.
- Jany, Jose, Investigación Integral de Mercados, Segunda Edición.
- Eco, MENESES Edilberto; Preparación y Evaluación de Proyectos
- Mercado, Salvador, Comercio Internacional I, grupo Noriega, México, Limusa, 1992, segunda edición,
- Nassir, Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos.
- Osorio Cristóbal, Diccionarios de Comercio Internacional, Bogotá, ECOE Internacional



- Pashigion, Peter, Teoría de los Precios y Aplicaciones, Mc Graw-hill, USA, Copyright MCMXCV, 1996.
- William J. Stanton, Fundamentos de Marketing, McGraw-Hill, México, 1973.
- Ley de compañías, Sección V, Disposiciones Generales, Artículos 93 y 94
- Ley Orgánica de Aduanas, Regímenes Aduaneros,
- Reglamento CE No.2820/98 publicado en -Diario Oficial L357 del 31 de diciembre de 1998.
- Incoterms 2000, Selección de Publicaciones de la CCI, Traducción Española,

#### LINK

- [www.ecuadorexporta.org](http://www.ecuadorexporta.org), 2009, Economista Serna, Paulina, Perfil de Tagua,
- [www.eumed.net/libros/2005/acs/](http://www.eumed.net/libros/2005/acs/) Sigales Alberto C. La Naturaleza de la Riqueza. Edición electrónica a texto completo en
- [www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,00.bin?doc=4329756](http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,00.bin?doc=4329756) La Oficina Económica y Comercial de España París,"Canales de Distribución".
- <http://www.botontaguaecuador.com/caracteristicas.html>, 2009
- <http://www.colombiararte.com.ar/semillas.php>, 2009
- <http://www.senplades.gov.ec/web/senpladesportal/inicio;jsessionid=EDE63CD88F6F8303F5EF1E9A330390CC>.
- [http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/la-venta-de-botones-de-tagua -14175-14175.html](http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/la-venta-de-botones-de-tagua-14175-14175.html)
- <http://www.telegrafo.com.ec/economiasolidaria/noticia/archive/economiasolidaria/2009/03/30/La-tagua-diversifica-al-agro.aspx>
- <http://www.redet.info/redif/pg/pages/view/566/>
- <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno.html>
- <http://comexi.gob.ec/>
- <http://www.proexport.com.co/vbecontent/VerImp.asp?ID=1161&IDCompanya=16>



# ANEXOS



## ANEXO 1 Artículos interesantes de Revistas, Periódicos, Diarios TAGUA EL MERCADO NECESITA BOTONES

Exportar tagua semiprocesada ya no es un asunto tan rentable, afirma Pietro Moretti, arquitecto e industrial italiano que desde hace algunos años trabaja en el Ecuador. "La clave está en vender productos terminados, con mucho valor agregado, al mercado asiático y estadounidense, donde se demanda calidad".

Moretti, quien es accionista de una de las empresas más grandes del negocio de la tagua, explica que debido al exceso de producción en el país el precio internacional del bien ha caído en más de un 40 por ciento.

La afirmación de Moretti se comprueba al revisar las cifras de exportaciones: en 1996 las ventas de bultos de tagua fueron un 25 por ciento superiores a las del año anterior. Sin embargo, los ingresos en el mismo período se elevaron en apenas seis por ciento.

En otras palabras, hubo un incremento de 110 mil a 138 mil bultos en los niveles de exportación, pero el alza no fue igual si se habla en dólares: en 1995, se facturaron nueve millones 500 mil, mientras en 1996, se llegó a 10 millones 124 mil dólares.

En la actualidad, existen 28 firmas -entre productoras y comercializadoras- que exportan tagua semielaborada a los mercados europeos de Italia, Francia, Inglaterra, Alemania.

Sin embargo, en la actualidad se están abriendo nuevas perspectivas en Japón y Corea, países que demandan productos terminados y listos para usar.

Es así que los industriales de la tagua ven la oportunidad de explotar un nuevo nicho para sus productos, con una ventaja extra: la producción informal deja de ser su competencia y empieza a ser su aliada, "pues -según Rolando García, gerente de Botatagua- es más barato comprar tagua a los artesanos y dedicarse únicamente a la industrialización del producto".

### El cambio

Al momento la mayor parte de exportaciones de tagua están conformadas por productos no acabados o animelas: rodels que permiten elaborar botones (broches) utilizados por la industria textil.

La propuesta de los industriales de la tagua consiste en cambiar el contenido de las ventas al exterior: no bultos de animelas sino de botones elaborados 100 por ciento en el Ecuador. El principal obstáculo que enfrentarán los industriales será la desconfianza internacional hacia la empresa latinoamericana.

Pero esta dificultad está presente en los planes de los exportadores, quienes opinan que aunando esfuerzos se pueden lograr los niveles de eficiencia que el mercado exige.  
(DIARIO HOY) (P. 7-A)





## Botones de tagua para marcas reconocidas de ropa

**Jaime Cevallos, para EL UNIVERSO | BARCELONA, ESPAÑA**

“Es una materia muy noble, apreciada por la gente que entiende de calidad”. Con esta frase, Jordi Oriol, gestor de producción de la fábrica española de botones Botondor, define a la tagua, que se ha convertido en una de las cartas que tienen los empresarios textiles de Europa para defenderse de las importaciones asiáticas.

La tagua, desde hace más de 130 años, ha sido el símbolo de Ecuador dentro de la moda europea; en el transcurso del siglo pasado, sirvió para dar el toque de calidad en aquellas prendas concebidas por los grandes diseñadores.

Conocida como corozo en Europa, la tagua comenzó a llegar al Viejo Continente en 1865 con los empresarios alemanes, que con ella fabricaban botones que se comercializaban en los países cercanos.

En Moda In -certamen realizado en Milán del 9 al 11 de febrero- la fábrica italiana Botonificio Padano mostró

varios modelos de botones de tagua. Uno de los representantes de la empresa explicó que se abastecen del “corozo” en Manabí. “Tenemos una fábrica en la ciudad de Manta, en la que trabajan alrededor de 150 personas”, aseguró.

Mientras que Padano accede a la tagua en el mismo punto de origen, Oriol comenta que los proveedores de Botondor son familias ecuatorianas que trabajan en la recolección de esta materia.

En la lista de consumidores de botón de tagua figuran marcas de la talla de Armani, Versace, Adolfo Domínguez, Caramelo, H. Boss, Burberrys, entre otras.



# Tagua, exclusividad sudamericana

*Esta semilla también es ocupada por diseñadores de alta costura para los botones de sus prendas.*

*La Tagua es semilla de la 'Palmera Real', misma que proviene de América del Sur y sólo crece en bosques tropicales y húmedos, especialmente en países como Ecuador, Colombia y Panamá.*

*Esta espinosa palma, de apariencia poco encantadora y que mide entre 5 y 6 metros, toma 15 años de su vida para dar los primeros frutos. El árbol tiene alrededor de tres cosechas al año, las cuales brindan un conjunto 90 semillas por árbol.*

*Al secarse al sol y pulirse, las semillas toman una apariencia semejante al marfil, que pese a la diferencia de sus propiedades, hace que la tagua también sea conocida con el nombre de "marfil vegetal".*

*Tras el proceso mencionado, las semillas*

*pueden ser talladas y recortadas de acuerdo a la forma que se desee lograr.*

*Pero esta semilla no sólo se usa recientemente. La tagua ha sido ocupada desde 1850 para la manufactura de botones. Por más de 50 años fue comercializada de forma exclusiva a Europa y el resto del mundo por la "Casa Tagua Alemana", la cual escondía la procedencia del codiciado y exótico material.*

*Sin embargo, con la apertura del Canal de Panamá, se puso en evidencia el secreto tan celosamente guardado, la procedencia de los barcos, los cuales llegaban cargados de tagua desde Sudamérica, no de África como se pensaba en un inicio.*

## **Tagua fina vs plástico**

*Después de la Segunda Guerra Mundial, el plástico ya era una materia altamente comerciable, razón por la cual se pensó*

*que se terminaría de forma definitiva el reinado de la Tagua; pero no fue así.*

*A finales de los años sesenta unos fabricantes italianos viajaron a Ecuador, esto con el fin de reactivar el mercado de la tagua, que de por sí llevaba las de ganar gracias a la procedencia natural de este material.*

*Para 1969, estos italianos lograron reestructurar el mercado de la tagua, apoyándose en renombrados diseñadores de la moda como: Cristian Dior, Yves Saint Laurent, Valentino, Versace, Ginocchietti, entre otros, quienes usan botones de tagua para sus sofisticadas y exclusivas prendas.*

*Actualmente la cotizada semilla se exporta desde Ecuador a todo el mundo, principalmente a Europa y recientemente inició su venta en China, agrandándose así el mercado enormemente.*



## UE busca socios en el país

Publicado el 25/Noviembre/2009 | 00:15

### *Ocho empresarios europeos fortalecen lazos con productores ecuatorianos*

Con unas pocas muestras de anímelas de tagua en mano, mostrando la bisutería que llevaba consigo, más una pausada explicación para ser entendida, la pequeña productora Maritza Cárdenas, intentaba conquistar con sus artículos a dos de los ocho empresarios europeos que permanecerán en Guayaquil hasta hoy.

Las intenciones no solo nacen de Cárdenas, sino de 99 pequeños productores más agrupados en la Federación de Productores de Anímelas de Tagua de Manta. En la actualidad, ellos comercializan en el interior del país, pero entre las metas están adquirir una botonera con un préstamo que les otorgará el Ministerio de Industrias, por \$700 000, lo cual permitirá procesar el 15% de la producción que genera este grupo.

La idea, según explicaba Cárdenas, es comercializarla a escala internacional no solo en anímelas sino la tagua hecha botón, lo cual significaría incrementar tres veces el valor de la madera procesada.

**Si un kilo de anímelas de**

**tagua de cuesta \$6, esta misma cantidad, hecha botón, significaría \$18,** aseguran los europeos y calculan representantes de los productores de tagua de Manta, provincia de Manabí, quien en busca de mejoras mantiene una asociación por más de 10 años y hoy buscan comercializarlo a países europeos y de Asia.

Junto a ellos, los potenciales compradores europeos Philippe Juglar, de ABCD Consulting; Gilbert Uvillemin, de Suiza; Franck Boulme; de FHB, entre otros, buscaban negociar o conocer más sobre todos los productos alimenticios y agroalimentarios con los que cuenta el Ecuador.

Gilbert Uvillemin, en su limitado español, explicaba que él vino en busca de productos como la quinua y hierbas medicinales. "En mi país tienen mucha acogida y es por ello que estamos aquí", comentó el empresario.

Mientras que Franck Boulme, de FHB, ofrecía el servicio de transportación a las empresas ecuatorianas que concreten sus ventas con la Unión Europea. "Ofrezco lo mejor de los

contenedores para los productos que requieren de refrigeración", dijo.

A esos productos también se sumaron los de las grandes empresa nacionales como La Fabril.

Ellos expusieron su variedad de aceites; asimismo artesanos expusieron lo mejor de los sombreros de paja toquilla, asimismo lo hicieron los chocolateros y productores bananeros.

"El Ecuador tienen un fuerte potencial para satisfacer al mercado de la Unión Europea, es por ello que hoy estamos aquí con todos los que ofrecen sus productos agroalimentarios y alimenticios", comentó Bernardo Pérez, de la Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexport), empresa que busca fortalecer las oportunidades de negocios con la Unión Europea.

Esta reunión, según Pérez, sería la primer fase para potencializar las relaciones comerciales. La idea es abastecer a 27 países que representan 500 millones de personas, lo que los convierten en el primer mercado de consumo . (NMCH)



ANEXO 2: Tabla de Productos Importados por Francia

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de Eurostat.

Código	Descripción del producto	Valor importada en 2005	Valor importada en 2006	Valor importada en 2007	Valor importada en 2008	Valor importada en 2009
'96062900	BUTTONS (EXCL. OF PLASTICS OR BASE METAL, NOT COVERED WITH TEXTILE MATERIAL, PRESS-FASTENERS, SNAP-FASTENERS, PRESS STUDS AND CUFF LINKS)	11412	14130	16790	15637	11390



**ANEXO 3: Lista de los principales mercados proveedores para un producto importado por Francia**

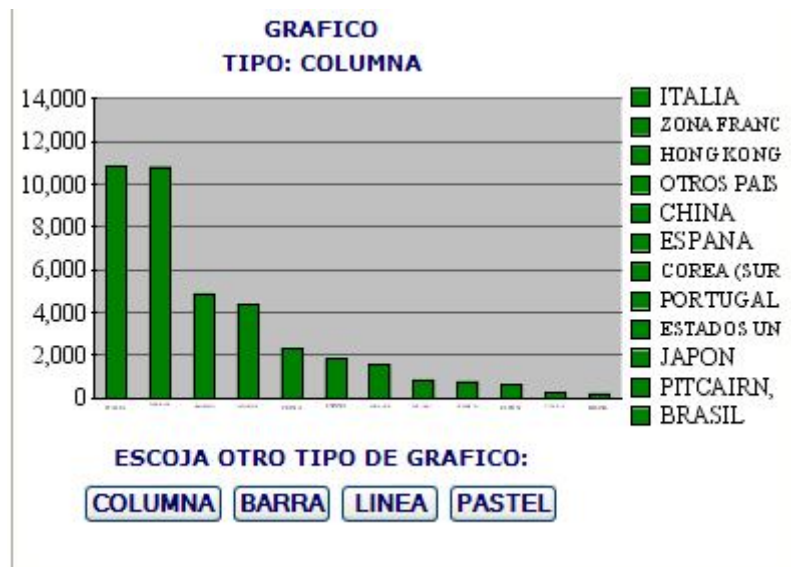
Producto: 960629 los demás botones, excepto los de metales comunes y de plástico  
Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE.

Exportadores	Valor importada en 2005	Valor importada en 2006	Valor importada en 2007	Valor importada en 2008	Valor importada en 2009
'Mundo	11108	13768	16275	15741	11274
'Italia	7161	8449	10394	10182	7800
'Alemania	513	776	1246	1068	727
'España	355	436	126	240	475
'China	473	660	1060	710	425
'República de Corea	990	927	909	604	323
'Austria	97	110	162	242	233
'Turquía	4	45	162	296	223
'Rumania	58	241	272	304	192
'Madagascar	300	375	325	355	146
'Viet Nam	77	183	185	283	107
'India	165	161	158	180	86
'Reino Unido	7	30	115	34	74
'Marruecos	10	8	37	59	69
'Estados Unidos de América	51	105	26	35	47
'Tailandia	32	85	4	119	42
'Portugal	169	240	542	405	39
'Japón	139	163	63	197	35
'Túnez	58	68	33	116	33
'Bulgaria	21	85	18	34	31
'Lituania	0	45	8	7	31

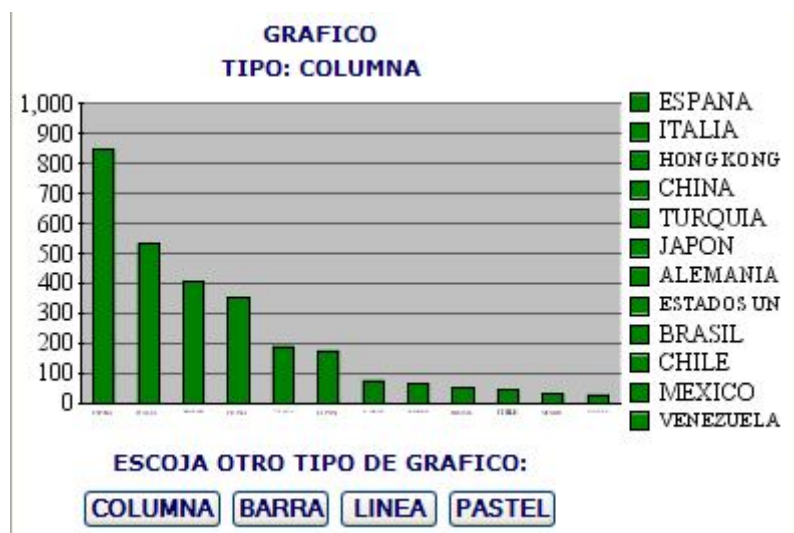


## ANEXO 4: Exportaciones de Anímelas y Botones durante el período 2005/2009

### 9606301000 Anímelas



### 9606291000 Botones



**ANEXO 5: Clientes Potenciales en Francia.**

**CLIENTES POTENCIALES  
EMPRESAS EN PARÍS– FRANCIA**

<b>EMPRESA</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>
ACCOSTAGES	4 Rue Saint Nicolas 75012	33 1 44 87 03 36
ALAIN D IF ESOPE	30 Rue Boyer 75020	33 1 43 58 77 39
ALPHA MODE ACCESSOIRES	17 Rue Paul Bert 75011	33 1 43 79 28 09
ANAIS	27 Quai De La Seine 75019	33 1 44 72 30 01
ARTNUPTIA	32 Rue Notre Dame Victoires 75002	33 1 42 36 06 75
AVANEZ	193 Rue Saint Denis 75002	33 1 42 36 28 98
BATUCADA	21 Rue De Madrid 75008	33 1 46 03 26 18
BEST FOULARDS	26 Rue Beaubourg 75003	33 1 42 78 98 88
BOCCARA CECILE	48 Rue Des Petites Ecuries 75010	33 1 48 24 22 06
BRONZES ANTIQUES	7 Rue Saint Nicolas 7 9 75012	33 1 43 40 69 05
BRYKALSKI	97 Rue De Rennes 75006	33 1 45 49 32 12
CATHERINE CARDINE SARL	235 Rue Saint Honore 75008	33 1 45 72 35 15
CECILE ET JEANNE BUSINESS	49 Avenue Daumesnil 75012	33 1 43 41 24 24
CEDRIC JULIEN	23 Rue Berger 75001	33 1 42 77 26 50
CEINTURION	208 Rue Saint Maur 75010	33 1 42 01 62 68
CHAIRMAN	16 Rue Vavin 75006	33 1 42 50 30 73
CHICHI'S	25 Rue Popincourt 75011	33 1 43 38 89 57
CITIME FRANCE	162 Rue Faubourg St Honore 75008	33 1 47 66 01 21
CLOEL	2 Boulevard De Strasbourg 75010	33 1 42 40 28 25
COLLAERT L'AIGLON	16 Rue De L'Arcade 75008	33 1 53 30 25 90
COMPAGNIE FINANCIERE TEX	12 Rue Lincoln 75008	33 1 45 62 06 72
COPA COMPAGNIE TEXTILE	57 Rue N Dame De Nazareth 75003	33 1 48 87 47 72
COURT CIRCUIT	73 Boulevard De Sebastopol 75002	33 1 42 33 07 35
CRAVATATAKILLER	94 Rue De La Victoire 75009	33 1 40 40 96 46
CREATIONS ELBE	45 Rue D Hauteville 75010	33 1 45 23 30 07
CRINO LIGNE	9 Rue Du Fg Poissonniere 75009	33 1 40 22 03 22
DAVID BALANCHINE SOCIETES	47 Rue Rouelle 75015	33 1 47 00 08 63
DAVID ET CIE CRAVATE	140 Rue Du Temple 75003	33 1 42 78 62 24
DOMINIQUE FRANCE	58 Rue Pierre Charron 75008	33 1 42 25 12 32
ETABLISSEMENTS LEGERON TISSOT	20 Rue Des Petits Champs 75002	33 1 42 96 94 89



# ECUABOTON CÍA. LTDA





## ANEXO 6:

### MODELO DE MINUTA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. - Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: JAMES ORIOL TAIMAL ENRIQUEZ. GONZALO MIGUEL ZAPATA y PAOLA CHILIGUANO; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, casados los dos primeros y soltera la última, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada «ECUABOTON CÍA. LTDA.» la misma que se registrará por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE .C CÍA. LTDA.

CAPITULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO,

FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTICULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Manta, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Manabí. República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada « ECUABOTON CÍA. LTDA.

ARTICULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad, la exportación y comercialización de los Botones de tagua.

Se tendrá como objetivo dedicarse a:

Intervenir en licitaciones públicas o privadas y subastas relacionadas con el objeto social, tanto en el país como en el exterior.

Podrá así mismo intervenir sola en asociaciones nacionales o extranjeras en licitaciones, concursos relacionados con el objeto social, tanto en el país como en el exterior.

Formar parte de otras compañías o fusionarse con otras empresas sociedades, corporaciones y fundaciones nacionales o extranjeras legalmente constituidas o por construirse en el país o en el exterior, que tengan objetivos similares,

Podrá abrir oficinas, sucursales, agencias, centros de promoción en el país y en el exterior, para desarrollar actividades propias de su objeto social,

Podrá realizar actividades administrativas, financieras, bancarias y de control para el fiel cumplimiento del objeto social, y,

Podrá celebrar toda clase de actos y contratos civiles, mercantiles, laborables y de cualquier otra índole, necesarios para el fin propuesto y permitido por las leyes ecuatorianas: en consecuencia serán propias de la compañía todos los actos y contratos que se relacionen directa o indirectamente con el objeto social.



La compañía podrá por sí o por otra persona natural o jurídica intervenir exportación de los productos que elabore y en las actividades mineras, si ello es conveniente a sus Intereses; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, y para celebrar contratos con otras empresas que persigan finalidades similares sean nacionales o extranjeras.

ARTICULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTICULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de diez años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

## CAPITULO SEGUNDO

### DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE

### LA RESERVA LEGAL

ARTICULO CINCO.- El capital social de la compañía es de \$ **31.609,62** dólares, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTICULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

ARTICULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTICULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTICULO NUEVE.- Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTICULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo



resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

ARTICULO ONCE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

#### CAPITULO TERCERO

##### DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

#### CAPÍTULO CUARTO

##### DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la compañía •ECUABOTON CIA. LTDA.\* ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma:

SOCIOS	CAPITAL SUSCRITO (en dólares)	CAPITAL PAGADO (en dólares)
JAMES ORIOL TAIMAL ENRIQUEZ	10.536,54	10.536,54
GONZALO MIGUEL ZAPATA	10.536,54	10.536,54
PAOLA CHILIGUANO	10.536,54	10.536,54
<b>TOTAL</b>	<b>31.609,62</b>	<b>31.609,62</b>

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

(f) El Abogado



## ANEXO 7: Gastos de Exportación

### GASTOS PARA EXPORTACIÓN

DE : TRADING EXPRESS  
PARA: ECUABOTON CIA. LTDA. - Paola Chiliguano  
ASUNTO: SERVICIO: EXPORTACIÓN A CONSUMO  
FECHA: 17/01/2011  
MERCADERIA: BOTONES DE TAGUA  
PESO: 23,64 TONELADAS  
CANTIDAD:  
REGIMEN: EXPORTACIÓN A CONSUMO  
QUITO - LE HAVRE



FLETE			
CONTENEDOR 40'	\$	3350,00	p/contenedor
THC L	\$	40,00	p/contenedor
DOCUMENTACION	\$	50,00	
HANDLING	\$	50,00	p/contenedor
SELLOS	\$	20,00	p/contenedor
COLLECT FEE	\$	30,00	p/contenedor
MANEJO LOCAL	\$	35,00	p/contenedor
	<b>TOTAL FLETE</b>		
	\$		3415,00
<b>HONORARIOS</b>			
<b>OFICINA</b>	\$		120,00
	<b>TOTAL DE GASTOS DE</b>		
	<b>EXPORTACIÓN</b>	\$	3535,00

Tránsito: 22 días aproximadamente, vía Balboa, salidas semanales.

\*\*Tarifa prepagada vigente hasta el 28 de febrero del 2011, baf y demás recargos VATOS, esto es cuando hay

alguna variación en el combustible.

Los contenedores tienen que estar en el puerto 3 días antes.

**NOTA: SE NECESITA LA FACTURA COMERCIAL EN INGLÉS PORQUE LA ORDEN DE EMBARQUE SE LO HACE LOCALMENTE, Y EN DESTINO LO SOLICITAN DE ESA MANERA. ESTÁN INCLUIDOS TODOS LOS COSTOS PARA REALIZAR LA EXPORTACIÓN. PERO LO CUAL, HEIDELBERG DEBE ESTAR REGISTRADO EN LA ADUANA DE ECUADOR COMO EXPORTADOR. NO INCLUYEN GASTOS DE IMPUESTOS Y TRANSPORTE EN DESTINO.**



**TRANSPORTE DE CARGA NACIONAL: (Guayaquil - Quito - Guayaquil)**

- Transporte de carga suelta, contenedores de 20 – 40 y 40HC.
- Custodia y seguro de carga local.

**TARIFAS PARA EL TRANSPORTE DE CARGA UIO-GYE-UIO**

Precio por Contenedor/20	250,00
Precio por Contenedor/40	450,00
Costo por Kilo mínimo hasta 15,00	2,50
Costo por Kilo mínimo hasta 15,00	0,10
Costo por Tonelada	55,00
Costo por metro cubico	20,00

Quienes hacemos Trading Express S.A., agradecemos su amable atención a la presente y esperamos poder servirles.

**Muy Atentamente;**

  
**MAURICIO HEREDIA**  
**ASESOR DE COMERCIO EXTERIOR**  
**092601246**  
**022418707 / 022418706**  
**mauricioheredia2010@hotmail.com**  
**www.tradingexpress.com.ec**

**Quito:**

De la Canela E2-107 y Av. Amazonas  
Telefax: 2418706 / 2418707 / 2416821  
Celu: 092601246 MOV – 096489867 ALE  
E.mail: mauricioheredia2010@hotmail.com

**Guayaquil:**

Juan Tanca Marengo Km 2 ½  
Telefax: 04-6006785/786/787  
Celu: 096487739  
E.mail: Trading\_express@gue.satnet.net

**Miami:**

3410 NW 73 Rd Av. Miami, Fl. 33122 USA  
Phone: 305-591-1161  
Fax: (305)591-5960  
E.mail: cmayer@pentabox.com



## ANEXO 9: Cotización Costo del Terreno



 [Registrarse/Entrar](#)



Anuncios 

[Mapas](#)

[Inmobiliarias](#)

[Departamentos](#)

[Convertidor Divisas](#)

[Hechos y Cifras](#)

[Contacto](#)

[Home](#)

[Anúnciese Gratis](#)

[Venta de Casas](#)

[Alquiler de Casas](#)

[Alquiler Departamento](#)

[Venta Departamento](#)

[Alquiler Comerciales](#)

[Venta Terrenos](#)

[Propiedades Rurales](#)

[Venta Comerciales](#)

[Mar, Lago, Río, Islas](#)

[English](#)



Vendo Terreno Urb. Jarami sol junto Aeropuerto 500mt2 a 20 dólares el metro

### Descripción

Vendo Terreno en la Ciudad de Manta Sector Base de Manta Aeropuerto, a 20 dólares el metro informes al 2465435 y al 093083477 con Miguel Álvarez

**Actualizado:** Viernes, 12 Diciembre 2010 **Referencia Habitamos:** 4257303

[Casa en Guayaquil Ecuador](#) desde 171€/mes, 3 Dormitorios Financiación muy facil desde España [www.promaga-ec](http://www.promaga-ec)

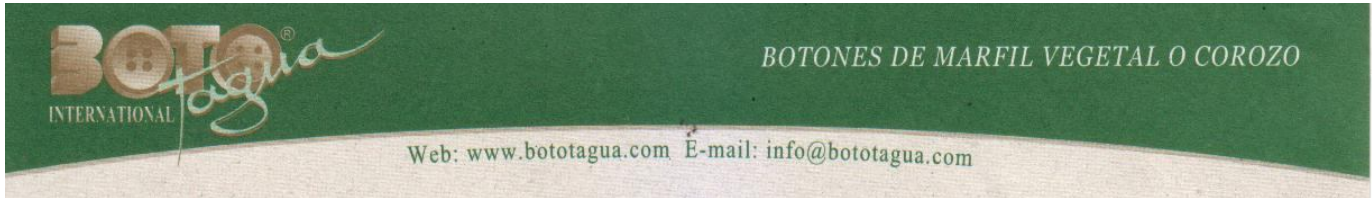
[Detersivi alla spina](#) Distributori automatici detersivi alla spina self service [www.bollicino.it](http://www.bollicino.it)

[Inmobiliaria Las Terrenas](#) Villas en venta a Las Terrenas Republica Dominicana Samana [www.csp-las-terrenas.com](http://www.csp-las-terrenas.com)



Anuncios 





Srta. Paola Chiliguano  
ECUABOTON  
Quito.-

Estimada Señorita,

Queremos darle el trato de preferencia que usted se merece y le otorgamos los mejores precios que puede encontrar.

Nuestros precios se basan a la categoría de Clásicos / Naturales -Tinturados y Especiales /Naturales -Tinturados.

Esperando nuestra oferta sea de su total agrado y recibamos de ustedes una respuesta positiva.

Para esta cantidad solicitada se les otorgará el 20% de descuento. (Adjunto el archivo de precios).


Sin más me despido muy cordialmente,

CANTIDAD GRUESAS	MEDIDA	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO PROMEDIO	VALOR TOTAL ANUAL USD \$
130000	18-40	BOTON DE TAGUA C.C.	1.37	178100,00

Sugey Delgado A.  
Bototagua Cia.Ltda

Av. 113 detrás del C.C. El Paseo Shopping  
Telfs.: 593-5-2922932 / 2922916, Fax: 593-5-2921266  
P.O.Box: 13-05-29 **Manta - Ecuador**

ANEXO11: FACTURA PROFORMA


		<p>ECUABOTON CIA. LTDA                  Exportación y Comercialización                  Base de Manta Aeropuerto Manta -Ecuador                  RUC: 171647406700                  FACTURA: 000210</p>			
SEÑOR(ES)	BROCHOT	Nandina:	96.06.29.10.00		
Referencia:	Botones de Tagua	Transporte:	Marítimo		
Condiciones de Pago: Carta Crédito		Puerto			
		Embarque:	Guayaquil		
		Puerto Destino:	El Havre		
		Embalaje:	433 sacos polipropileno.		
		Peso:	11818,302kg		
MARCA	CANTIDAD	MEDIDA	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ECUABOTON	65000	18-40	Boton de Tagua	2,56	166400
TOTALES	433				166400





ANEXO12:

LISTA DE EMPAQUE

		ECUABOTON CIA. LTDA Exportación y Comercialización Base de Manta Aeropuerto Manta -Ecuador RUC: 171647406700 FACTURA: 000210		
SEÑOR(ES)	BROCHOT	Nandina:	96.06.29.10.00	
Referencia:	Botones de Tagua	Transporte:	Marítimo	
Condiciones de Pago:	Carta Crédito	Puerto Embarque	Guayaquil	
		Puerto Destino:	El Havre	
			433 sacos	
		Embalaje:	polipropileno.	
		Peso:	11818,302kg	
LISTA DE EMPAQUE N: 0210				
MARCAS	NUMERO DE BULTOS	CONTENIDO DE BULTOS	PESO NETO	PESO BRUTO
ECUABOTON	01-30/433	Boton de Tagua BL	27,19 kg	27,29 kg
	31-60/433	Boton de Tagua VER	27,19 kg	27,29 kg
	61-90/433	Boton de Tagua AM	27,19 kg	27,29 kg
	91-120/433	Boton de Tagua LILA	27,19 kg	27,29 kg
	121-150/434	Boton de Tagua NAR	27,19 kg	27,29 kg
	151-180/435	Boton de Tagua ROJ	27,19 kg	27,29 kg
	181-221/436	Boton de Tagua 4BL	27,19 kg	27,29 kg
	222-400/437	Boton de Tagua AM	27,19 kg	27,29 kg
	401-437/437	Boton de Tagua NEG	27,19 kg	27,29 kg
	TOTALES			11818,302kg



El proyecto se realizó durante el año 2010 por lo cual la información recolectada a las fuentes de información, fueron organismos que de acuerdo al Registro Oficial No. 351 - Miércoles 29 de Diciembre de 2010, Fueron reestructuradas con la aprobación del Proyecto de CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES.

ASAMBLEA NACIONAL

CÓDIGO:

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

ASAMBLEA NACIONAL

Of. No. SAN-010-2038

Quito, 22 DIC 2010

Señor Ingeniero  
Hugo Del Pozo  
DIRECTOR DEL REGISTRO OFICIAL  
En su despacho

Señor Presidente:

La Asamblea Nacional, de conformidad con las atribuciones que le confiere la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de la Función Legislativa, discutió y aprobó el Proyecto de CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES.

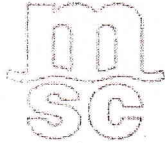
En sesión efectuada el 16 de diciembre de 2010, el Pleno de la Asamblea Nacional conoció y se pronunció sobre la objeción parcial presentada por el Presidente Constitucional de la República.

Por lo expuesto; y, tal como dispone el artículo 138 de la Constitución de la República del Ecuador y 64 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa, remito el Auténtico y copia certificada del texto del proyecto de Ley aprobado, así como también la certificación de las fechas de su tratamiento, para su publicación en el Registro Oficial.

Atentamente,

f.) Dr. Francisco Vergara O., Secretario General.





MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY

MSC ECUADOR  
AVE FCO DE ORELLANA Y ALBERTO BORGES  
GUAYAQUIL  
[mscecuador@mscecuador.com](mailto:mscecuador@mscecuador.com) / [conts@mscecuador.com](mailto:conts@mscecuador.com)  
+593 4269 3292  
+593 4269 3283  
Container Release Order / Orden para retiro de contenedor

ORDEN # 27

Date : 27/11/2008

Depot: FITCONTAINER/JUAN CARLOS TORO

OBSERVACIONES : SELLOS ASIGNADOS POR DEPOSITO QUITO.

SRES. FITCONTAINER DESPACHAR UNIDADES OPERATIVAS DE MAYOR ALMACENAJE.

RETIRAR CONTRS. EN PATIO FITCONTAINER AV. SIMON BOLIVAR A 500 MTS. DE LA CURVA A SANTA ROSA (NUEVA VIA), CONTACTARSE CON EL SR, JUAN CARLOS TORO TLF: 022-691299 - 094-305849, UNA VEZ CARGADO INGRESARLO A CONTECON PUERTO.

EL CLIENTE ES RESPONSABLE POR CUALQUIER PERDIDA, DAÑO, ROBO, ACCIDENTE, ETC, QUE AFECTEN LOS EQUIPOS DE MSC.

SI LA UNIDAD SE RECUPERA DEBE SER DEVUELTA AL PATIO DE MULTIMODAL EN GUAYAQUIL AV. 25 DE JULIO DIAGONAL AL EDF. DE INOCAR, YA QUE ES EL UNICO LUGAR AUTORIZADO PARA LAS REPARACIONES DE LAS UNIDADES DE MSC.

EN CASO DE PERDIDA TOTAL DEL EQUIPO, SE LE EMITIRA LA FACTURA CORRESPONDIENTE POR EL VALOR COMERCIAL DEL CONTECOR(ES) INVOLUCRADOS.

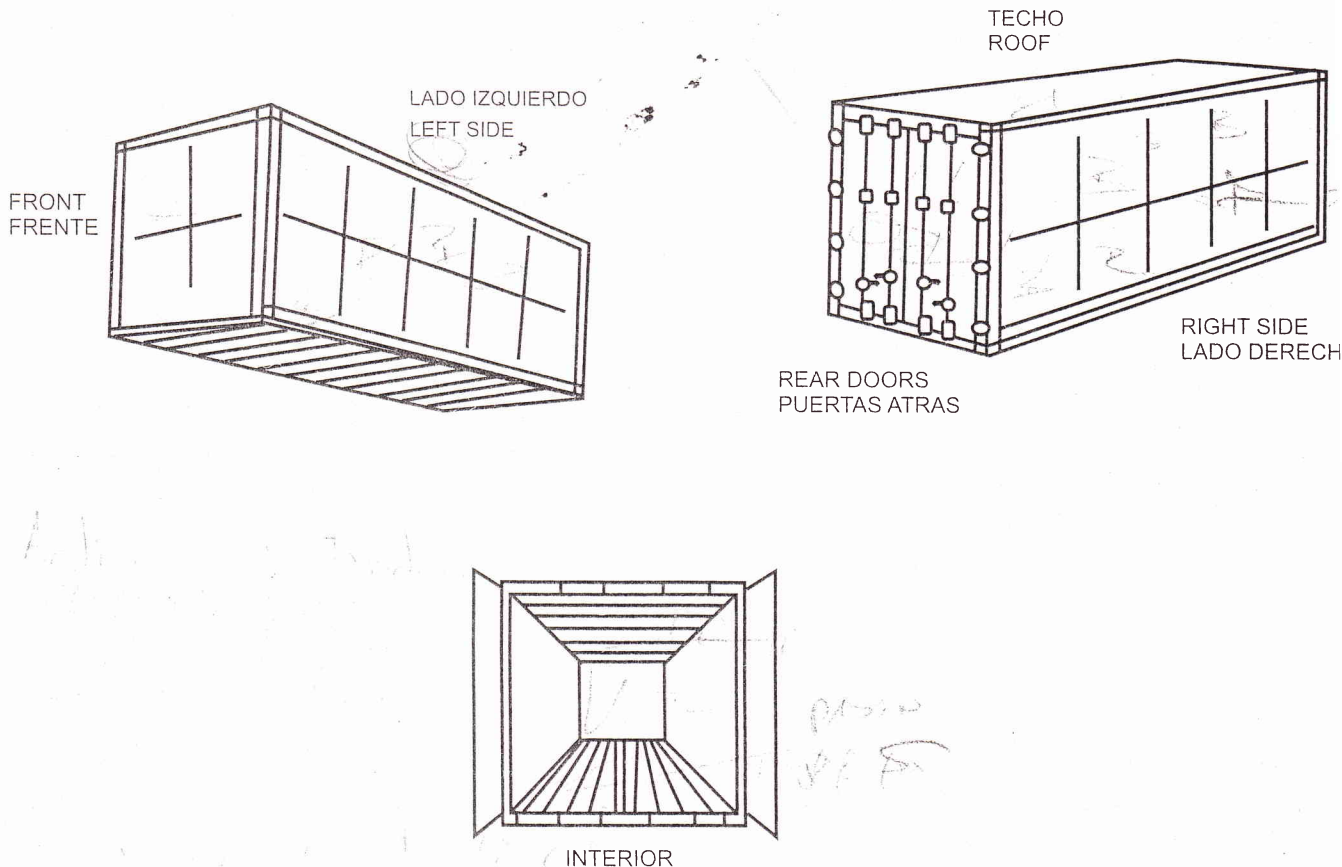
M.C Number : RO149MSCEC8445  
Mkn Ref No : 149MSCEC8445  
Commodity : PLASTIC RIBBONS  
Peso : 15.000 kg.  
S.I. Number :  
Origin :  
Port : GUAYAQUIL  
Del Port (via) : FREEPORT, GRAND BAHAMA  
 : GOTEBORG  
 :  
Shipper : PRODUCTOS SINTETICOS S.A.  
Master Vsl/voy :  
Mother Vsl/voy : KERSTIN S v.: 05R  
Port Voy No. :  
Reg. Contacon : MSC2008062  
No. of ctns : 1x20DV  
Closing Date : 04/DIC/08  
Closing Time :  
Remarks : RUBEN ARAUJO ORDEN POR QUITO

# FERT CONTAINER DEPOT S.A.

RECIBO DE INTERCAMBIO DE EQUIPO  
(EQUIPMENT INTERCHANGE RECEIPT)

Nº 004887

SIGLA		NUMERO		ESTADO	CONDICION	MVTO	Lugar Intercambio	FEC
HSC		2157-1		<input type="checkbox"/> Import <input type="checkbox"/> Export	<input checked="" type="checkbox"/> Operativo <input type="checkbox"/> Dañado	<input type="checkbox"/> Recepcion <input type="checkbox"/> Entrega	FCS	12/1
ARMADOR		NAVE		VIAJE	ORIGEN / DESTINADO		DESTINO DEVOLUCION	
HSC		HSC		62	DMBUND		L207000	
TAMAÑO	TIPO	TARA	AÑO FABRICACIÓN	HORA	NUMERO DE B		NUMERO DE	
20	10			11:51	1923			



B: BRUISE (GOLPEADO)

D: DENT - (ABOLLADO)

H: HOLE (AGUJERO)

BR: BROKEN (ROTO)

M: MISSING (FALTANTE)

R: RUST (OXIDADO)

C: CUT (CORTADO)

S: DISTORTED (TORC)

O.I.: OUT - ISO (AB. HACIA FUERA)

CONDICION COMPONENTES BASICOS	O.K.	DM	DETALLE	OBSERVACIONES - REMARKS
Pernos / Remaches Seguridad				
Custon - Catch				
Sellos				
Barras de Cierre				
Visagras				
Cerrajerías				
Lonas - Cables				
Otros				

POR:

INSPECTOR:

POR: TRANSPORTISTA

C.I.

PLACA

FIRMA:

ESTE EQUIPO FUE RECIBIDO EN BUENAS CONDICIONES SALVO OBSERVACIONES INDICADAS MAS ARRIBA

REPUBLICA DEL ECUADOR  
ORDEN DE EMBARQUE

13643177

01	08	02	ADUANA GUAYAQUIL - MARITIMO	CÓDIGO 028	03	RÉGIMEN ORDEN DE EMBARQUE	CÓDIGO 15	04	FECHA/HORA TX. 19/06/2008 14:06:53	05	NÚMERO 028-2008-15-030944-3
BNO.		06	BANCO	CIUDAD	OFICINA	07	FECHA EMISION / /	08	TIPO DE DESPACHO (Normal)	FECHA RECEP 19/06/2008	

C CONTRIBUYENTE / AGENTE												
10	IMPORTADOR / EXPORTADOR AMEURO, INDUSTRIA, COMERCIO REPRESENTACIONES CIA. LTDA.					11	TIPO y N° DOC ID 1 11791089472001	12	CIUDAD QUITO	HORA 14:06:53		
13	DIRECCION KM 5 1/2 LA CRISTIANA E-1-136 Y PANAMERICANA NORTE					14	TELEFONO 2481-429	15	NIVEL COMERCIAL	AFORO AFORO DOCUMENTAL		
16	DECLARANTE / AGENTE MUNOZ MORLA CECILIA GERMANIA			CÓDIGO 3205	17	SECTOR 2.1	18	CIUJ 2029	19 T.DECLARADO USD (IMPxCIF) 30,738			

D REGIMEN PRECEDENTE / DEPOSITO															
20	REGIMEN PRECEDENTE	AÑO	21	SERIES	22	ADUANA RÉGIMEN	23	FECHA ACEPT.	24	FECHA VENCIM.	25	DEPÓSITO	CÓDIGO	26	N° DE

E CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCIÓN																
27	CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO CONTI WEJ			28	DIRECCION VIA PRIMO MAGGIO,71 29100 PIACENZA			29	BENEFICIARIO DEL GIRO CONTI WEJ			30	PAIS PROCED/DES ECUADOR			
31	NATURALEZA TRANSACCION		32	FORMA DE PAGO GIRO DIRECTO		01	33	EX.CIE	34	C.ORG.	35	OT.EX.	36	MT.VL.	37	ALMACÉN
38	TIPO DE TRATAMIENTO 1			39	CÓDIGO DE SOLICITUD DE AFORO			40	CÓD.DE PROD.ACOG.DESP.URGENTE			41	CÓDIGO DE ENDOSO			

F TRANSPORTE																			
42	VIA DE TRANSPORTE MARITIMO		CÓDIGO 1	43	FECHA DE EMBARQ 23/06/2008		44	FECHA LLEGADA / /		45	CARGA CONTENEDO		CÓD 5	46	BANDERA	CÓD	47	LÍNEA TRANSPORTE	
48	COD. MANIFIESTO 028		AÑO	TIPO MANIF. 04	# MANIFIESTO	49	AG.CARGA / TRANSP.		CÓD.	50	NAVE /L.AÉRA/MAT.VEH		51	#CONOC/JG.AÉREA/C.					
52	NOM. NAVE/MATRIC.VEH		53	ADUANA SALIDA		54	VIA SALIDA 1		55	ADUANA DESTINO		56	TIPO DESTINO 2		57	PAIS DESTINO ITALY		58	T.TR

G DETERMINACION BASE IMPONIBLE																				
59	CONCEPTO	MONEDA	T.CAMB.USD	TOTAL MONEDA TRANSACCIÓN				TOTAL EN DÓLARES USD				TOTAL EN MONEDA NACIONAL								
	FOB	USD	1.0000000	30,738.31				30,738.31				30,738								
60	FLETE	USD	0.0000000																	
61	SEGURO	USD	1.0000000																	
62	VALOR ADUANA							30,738.31				30,738								
63	TOTAL SERIES PARTIDAS 1		64	PESO NETO (kilos) 5,460.00		65	PESO BRUTO(kilos) 5,489.58		66	TOTAL BULTOS 174		67	TOTAL CONTENEDORES		68	TOTAL U. FISICAS 22,228.00		69	TOTAL U.	

H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO												
	CLASE	NÚMERO		TIPO	EMISIÓN			VIGENCIA		# SR.	PARTIDA NANDINA	MONEDA
70		0000216		10	AMEURO			17/06/2008		1		
71												
72												
73												
74												
75												
76												
77												
78												
79												

I DECLARACION DE LA MERCANCIA														
80	N°	TIPO	SUBPARTIDA NACIONAL	BREVE DESCRIPCIÓN DE LA MERCANCIA	S	BULTOS		U. FISICAS		U. COM.		PESO (KGS)		MARCAS Y NUMEROS
	1	00	9606301000-3	ANIMELAS DE TAGUA	1	CL	CANT	TR	CANT	TP	CANT	NETO	BRUTO	ATS/AMEURC
							174	23	22,228.00	GR	22,228.00	5,460.00	5,489.58	
	TPCI	TPNG	TPNE	PAIS DE ORIGEN	CÓDIGO	FOB USD		FLETE USD		SEGURO USD		CIF USD		
	0	0	0	ECUADOR	EC	30,738.31		0.00		0.00		30,738		

J OBSERVACIONES											
81	SECUENCIA	82	TIPO OBS	83	CONTENIDO OBS.						

K FIRMAS Y SELLOS															
FIRMA CONTRIBUYENTE				FIRMA DEL DECLARANTE				OBSERVACIONES				CÓD. Y FIRMA AFC			

<b>ADUANA</b> <b>DECLARACION UNICA</b>	<b>REPUBLICA DEL ECUADOR</b> <b>DECLARACION ADUANERA UNICA</b>	<b>13643177</b>
-------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------	-----------------

<b>A ADUANA</b>								<b>B REFRENDO</b>				
01	N° ORDEN	Año	02	ADUANA	CÓDIGO	03	RÉGIMEN	CÓDIGO	04	FECHA/HORA TX.	05	NÚMERO
	000028	08		GUAYAQUIL - MARITIMO	028		ORDEN DE	15		19/06/2008 14:06:53		028-2008-15-030944-
<b>C CONTRIBUYENTE / AGENTE</b>											FECHA RECEP	
06 IMPORTADOR / EXPORTADOR							07 TIPO y N° DOC ID		08 CIUDAD		19/06/2008	
AMEURO, INDUSTRIA, COMERCIO							1   1791089472001		QUITO		HORA	
09 DIRECCION							10 TELEFONO		11 NIVEL COMERCIAL		14:06:53	
KM 5 1/2 LA CRISTIANA E-1-136 Y PANAMERICANA							2481-429				AFORO	
12 DECLARANTE / AGENTE					CÓDIGO		13 ALMACEN / DEPOSITO			CÓDIGO		AFORO DOCUMENT
MUNOZ MORLA CECILIA					3205							
<b>D VALORES EN ADUANA</b>												
14 FOB USD		15 FLETE USD		16 SEGURO USD		17 AJUSTE USD		18 CIF USD		19 VALOR ADUANA USD		
30,738.31								30,738.31		30,738		

E AUTOLIQUIDACIÓN DE TRIBUTOS			
20	CONCEPTO	LIQUIDACIÓN \$ (1)	LIBERACIÓN \$ (2)
	AD / VALOREM	4,610.75	4,610.75
21	DERECHO ESPECÍFICO		
22	IMP. CONSUMO ESPECIAL		
23	IMP. VALOR AGREGADO	4,260.33	4,260.33
24	DERECHO ANTIDUMPING		
25	DERECHOS CONSULARES		
	SOBRETIEPO PETROLERO		
	ADICIONAL POR BARRIL DE CRUDO		
28	TASA MODERNIZACIÓN	0.00	
29	TASA DE CONTROL		
30	TASA ALMACENAJE		
31	MULTAS (ART. 89 Y 91)		
32	INTERESES		
33			
34	FODINFA	153.69	153.69
35	CORPEI		
36	OTROS		
37			
		<b>TOTAL AUTOLIQUIDACIÓN</b>	

F	BANCO Y ADUANA
---	----------------

G	DECLARANTE	
	3205	19/
FIRMA DEL DECLARANTE		



Usuario: **ameuro** :: Usted dispone de los servicios: | [AISV] | | [Simulador de Facturación] | | [Usuario] |

[Modificar Contraseña]

Anular | Imprimir Formulario AISV

[Cerrar Sesión]

**Registro de Autorización de Ingreso y Salida de Vehículos (AISV) # 320080156540**

Fecha de Registro	6/19/2008 2:40:24 PM
Tipo de Movimiento	Exportación
Número de Registro Portuario:	MSC-2008-030
Número de Booking:	149MSCEC6673
Nombre de la Agencia Naviera:	MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY GENEVA
Nombre de Buque:	MSC PROSPECT
Nombre del Exportador:	AMEURO CIA LTDA
Nombre del Agente Afianzado:	MUNOZ MORLA CECILIA GERMANIA
Continente Destino:	
Puerto de Descarga Inicial:	GUAYAQUIL
Puerto de Descarga Final:	GENOVA

**Datos de carga**

Producto Transportado:	ANIMELAS DE TAGUA
Código IMO:	NO PELIGROSO
Peso de Carga (Ton.):	5460
Tipo de Carga:	Contenerizada

**Datos de carga suelta**

Tipo de Embalaje:	N/D
Cantidad Bultos-Cajas.Unidades:	N/D

**Datos de carga en contenedor**

Número de Contenedor:	MSCU1275272
Tara Contenedor (Ton.):	N/D
Tamaño Contenedor:	20
Tipo Contenedor:	DRY CARGO
Tipo Carga en el Contenedor:	DRY CARGO (DC)
Número de Sellos:	ECFACH1923 -N/D N/D-N/D

**Datos de Contenedor Refrigerado**

Temperatura (°C):	N/D
Humedad (CBM):	N/D
Ventilación (%):	N/D

REPUBLICA DEL ECUADOR														DECLARACION ADUANERA UNICA		13855055							
A ADUANA / BANCO														B REFERENDO									
01	N° ORDEN 000033		ANO 08	02	ADUANA GUAYAQUIL - MARITIMO		CODIGO 028	03	REGIMEN EXPORTACION A		CODIGO 40	04	FECHA/HORA TX. 19/08/2008 12:02:41		05	NUMERO 028-2008-40-036446-2							
06	# VTO. BNO.		06		BANCO		CIUDAD	OFICINA	07	FECHA EMISION / /		08	TIPO DE DESPACHO Normal		FECHA RECEP 19/08/2008								
C CONTRIBUYENTE / AGENTE																							
10											11		12		HORA								
IMPORTADOR / EXPORTADOR AMEURO INDUSTRIA COMERCIO REPRESENTACIONES CIA. LTDA.											TIPO y N° DOC ID 1 11791089472001		CIUDAD QUITO		12:02:41								
13											14		15		AFORO								
DIRECCION RM 5 1/2 LA CRISTIANA E-1-136 Y PANAMERICANA NORTE											TELEFONO 2481-429		NIVEL COMERCIAL		AFORO DOCUMENTAL								
16				17		18		19		T. DECLARADO USD (IMP. CIF.)													
DECLARANTE / AGENTE MUNOZ MORLA CECILIA GERMANIA				CODIGO 3205		SECTOR 2.1		CIU 2029		30,738.31													
D REGIMEN PRECEDENTE / DEPOSITO																							
20		21		22		23		24		25		26		27		28							
REGIMEN PRECEDENTE 030944		AÑO 2008		SERIES 1		ADUANA REGIMEN GUAYAQUIL - MARITIMO		FECHA ACCEPT. 19/06/2008		FECHA VENCIM. / /		DEPOSITO		CODIGO		N° DESP							
E CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCION																							
27				28				29				30											
CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO CONTI WEJ				DIRECCION VIA PRIMO MAGGIO, 71 29100 PIACENZA				BENEFICIARIO DEL GIRO CONTI WEJ				PAIS PROCED/DESTI ECUADOR											
31			32			33			34			35			36			37					
NATURALEZA TRANSACCION			FORMA DE PAGO GIRO DIRECTO			EX. CIE 01			C. ORG.			OT. EX.			MT. VL 0			ALMACEN CONTECON GUAYAQUIL					
38				39				40				41											
TIPO DE TRATAMIENTO 1				CODIGO DE SOLICITUD DE AFORO				COD. DE PROD. ACOG. DESP URGENTE				CODIGO DE ENDOSO 00											
F TRANSPORTE																							
42		43		44		45		46		47		48		49		50		51					
VIA DE TRANSPORTE MARITIMO		CODIGO 1		FECHA DE EMBARQ 25/06/2008		FECHA LLEGADA 25/06/2008		CARGA CONTENEDO		CÓD 5		BANDERA UNITED		CÓD GB		LINEA TRANSPORTE MEDITERRANEAN		CÓD					
48		49		50		51		52		53		54		55		56		57					
COD. MANIFIESTO 028		AÑO 2008		TIPO MANIF. 04		# MANIFIESTO 000863		AG. CARGA / TRANSP. MEDITERRANEAN		COD. 8012		NAVE IL. AER. MAT. VEH MSC PROSPECT		# CONOC. G. AER. MAT. VEH MSCUEC134573		58		59					
52		53		54		55		56		57		58		59		60		61					
NCM. NAVE/MATRIC. VEH		ADUANA SALIDA		VIA SALIDA 1		ADUANA DESTINO		TIPO DESTINO 2		PAIS DESTINO ITALY		T. TRAT. 1											
G DETERMINACION BASE IMPONIBLE																							
59		60		61		62		63		64		65		66		67		68					
CONCEPTO		MONEDA		T. CAMB. USD		TOTAL MONEDA TRANSACCION		TOTAL EN DOLARES USD		TOTAL EN MONEDA NACIONAL													
FOB		USD		1.0000000		30,738.31		30,738.31		30,738.31													
FLETE		USD		0.0000000																			
SEGURO		USD		1.0000000																			
VALOR ADUANA								30,738.31															
63		64		65		66		67		68		69		70		71		72					
TOTAL SERIES PARTIDAS 1		PESO NETO (kilos) 5,460.00		PESO BRUTO (kilos) 5,489.00		TOTAL BULTOS 174		TOTAL CONTENEDORES 1		TOTAL U. FISICAS 22,228.00		TOTAL U. COM. 22											
H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO																							
70		71		72		73		74		75		76		77		78		79					
CLASE		NUMERO		TIPO		EMISION		VIGENCIA		# SR.		PARTIDA NANDINA		MONEDA		M							
		0000216		10		AMEURO		17/06/2008		1													
		MSCUEC134573		11		MEDITERRANEAN		25/06/2008		1													
		030944		26		CAE		19/06/2008		1													
		3156664		41		CORPEI		17/06/2008		1													
I DECLARACION DE LA MERCANCIA																							
80		81		82		83		84		85		86		87		88		89					
N° TIPO SERIESUFJC		SUBPARTIDA NACIONAL		BREVE DESCRIPCION DE LA MERCANCIA		S		BULTOS		U. FISICAS		U. COM.		PESO (KGS)		MARCAS Y NUMEROS							
1 00		9606301000-3		ANIMELAS DE TAGUA		1 S		174 23		22,228.00 GR		22,228.00		5,460.00		5,489.00		ATS/AMEURO					
TPCI		TPNG		TPNE		PAIS DE ORIGEN		COUIGO		FOB USD		FLETE USD		SEGURO USD		CIF USD							
0		0		0		ECUADOR		EC		30,738.31		0.00		0.00		30,738.31							
J OBSERVACIONES																							
81		82		83		84		85		86		87		88		89		90					
SECUENCIA		TIPO OBS.		CONTENIDO OBS.																			
K FIRMAS Y SELLOS																							
FIRMA CONTRIBUYENTE						FIRMA DEL DECLARANTE						OBSERVACIONES						CÓD. Y FIRMA AFORAL					



**A ADUANA**

Nº Orden Año	Aduana	Código	Régimen	Código	Fecha/Hora TX
01 000033	02 GOUIL-MARITIMO	028	03 EXPORTACION A CONSUMO	40	19/08/2008-12:02:40

**B REFRENDO**

Número  
028-2008-40-036446-2  
Fecha Recep  
19/08/2008  
Hora  
12:02:40  
Aforo  
D

**C CONTRIBUYENTE / AGENTE**

06 Importador / Exportador AMEURO INDUSTRIA COMERCIO REPR	07 Tipo y Nº Doc ID 1 1791089472001	08 Ciudad
09 Dirección KM 5 1/2 LA CRISTIANA E-1-136 Y PANAMER	10 Teléfono	11 Nivel Comercial
12 Declarante / Agente 3205	13 Código Almacen / Depósito 3205 CONTECON GUAYAQUIL S.A.	14 Código 9025

**D VALORES EN ADUANA**

Fob USD	Flete USD	Seguro USD	Ajuste USD	CIF USD	Valor Aduana USD
14 30738.31	15 0	16 0	17 0	18 30738.31	19 30738.31

**E AUTOLIQUIDACIÓN DE TRIBUTOS**

CONCEPTO	LIQUIDACIÓN S(1)	LIBERACIÓN	CANTIDAD A PAGAR \$ (1-2)
20 AD / VALOREM	0	0	0
21 DER. ESPECÍFICO/SALVAGUARDA	0	0	0
22 IMP. CONSUMO ESPECIAL	0	0	0
23 IMP. VALOR AGREGADO	0	0	0
24 DERECHO ANTIDUMPING	0	0	0
25 DERECHOS CONSULARES	0	0	0
26 SOBRTIEMPO PETROLERO	0	0	0
27 ADICIONAL POR BARRIL DE CRUDO	0	0	0
28 TASA MODERNIZACIÓN	0	0	0
29 TASA DE CONTROL	0	0	0
30 TASA ALMACENAJE	0	0	0
31 MULTAS (ART 89 Y 91)	0	0	0
32 INTERESES	0	0	0
33	0	0	0
34 FODINFA	0	0	0
35 CORPEI	0	0	0
36 OTROS	0	0	0
37 TOTAL AUTOLIQUIDACIÓN	0	0	0

**F BANCO Y ADUANA**

**LIQUIDACION DE DAU ELECTRONICO**

Nro DAU	028-2008-40-036446-2-01	Fec Liquidación	02/09/2008
Declarante	AMEURO INDUSTRIA COMERCIO REPR	Fec Ultimo Dia de Pago	04/09/2008
		Fec Cancelación	

**PAGO AUTORIZADO**

CONCEPTO DEL TRIBUTO	AUTOLIQ(\$)	LIQUIDACION(\$)	LIBERACION/SUSPENSION(\$)	CANTIDAD A PAGAR(\$)
AD VALOREM	0	0	0	0
DERECHO ESPECIFICO	0	0	0	0
IMPUESTO A CONSUMOS ESPECIALES	0	0	0	0
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	0	0	0	0
DERECHO ANTIDUMPING	0	0	0	0
MULTAS	0	26.28	0	26.28
TASA DE MODERNIZACION	0	0	0	0
TASA DE CONTROL	0	0	0	0
TASA DE ALMACENAJE	0	0	0	0
FODIN	0	0	0	0
SALVAGUARDA	0	0	0	0
INTERES	0	0	0	0
TOTAL	0	26.28	0	26.28

CORPEI :  
Agente: 3205-MUNOZ MORLA CECILIA GERMANIA

DC:0280840036446201

19-08-08 AM:11:57:10 VM:26.28

FMP:13855055



