



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

TEMA:

Factibilidad económica de una producción de botones de tagua dirigida al mercado
indio

AUTORES:

Reinoso Gálvez, Génesis Ivanna

Williams Navarrete, George Henry

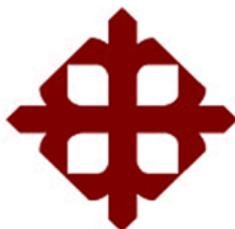
**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Licenciado (a) en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

TUTOR:

Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del año 2020



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE
CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Williams Navarrete, George Henry; Reinoso Gálvez, Génesis Ivanna** como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado (a) en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

TUTOR:

Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PHD.

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del año 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

BILINGÜE

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Reinoso Gálvez, Génesis Ivanna**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Factibilidad económica de una producción de botones de tagua dirigida al mercado indio** previo a la obtención del título de **Licenciada en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 15 días del mes de Septiembre del año 2020

LA AUTORA:

Reinoso Gálvez, Génesis Ivanna



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

BILINGÜE

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Williams Navarrete, George Henry**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Factibilidad económica de una producción de botones de tagua dirigida al mercado indio** previo a la obtención del título de **Licenciado en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 15 días del mes de Septiembre del año 2020

EL AUTOR:

Williams Navarrete, George Henry



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Yo, Reinoso Gálvez, Génesis Ivanna

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Factibilidad económica de una producción de botones de tagua dirigida al mercado indio**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 días del mes de Septiembre del año 2020

LA AUTORA:

Reinoso Gálvez, Génesis Ivanna



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Williams Navarrete, George Henry**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Factibilidad económica de una producción de botones de tagua dirigida al mercado indio**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del año 2020

EL AUTOR:

Williams Navarrete, George Henry



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

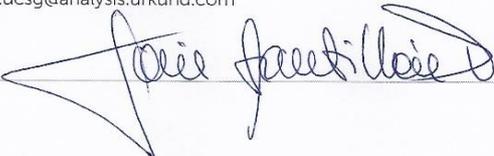
Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Factibilidad económica de una producción de botones de tagua dirigida al mercado indio**, presentado por los estudiantes **Reinoso Gálvez Génesis Ivanna; Williams Navarrete George Williams**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND

Document Information

Analyzed document	WILLIAMS-REINOSO-DOCUMENTO REVISION TESIS (1) .docx (D78465109)
Submitted	9/1/2020 8:22:00 PM
Submitted by	
Submitter email	genesisreinoso.g@gmail.com
Similarity	0%
Analysis address	jaime.santillan.ucsg@analysis.urkund.com

Sources included in the report 

TUTOR

Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mgs.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por bendecirme en este gran camino de superación, por iluminarme con sabiduría, inteligencia y fuerzas para nunca rendirme. A mi familia, A mi mamá, Danny y a mis hermanos que han sido mi soporte y mi guía en toda mi carrera universitaria, sin ellos no me hubiera convertido en la persona que soy ahora. A mis abuelos por creer en mí antes que nadie. A mi enamorado, Carlos Bonifaz, por ser mi compañero de vida y apoyo en todo momento en especial en este proceso de titulación. A mis amigos de la universidad por su amistad, apoyo y trabajo. Finalmente, agradezco a mi tutor de tesis, por su acompañamiento y sabios consejos para realizar mi trabajo de titulación.

Mi más sincero agradecimiento a cada uno de ellos,

Génesis Ivanna, Reinoso Gálvez

Expongo mis agradecimientos cordiales a Dios y todos mis familiares, amigos, seres queridos, docentes y tutor; que me han guiado con sus conocimientos para la realización de este trabajo de titulación del presente año. Recalco que, sin su apoyo intelectual y moral, no hubiera podido llevar a cabo el presente proyecto, por lo cual estaré eternamente agradecido **Williams Navarrete, George Henry**

DEDICATORIAS

Dedico este trabajo de titulación a Dios, por estar conmigo en todo momento y no dejar que decaiga a pesar de las adversidades de la vida. A mis abuelitos Edgar y Elena que su gran sueño fue verme convirtiéndome en una profesional. A mi madre, la mujer más fuerte que he conocido, Mayra Reinoso, por motivarme a la superación y guiarme por el buen camino A mi enamorado, que me escuchó por horas, me ayudó y supo utilizar las palabras adecuadas para levantarme el ánimo cuando lo necesitaba, También, le dedico este trabajo a todas las personas que me apoyaron, creyeron en mí y reconocieron mis logros como si fuesen suyos.

“No dejes que ningún obstáculo impida realizar tus sueños”

Génesis Ivanna, Reinoso Gálvez

Dedico el presente trabajo de investigación a mis mentores académicos, autoridades administrativas y mis seres queridos y ofrezco el esfuerzo de este a Dios; dado que al fin y al cabo todo esfuerzo tiene su recompensa, además del fiel cumplimiento de mis obligaciones estudiantes con la institución académica superior, de la cual me graduó y que llevare conmigo siempre, la gran estima y apoyo que recibí por parte de ella.

Williams Navarrete, George Henry



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mgs.

TUTOR

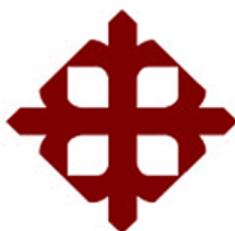
Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PHD.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA

Ing. Andrea Rodríguez Bustos, Mgs.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Reinoso Gálvez Génesis Ivanna	9,00
Williams Navarrete George Henry	9,00

Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mgs.

TUTOR

Índice General

Introducción.....	2
Capítulo I: Generalidades del Trabajo	3
Antecedentes	3
Justificación	6
Planteamiento del Problema.....	7
Formulación del Problema	8
Preguntas de Investigación.....	8
Objetivos	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos.	9
Delimitación del Tema	9
Limitaciones del Trabajo	10
Capítulo II: Marco Teórico, Conceptual y Metodológico	11
Marco Teórico	11
Marco Conceptual.....	14
Marco Metodológico	15
Método.....	16
Enfoque del trabajo.....	16
Tipo de diseño.....	17
Alcance.	18
Instrumentos de recopilación de información.....	18
Herramientas y procedimientos para procesar información recopilada.....	19

Marco Legal	20
Proceso de exportación	20
Descripción del producto según el arancel.....	20
Régimen Aduanero.....	21
Requisitos para exportar.....	21
Trámite de operador de comercio exterior	22
Fase Pre embarque	23
Fase de Post embarque.....	23
Etiqueta-Empaque	24
Capitulo III: Análisis de Mercado y Entorno	25
Descripción del Mercado	25
Descripción del país de origen	25
Descripción e identificación del país de destino.....	25
Generalidades	25
Límites Geográficos de la India	26
Análisis del entorno internacional	26
Análisis FODA	27
Marketing Mix	28
Producto	28
Precio.....	29
Plaza.....	29
Promoción.....	29
Político.....	30

Económico	32
Social.....	34
Tecnológico.....	35
Ambiental.....	36
Legal	37
Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter	37
Motivos para la internacionalización	41
Motivos proactivos	41
Motivos reactivos	42
Resultados de la investigación	42
Entrevista	42
Entrevista #1.....	43
Entrevista #2.....	47
Capitulo IV: Descripción Técnica de la Empresa.....	50
Misión.....	50
Visión	50
Ubicación de la empresa	50
Antecedentes del proyecto	51
Aspectos técnicos.....	52
Capítulo V: Estudio financiero	58
Evaluación del proyecto	67
Factibilidad económica del proyecto	70
Referencias	72

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha técnica del producto</i>	20
Tabla 2 <i>Precio de los botones de tagua según su Categoría de “NayaNayón”</i>	29
Tabla 3 <i>Breve descripción del país a exportar</i>	29
Tabla 4 <i>Los acuerdos firmados entre ambos países hasta 2013 (India – Ecuador)</i> . 30	
Tabla 5 <i>Precio de la Competencia</i>	39
Tabla 6 <i>Perfil del entrevistado #1</i>	43
Tabla 7 <i>Perfil del entrevistado #2</i>	47
Tabla 8 <i>Precio por docena de los botones de tagua tamaño número 18</i>	52
Tabla 9 <i>Activos fijos que posee la empresa para la producción de botones de tagua</i>	53
Tabla 10 <i>Maquinaria por adquirirse para aumentar capacidad productiva de los botones de tagua.</i>	56
Tabla 11 <i>Inversión para el nuevo activo fijo</i>	58
Tabla 12 <i>Amortización de la deuda para adquisición de la secadora industrial</i> ...	59
Tabla 13 <i>Depreciación de la secadora industrial</i>	60
Tabla 14 <i>Proyección de precios para los botones de tagua por docena</i>	60
Tabla 15 <i>Costo de fabricación de una docena de botones de tagua</i>	60
Tabla 16 <i>Capacidad productiva de los botones para el año 2020</i>	61
Tabla 17 <i>Volumen de producción dado la adquisición de la secadora industrial</i> ...	61
Tabla 18 <i>Proyección anual del precio de venta para el año 2020</i>	61
Tabla 19 <i>Proyección del costo de venta anual para el año 2020</i>	61
Tabla 20 <i>Proyección anual del precio de venta para el año 2021</i>	62

Tabla 21 <i>Proyección del costo de venta anual para el año 2021</i>	62
Tabla 22 <i>Proyección anual del precio de venta para el año 2022</i>	62
Tabla 23 <i>Proyección anual del costo de venta para el año 2022</i>	62
Tabla 24 <i>Proyección anual del precio de venta para el año 2023</i>	62
Tabla 25 <i>Proyección anual del costo de venta para el año 2023</i>	63
Tabla 26 <i>Proyección anual del precio de venta para el año 2024</i>	63
Tabla 27 <i>Proyección anual del costo de venta para el año 2024</i>	63
Tabla 28 <i>Proyección anual del precio de venta para el año 2025</i>	63
Tabla 29 <i>Proyección anual del costo de venta para el año 2025</i>	63
Tabla 30 <i>Desglose de sueldos y salarios de la empresa NayaNayón</i>	64
Tabla 31 <i>Sueldos y salarios mensuales de la empresa NayaNayón</i>	65
Tabla 32 <i>Servicios de la empresa NayaNayón</i>	65
Tabla 33 <i>Gastos administrativos</i>	65
Tabla 34 <i>Gastos de venta</i>	65
Tabla 35 <i>Costo de venta</i>	65
Tabla 36 <i>Estado de resultados para la empresa NayaNayón</i>	66
Tabla 37 <i>Flujo de caja incluido el análisis del valor actual neto, período de recuperación y tasa interna de retorno para la empresa NayaNayón</i>	68
Tabla 38 <i>Obtención de la tasa máxima atractiva de retorno</i>	68
Tabla 39 <i>Planteamiento de obtención de datos previos al punto de equilibrio</i>	69
Tabla 40 <i>Obtención del punto de equilibrio</i>	69

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Fase de pre embarque de exportación “NayaNayón”	23
<i>Figura 2.</i> Documentos para el trámite final del proceso de exportación. “NayaNayón”	23
<i>Figura 3.</i> Vía aérea para exportación de botones de tagua.	24
<i>Figura 4.</i> Top 10 de los países con sus respectivos PIB del 2019	32
<i>Figura 5.</i> Las Cinco Fuerzas que impulsan la competencia en la Industria.	38
<i>Figura 6.</i> Botones de Tagua.....	55

Resumen

Dentro del presente trabajo de investigación se realizó un estudio de factibilidad económica para la microempresa NayaNayón, con el fin de diversificar la producción de esta firma e ingresar al mercado de Bombay, India, con botones de tagua, constituyendo una nueva línea de productos dirigidos a un mercado no tradicional.

Luego de un estudio de mercado con un enfoque de trabajo mixto, se determinó que la demanda mensual por botones de tagua por parte de cada uno de los tres potenciales compradores de la ciudad de Bombay, es de 200 a 360 docenas

La empresa tiene una capacidad productiva de 180 docenas de botones de tagua por mes, por lo que se propone la adquisición de una maquinaria que posteriormente aumentará la producción a 360 docenas de botones por mes.

Luego de la propuesta de la inversión, se realizó el análisis económico, por medio del cual, luego de elaborar el estado de resultados y el flujo de caja neto; se determinó que el presente estudio es económicamente factible, obteniendo una TIR de 16,27% superior a la TMAR del inversionista de 13,31%.

El fin de adquirir la nueva maquinaria radica en ingresar en pequeña escala a un mercado importante como India, adquirir experiencia y afianzarse en el mercado previo a incrementar las inversiones en esta nueva línea de negocios y en el futuro depender menos de exportaciones primarias incrementando el margen de utilidad en sus productos.

Palabras Clave: viabilidad financiera, tagua, empresa quiteña, botones, artesanías.

Abstract

As part of this research work, an economic feasibility study was carried out for the NayaNayón micro-enterprise, with the aim of diversifying the production of this firm and entering the market of Bombay, India, with tagua buttons, constituting a new line of products for this non-traditional market.

After a market study with a mixed work approach, it was determined that the monthly demand for tagua buttons by each of the three potential buyers of the city of Bombay, was 200 to 360 dozens.

The company has a production capacity of 180 dozen units of tagua buttons per month, so it was necessary to finance the acquisition of machinery that subsequently increased production to 360 dozens of buttons per month.

After the investment, the economic viability analysis of the project was carried out, by means of which, after preparing the statement of profit or loss and the net cash flow; it was determined that the present study is economically feasible, obtaining an IRR of 16,27% of the project, higher than the investor's rate of return of 13,31%.

The purpose of acquiring the new machinery lies in entering an important market like India on a small scale to gain experience and establish itself in the market prior to greater investments in this new line of business, in addition to depending less on primary exports and increasing the profit margin on the new products.

Keywords: financial viability, tagua, Quito Company, buttons, handicrafts.

Introducción

El cultivo de tagua en el Ecuador es de gran importancia y gracias al consumo generalizado de este producto, permitió que se constituyera como parte de la economía de nuestro país. La tagua proviene de la zona tropical de la costa ecuatoriana, siendo la provincia de Manabí la mayor productora de tagua, seguida por la provincia de Santa Elena.

La tagua se ha utilizado desde 1860 para la manufactura y venta de bisuterías como: collares, adornos, tallados, botones, etc., y llegó a considerarse como un complemento esencial en la moda de alta costura, puesto que, valoriza al traje y a la persona por su nivel de calidad (Garea, 2019).

Ecuador, pese a ser considerado como principal productor y exportador de la materia prima para la producción de los botones de tagua a nivel mundial; ha permitido que otros países se ocupen del negocio y de los beneficios que trae consigo la comercialización de los botones de tagua.

Los exportadores ecuatorianos se han acondicionado a ofrecer materia prima dejando que países como Italia, India, Alemania y China importen desde el Ecuador las anímelas; que son los discos para la elaboración de los botones de tagua, para luego del proceso de transformación; exportarlos como botones en calidad de producto terminado.

Con el presente proyecto se pretende realizar un estudio de factibilidad económica para la empresa quiteña NayaNayón, con el fin de incrementar las exportaciones de bienes no tradicionales, dirigidos a mercados interesados en el producto final: los botones de tagua; para poder efectuar la exportación del producto terminado y no solo centrarse en la comercialización de la materia prima y bisuterías a base de tagua.

El mercado meta será la India, país considerado como uno de los principales importadores a nivel mundial de los discos de tagua y cuyo único proveedor de dicha materia prima, es Ecuador.

Los tratados internacionales, la inexistencia de barreras en materia de aranceles para los botones de tagua y la cultura india, que opta por productos naturales y no de

aquellos que sean de origen animal como lo es el cuero; constituye la existencia certera de la viabilidad económica para los botones de tagua y su respectiva difusión, aprobación y adquisición dentro del mercado indio.

Capítulo I: Generalidades del Trabajo

Antecedentes

La tagua es una semilla de palma que dentro de la clasificación botánica, se presenta con el seudónimo científico de *Phytelephas*. Este nombre no obstante es muy general debido a que dentro del Ecuador existen dos tipos de esta palma que son el *Aequatorialis* y la *Macrocarpa*. Por consiguiente, dentro de la presente investigación cuando se aluda en términos taxonómicos a esta semilla de palma; se lo hará o bien como *Phytelephas Aequatorialis* o también como *Phytelephas Macrocarpa*. La diferencia es que la primera crece en las regiones costera; mientras que la segunda, en la sierra y la amazonia del Ecuador.

En cuanto al nombre comercial, también varía dependiendo del país. Por ejemplo, en Ecuador y la mayoría de las naciones latinoamericanas se le conoce como marfil de palma o simplemente marfil vegetal. En Brasil, no obstante, se le llama coquilla; en Holanda, *palmivoor* y en los Estados Unidos, lleva el seudónimo de *Palm Ivory* (Chiliguano, 2015).

Es importante recalcar que la tagua constituye un fruto adusto característico de climas tropicales por lo que su crecimiento, aunque con distintas sub-clasificaciones; se produce también en otros países tropicales además del Ecuador, como lo son Perú, Colombia y Panamá. Su período de crecimiento sucede entre catorce y quince años y es el macho de esta especie vegetal la que produce la flor; mientras que la hembra, crea la semilla o pepa. Adicionalmente, dicha semilla es poseedora de una cáscara color café la cual a su vez tiene en sus adentros una sustancia comestible de carácter gelatinosa (Acosta, 2017).

El proceso de la tagua es resultado de haber puesto al sol la sustancia gelatinosa durante un periodo de varios días o meses dependiendo del tipo de herramientas que se utilicen en el proceso de producción. Las herramientas varían en base a si el proceso productivo es artesanal o industrial. Si es industrial, se utilizan los hornos que permiten

el secado de las semillas de tagua después de 24 horas; si es artesanal, el tiempo de secado de la semilla de tagua dura de cuatro a seis meses. Posterior a dicho proceso se obtienen los discos de tagua, también conocidos bajo el nombre de anímelas y que constituyen un bien fundamental para la elaboración de los botones de tagua (León, 2017).

La razón de la variación de los colores de este no es artificial, sino natural y esto ocurre debido a que la semilla o pepa tiene esencialmente distintos tonos lo que hace parecer que fuesen de más colores. No obstante, estos tonos se relacionan y no son muy distintos (Chiliguano, 2018).

El disco de tagua es un producto base que surge luego de un procesamiento de las semillas de tagua, pero que es imprescindible para la elaboración de botones de tagua. El uso de este producto a nivel internacional es de carácter alternativo para los botones de circulación corriente en el mercado y actualmente su adquisición ha aumentado dado su origen natural y el hecho de ser eco-amigable. Las ventajas de este bien no solo radican en ser ecológicas, sino que además son distinguidos y soportan en su totalidad el calor que emana de la secadora y la plancha (Acosta, 2017).

Adicionalmente la tagua reemplaza el uso del marfil de origen animal y por ende una reducción importante de la depredación de animales con marfiles, además de ser no biodegradable, también sustituye a los botones de plástico; material que tarda ciento cincuenta años en degradarse y que afecta al medio ambiente (León, 2017).

En lo que respecta al mercado meta, la India, es un país demográficamente extenso y constituye el centro principal de relaciones comerciales con oriente medio. La mayoría de empresas occidentales procuran iniciar sus vínculos con la India porque es un lugar multicultural acostumbrado a interactuar y relacionarse con diversos países. La India antes de haber sido colonia inglesa, era un lugar arraigado a sus costumbres comerciales que estaban relacionadas con sus prácticas religiosas que residían dentro del hinduismo. No obstante, cuando la India estuvo bajo el régimen anglosajón, el modelo de negocios tradicional fue cambiando y el país comenzó a relacionarse intelectual, académica y comercialmente con europeos católicos, libaneses, turcos y árabes practicantes del Islam, chinos, japoneses y también con judíos. Este periodo de transición a la época moderna se fue dando en las ciudades portuarias, como Bombay. Esta ciudad se volvió el sitio idóneo de intercambio de

mercancías y de conocimientos culturales; por lo que actualmente Bombay es la ciudad más extensa, multicultural y donde se efectúan la mayor cantidad de exportaciones e importaciones de muchos productos traídos de diversos países. Además que la mayor cantidad de empresas multinacionales radica en esta ciudad. (Cañas, 2019).

A pesar que la India dejó de ser una nación ultraconservadora, todavía mantiene muchas costumbres arraigadas a sus prácticas ancestrales como lo son: el respeto a la naturaleza, la no introducción de productos cuyo origen sea de marfil animal y otorgar mayor facilidad de acceso al mercado de bienes naturales (Dezan, 2017).

En el año 1999 en la ciudad de Bombay, India, se originó una revista y posteriormente un evento bianual, conocido como *Moda Lakmé*; evento famoso de ropa que utiliza productos naturales, biodegradables y ecológicos; con el fin de ser una guía a nivel internacional que cree una consciencia global dirigida a un mundo más eco-amigable, que respete los principios de la madre naturaleza y que sustituya el uso de productos de origen animal. Las mayorías de empresas en dicha ciudad, además de las que residen en la ciudad de Nueva Delhi; son principales importadoras y promotoras de los botones de tagua alrededor de la India, dando a conocer su uso favorable y sentido naturalista hacia el mundo de la moda y de la sociedad en general (Pro-Ecuador, 2018).

La empresa NayaNayón es una microempresa ecuatoriana, registrada como sociedad anónima, que reside en la capital del país y que lleva 20 años en el negocio de la producción y exportación de bisuterías y discos de tagua dirigidos al mercado europeo y norteamericano. Sin embargo, tiene planes de diversificar su producción para comercializar el producto final: los botones de tagua (NayaNayón, 2020).

Introducir el producto final dentro de un mercado que los promueve en eventos de moda, que los utiliza para las prendas de vestir y que a su vez, no pone barreras parancelarias para la introducción de los botones y anímelas de tagua (Pro Ecuador, 2018); constituye una ventaja y una oportunidad para desenvolverse comercialmente dentro de este nuevo nicho de mercado.

Justificación

La justificación radica en la capacidad exportadora que posee la firma NayaNayón y sus estrategias de desarrollo de nuevos mercados y productos, para el caso de este estudio de factibilidad, ingresar con botones de tagua al mercado indio.

La finalidad del presente proyecto, es la realización de un estudio de factibilidad económica que permita a la empresa NayaNayón diversificar su producción, inicialmente con botones de tagua e ingresar al mercado meta con este producto.

Es importante recalcar que India ya ha importado productos a base de tagua, principalmente las anímelas. La tagua siendo de origen natural y no animal, como se mencionó en la sección anterior; es gratamente recibida y se adapta a la cultura y espiritualidad de la India, donde lo más importante es el medio ambiente y el cuidado y respeto de todos los seres vivos e inertes que la conforman.

Adicionalmente, la significancia del presente estudio de factibilidad de comercialización de botones de tagua al mercado indio radica también en la importancia de incrementar la exportación de bienes no tradicionales con valor agregado, a mercados no habituales.

La globalización ha reducido las barreras comerciales y culturales, reflejadas no sólo en los tratados internacionales de comercio, sino también en los pensamientos e interacciones de los distintos mercados que han derribado las barreras para crear un gran mercado global, cada día más semejantes ya que los productos se comercializan mundialmente.

Por consiguiente, abarcar posibilidades, mayores mercados e introducirse en un mercado alterno pero factible, constituye una oportunidad para que la empresa, objeto de estudio, comience a desarrollar relaciones con otros mercados, además del mercado europeo y norteamericano con los cuales ya tiene relaciones comerciales.

Planteamiento del Problema

El presente trabajo de investigación radica en la elaboración de un estudio de factibilidad económica para la microempresa ecuatoriana NayaNayón que reside en la capital del país: Quito y que se encarga de la producción y exportación de bisutería y discos de tagua al mercado norteamericano y europeo; principalmente en países como Estados Unidos, Francia, Holanda y Canadá. La empresa vende dichos artículos a base de la materia prima de tagua en diversas formas, tamaños y colores, dependiendo del requerimiento tanto a nivel internacional como nacional.

El objeto de este estudio es entregar a la empresa una herramienta de análisis cuantitativa que le permita tomar decisiones sobre la factibilidad de producir y exportar botones de tagua, dado que ya produce otros artículos con la misma materia prima y a sabiendas que a nivel nacional se exportan artículos de tagua mas no específicamente los botones; por lo que dicha realidad constituye una producción alterna relativa a la línea de investigación de productos no tradicionales dentro de un mercado no convencional como lo es el indio.

Se realizará un estudio del mercado meta donde se analizarán las costumbres, hábitos alimenticios y la religión. Además, se analizará: el comercio exterior de la India para determinar si hay barreras arancelarias, tratados internacionales existentes, información de las exportaciones e importaciones entre Ecuador e India; la respectiva partida arancelaria para exportar el bien, la capacidad productiva y el volumen de producción que la India estaría dispuesta a adquirir; así como cualquier información adicional y relevante que requiera la empresa para introducirse dentro del mercado indio.

El enfoque de estudio que se usará en el presente proyecto es mixto: cuantitativo-cualitativo, donde se llevará a cabo el análisis cultural del mercado meta y de la obtención de información online para proceder luego a su interpretación; examinando las relaciones de significado de vital importancia que se producen en la cultura india; además de técnicas de investigación, entrevistas a las autoridades competentes y su posterior plan financiero.

El método de investigación será el inductivo dado que se enfoca en la producción y exportación de un producto en particular que son los botones de tagua,

dirigido hacia potenciales y diversas importadoras indias, en la ciudad de Bombay; partiendo así de lo particular a lo general, como principal característica que constituye el método inductivo.

La finalidad de este problema de investigación es presentarle a la empresa objeto de estudio, toda la información y los medios conducentes a la introducción exitosa de los botones de tagua al mercado meta.

Formulación del Problema

¿Qué efecto puede tener la elaboración de un estudio de factibilidad económica para la presente empresa en relación con la diversificación de su producción, inicialmente con botones de tagua dentro del mercado indio?

Preguntas de Investigación

1. ¿Qué estrategias debe emplear la firma NayaNayón para introducirse dentro del mercado indio?
2. ¿Qué tratados internacionales y barreras al comercio existen entre la India y Ecuador?
3. ¿Cómo introducir los botones de tagua en el mercado Indio?
4. ¿Cómo responderá el mercado meta con la introducción y difusión del producto objeto de estudio?
5. ¿Cuál es la capacidad productiva de botones de tagua que las importadoras indias estarían dispuestas aceptar?
6. ¿Cuáles son los precios relativos entre los botones de tagua con aquellos hechos de caucho o poliéster?

Objetivos

En esta sección se expondrán las metas de la presente investigación por medio de sus dos dimensiones esenciales: genérica y específicas.

Objetivo general.

Realizar un estudio de factibilidad económica que permita a la empresa NayaNayón diversificar su producción, inicialmente con botones de tagua e ingresar al mercado indio.

Objetivos específicos.

1. Estudiar la situación vigente desde un enfoque mixto del mercado de fabricación de la tagua a nivel nacional por medio de entrevistas a las autoridades competentes y de la obtención de información relevante proveniente de empresas productoras y exportadoras de tagua y de instituciones públicas que operen dentro del comercio exterior.

2. Analizar la demanda del mercado indio y la oferta exportable mediante entrevistas a las autoridades competentes y por medio de la obtención de información por parte de las entidades privadas y públicas que operen dentro de la gestión de importación de botones de tagua.

3. Investigar sobre el volumen de producción solicitado por las potenciales importadoras de botones de tagua en la ciudad de Bombay y en base aquello, invertir en activos fijos para la industrialización del proceso productivo de los botones de tagua.

4. Determinar como la industrialización del proceso productivo de los botones de tagua y los ingresos por venta de este producto, incide en el incremento de la utilidad neta de la empresa y la viabilidad financiera del presente proyecto.

Delimitación del Tema

El propósito del estudio es determinar la factibilidad de comercializar los botones de tagua hacia el mercado indio con la finalidad de que el Ecuador, por medio de la empresa mencionada con anterioridad; abarque otros mercados, además de los tradicionales y cree oportunidades que lo lleven a efectuar fuertes relaciones de comercio con la India.

La línea de investigación es la exportación de productos no tradicionales al exterior. El beneficio que aporta al Ecuador no solo va en el incremento de divisas para el país y aumento en la contratación de mano de obra directa, sino que tiende a reducir las barreras comerciales y culturas con otros países.

El lugar de estudio opera dentro de tres dimensiones: delimitación espacial, temporal y universal. La primera radica en el área geográfica donde se efectuará el presente proyecto de investigación que constituye la ciudad de Guayaquil.

La delimitación temporal hace referencia a la ciudad de Quito, lugar donde reside la empresa NayaNayón y a la cual se le realizará el estudio de factibilidad económica durante el periodo desde el 18 de mayo hasta el 24 de agosto de 2020.

La delimitación universal será en la ciudad de la India: Bombay, zona donde se aplicarán las técnicas de obtención de información y su posterior análisis del sector; haciendo referencia a los elementos de estudio que se mencionan en la sección del planteamiento del problema.

Limitaciones del Trabajo

La pandemia del presente año relativa al Covid-19 ha provocado una disminución de la producción de artículos, bisuterías y discos de tagua y como consecuencia los procesos de exportación se han ralentizado. Los medios de transporte aéreo y marítimo han reducido, en algunos casos, sus frecuencias. Debido a este incidente exógeno el volumen de producción de los botones de tagua hacia la India para el 2020 será limitado.

Sin embargo, gracias al estudio de factibilidad para industrializar el proceso productivo de los botones de tagua y consecuentemente incrementar su producción, en los años posteriores permitirá a empresa generar nuevos ingresos, los mismos que se expondrán a lo largo de la investigación.

Capítulo II: Marco Teórico, Conceptual y Metodológico

Marco Teórico

La postura epistemológica seleccionada corresponde al constructivismo, corriente filosófica que radica en que la realidad se fabrica en base a los hechos observados empíricamente por quien detente la acción de observar e investigar. Es decir, que la realidad es el resultado de las percepciones y hechos o datos teóricos o bien empíricos de quien ejerza dicha acción. Visto desde esta perspectiva la realidad es relativa hasta un determinado grado (Martínez, 2017).

Dado que nuestro proyecto de investigación: factibilidad económica de una producción de botones de tagua dirigida al mercado indio, recae dentro del estudio de las ciencias empresariales y sociales, se hará uso de información estadística, legal y financiera, que nos permitan interpretar el nicho y la cultura del mercado meta que difiere mucho de los mercados que actualmente trabaja la empresa.

Los datos que se obtengan son objetivos, pero la subjetividad de la interpretación varía dependiendo de la cultura, los gustos y preferencias del consumidor, la interacción entre el oferente (empresa exportadora ecuatoriana) y el demandante (empresas importadoras indias); constituyen una realidad en base a hechos y percepciones empíricas que serán experimentadas por los actores del comercio expuestos con anterioridad, además de quienes llevarán a cabo la presente investigación.

Una de las estrategias de las cuales una empresa residente en un país en particular es la ventaja competitiva; la cual constituye utilizar el valor agregado o adicional que dicha empresa posea y que tenga por sobre encima de las demás. Es decir, un rasgo empresarial que otras no tengan, un potencial que denote viabilidad económica (Porter, 2015).

En el presente caso de estudio, visto desde una perspectiva global; el Ecuador es el único proveedor de discos de tagua hacia la India y ya existen empresas de moda que utilizan botones de tagua; claro con la diferencia que son fabricados dentro de su territorio, es decir, solo importan la materia prima. Empresas como Raymond, BlackBerry, Louis Philippe y Van Heusen; ya utilizan los botones de tagua fabricados

con discos de tagua ecuatorianos; además de la demanda por sastres y modistas que laboran independientemente.

Esta ventaja que el Ecuador posee sobre los demás países desenraiza otra ventaja que es la posibilidad de vender el producto terminado a un mercado que ya utiliza y valora el uso de botones de tagua dada su relación eco-amigable con la naturaleza.

La teoría del empresario innovador radica en el avance económico de las naciones respecto a la creación de bienes novedosos u actualización de los mismos dentro de un periodo específico de tiempo, que va conjuntamente de la mano con el contexto histórico o la era en la que se desenvuelve la creación, difusión y venta de los nuevos productos. Esta teoría fue creada por Joseph Schumpeter, político austriaco y americano, que consideraba que el empresario independientemente del tiempo o la época cumple tres etapas importantes que se repiten como un ciclo a lo largo de la historia (Cegarra, 2018).

Dichas etapas son: creación, innovación e imitación. La primera radica en la fabricación de un bien novedoso en su totalidad o de una nueva línea de productos alternos creados por una determina organización u empresa; también aplica cuando se trata de un nuevo proceso productivo para un bien que ya exista dentro del mercado. La segunda etapa constituye en el trabajo empírico de invenciones previas de cualquier esencia y su uso sobre el campo de la industria y el comercio. La tercera y última etapa aparece cuando ya las demás empresas producen bienes similares aquel producto que fue pionero ya sea por su creación novedosa o por ser comercializado primero (Cegarra, 2018).

Lo más importante que se aplica en dicha teoría es los beneficios económicos de ser pionero en la fabricación y producción de un producto novedoso o previamente existente y su impacto dentro del comercio exterior, si se tratase de llevarlo al ámbito internacional.

Cuando el empresario o pionero crea un nuevo producto o es el primero en comercializar un producto ya existente pero que no ha sido potencializado a nivel económico; recibe y va generando muchos beneficios durante el periodo de tiempo que perdure hasta toparse con la tercera etapa: la imitación.

En esta fase cuando las demás firmas comercialicen productos similares o de la misma esencia, los beneficios ya no serán los mismos y no solo por cuestiones económicas o de comercio, sino que el marketing se distribuirá entre todas las empresas involucradas. Es decir existirá una mayor oferta de productos similares y por consiguiente, mayores opciones de compra para los consumidores. Visto desde esta perspectiva el empresario es eje fundamental del avance tecnológico y el proceso de innovación es un ciclo que no finaliza, que está en constante actualización con el pasar de los años y cada cambio de era (Martínez, 2017).

La empresa NayaNayón no comercializa el botón de tagua como producto terminado, sino más bien se encarga de la producción y exportación de bisuterías y discos de tagua, por lo que es importante enfrentar la industrialización de los botones de tagua con el fin de adentrarse a mayores mercados externos.

Otra teoría que es importante recalcar dentro de la presente investigación es la muy conocida y famosa metodología japonesa *Kaizen*; cuya finalidad radica en la mejora continua de los procesos, productos o servicios utilizados dentro de la empresa, con el objeto que el negocio sea mejor cada día.

Las etimología del término *Kaizen* significa cambio (*kai*) para bien (*zen*) y se origina como resultado de las enseñanzas administrativas que se trajeron a Japón después de la segunda guerra mundial por parte del matemático y estadístico Edward Deming relativa al control total de la calidad de los bienes y servicios de las compañías. Kaoru Ishikawa fue aquel que le dio mayor énfasis de análisis a dicha teoría dado que él ya había hablado del *Kaizen* como una filosofía de vida en sus diversos escritos del control de calidad organizacional.

Esta teoría se relaciona con diversas posturas espirituales como el *taoísmo*, donde se busca el equilibrio y la perfección continua a pesar que no exista; realidad similar ocurre con la metodología *Kaizen* donde se busca el mejoramiento continuo de los procesos de producción, venta y pos venta. Es decir, la búsqueda de la perfección a nivel empresarial y organizacional a pesar de que no exista tal cosa. Los japoneses siempre buscan mejorar cada aspecto de su vida, más aún si se trata del trabajo. Son conscientes que la perfección no existe, sin embargo el concepto del mejoramiento continuo radica precisamente en buscarla, porque siempre habrá algo que mejorar.

A diferencia de otras teorías, *Kaizen*, no se queda solo dentro del ámbito laboral sino que busca ser una filosofía de vida que aplique antes y después del trabajo. Algo que proporcione equilibrio a nivel corporal, psíquico y espiritual; donde se le dedique el tiempo necesario a cada asunto. Por ende no solo es algo que abarque solo aspectos individuales, sino al contrario, debe operar como trabajo en equipo por parte desde las más altas gerencias hasta los puestos que le siguen por debajo; como resultado optimizando los recursos, mejorando los procesos, inculcando disciplina y orden a nivel individual y colectivo; un sentido de coordinación equilibrada que permita además, prever y adaptarse con mayor facilidad a los cambios tecnológicos y tendencias de consumo, gustos y preferencias por parte de quienes detentan el poder adquisitivo de los bienes y servicios: los clientes.

En relación a la firma NayaNayón y dada la disminución de la producción y ralentización de las exportaciones, como consecuencia del impacto económico que ocasionó la pandemia, el uso de esta herramienta administrativa, permitirá la optimización de los recursos y reducir costos de producción.

Instituir el *Kaizen* como filosofía de vida dentro de los valores corporativos y aplicarlos día a día para el mejoramiento continuo de la misma; constituye una obligación y una gran oportunidad de adaptación cambiante para poder incursionar y abarcar otras fronteras; además de la europea y la norteamericana.

Marco Conceptual

En sección se muestran las definiciones y acepciones de los términos más usados dentro del presente capítulo y de los posteriores, con el fin proporcionar mayor conocimiento y un mejor entendimiento para el lector.

Metodología: Definiciones epistemológicas como tales que definen nuestra estrategia investigativa, concretamente al paradigma bajo el cual nos situemos (Tamayo, 2016).

Método: Dimensión práctica con que materializamos esta metodología, vale decir, conjunto de procedimientos y técnicas de trabajo concretas para llevar a cabo la investigación (Tamayo, 2016).

Paradigma: Elaboraciones científicas mundialmente reconocidas que, durante cierto lapso, suministran modeladores de problemas y soluciones a una colectividad científica (León, 2019).

Factibilidad económica: Evaluación de la viabilidad, estabilidad y rentabilidad de un negocio o un plan de negocios (Robles, 2020).

Partida Arancelaria: Radica en la categorización numeraria del Sistema Armonizado que se utiliza para identificar los bienes importados a efectos de emplearles el régimen aduanero oportuno, en particular las tarifas a la importación (Fernández, 2015).

Tagua: Palmera de tallo muy corto y corona muy frondosa, que produce una semilla cuyo endospermo, muy duro, es el marfil vegetal, que se emplea para hacer botones, dijes, etc. (Real Academia Española, 2020).

Botón: En una prenda de vestir, pieza, generalmente redonda y plana, que se introduce en un ojal para abrochar (Real Academia Española, 2020).

Incoterm: Constituyen una serie de disposiciones normativas o bien reglas que se utilizan para los contratos relativos a compraventas a nivel internacional (López, 2020).

Esmeriles: Herramienta compuesta por dos discos obtenidos del mineral esmeril para afilar, cortar, pulir materiales como madera, plástico, tagua, meta (Peñañiel, 2016).

Dremel: Herramienta con varias funciones que permite limpiar, moler, afilar, grabar todo tipo de material de una manera fácil y rápida (Ugarte, 2016).

Marco Metodológico

El marco metodológico se define como el escenario donde se explican los mecanismos de análisis del problema investigativo. Para ello utiliza el diseño metodológico que es la etapa donde se exponen los elementos puntuales que permiten dar a conocer al lector en qué dirección se dirigirá la presente investigación (Martínez, 2017). A continuación se procede a explicar el diseño metodológico:

Método.

Para la presente investigación se utilizará el método inductivo que de acuerdo con Tamayo (2018) “se define como un método científico que llega a un objetivo o una conclusión general partiendo de deducciones, antecedentes o realidades en particular”.

Dado que se parte de una realidad particular como lo es medir la factibilidad económica de la producción y exportación de botones de tagua ecuatorianos dirigidos a un mercado meta vasto, extenso, donde existen varios potenciales compradores del producto previamente mencionado; se utiliza el método inductivo.

Pese a que el mercado meta es la ciudad de Bombay, la empresa ya tiene relaciones comerciales con el mercado norteamericano y europeo; el presente estudio proyecta penetrar dentro del mercado indio y alcanzar la mayor cantidad de clientela posible; es decir no pretende efectuar relaciones comerciales con un solo importador en un país, ciudad y región en particular; sino ir más allá con la comercialización del producto objeto de estudio que son los botones de tagua ecuatorianos.

Enfoque del trabajo.

El enfoque de trabajo es la perspectiva que se selecciona al momento de hacer una investigación o estudio y puede ser cualitativo, cuantitativo o mixto. Cuando es mixto es porque se recolecta información que puede ser interpretada, procesada y analizada tanto cualitativamente como cuantitativamente; para ello es menester que los datos obtenidos tanto aquellos de índole cualitativo como cuantitativo, guarden relación (Segarra, 2018).

La investigación cualitativa es subjetiva y filosófica, busca describir y analizar de forma profunda las cualidades de un fenómeno objeto de estudio y no permite, dada su naturaleza, análisis estadísticos o financieros. Por el otro lado, la investigación cuantitativa es objetiva y busca medir y comprobar los hechos objeto de estudio por medio de análisis numéricos como lo son la estadística y las finanzas. El enfoque mixto recoja de ambas y opera mucho dentro de las ciencias sociales y económicas (León, 2019).

En relación a lo expuesto con anterioridad, el enfoque que se usará en la presente investigación será mixto: cualitativo-cuantitativo. Esta relación dual es muy común dentro de las ciencias empresariales y su usanza no es excepción dentro del presente estudio.

La presente investigación es, por un lado, cuantitativa dado el tema estadístico y financiero de carácter objetivo que se utilizará para medir, predecir y controlar el volumen de producción y exportación de los botones de tagua en relación a la petición de las cantidades y precios exactos por parte de la demanda; además del análisis de costos y beneficios asociados a la decisión de exportar los botones de tagua.

Por el otro lado, es cualitativa dado que las interacciones entre el oferente y el demandante, tanto como las respuestas del nicho de mercado, son dinámicos y están en constante cambio, dada la cultura cambiante, la globalización y el rol de la publicidad dirigida a mentalizar al consumidor hacia un pensamiento eco-amigable y el impacto de los botones de tagua sobre aquello y la ventaja que tiene sobre los otros botones como el cuero y demás de origen animal, mas no natural ni pro-ambiente.

Es importante recalcar que análisis cualitativo al ser de carácter interpretativo en base al estudio de los fenómenos sociales que se presentan dentro del comercio mundial; será siempre subjetivo y reaccionará en base a las respuestas del mercado y las exigencias de las tendencias de consumo, gustos y preferencias del consumidor; realidad avalada dentro del conocimiento empírico que radica dentro del ámbito de los instrumentos internacionales.

Tipo de diseño.

“El tipo de diseño es el plan que usa el investigador para la obtención de respuestas a las interrogantes planteadas del problema de investigación y puede ser experimental, cuasi-experimental y no experimental” (León, 2019).

Diseño no experimental: “aquella en la que no se controlan ni manipulan las variables del estudio. Para desarrollar la investigación, los autores observan los fenómenos a estudiar en su ambiente natural, obteniendo los datos directamente para analizarlos posteriormente” (Montano, 2018).

Dada la naturaleza del presente proyecto de investigación, se requerirá la obtención de información a nivel financiero y legal; dentro del marco del comercio

exterior, donde dicho análisis se limita exclusivamente a medir el grado de factibilidad económica de la firma NayaNayón para poder insertarse dentro del mercado indio y su futura producción y exportación de botones de tagua a dicho grupo poblacional; puesto por escrito y detallado es un estudio de factibilidad económica para la presente empresa.

No hay variables de control que demanden experimentación. En su mayoría son exógenas y existentes en cuanto al conocimiento y obtención de información del mismo: procesos aduaneros y de comercio; el volumen de producción requerido, las ventajas que el Ecuador ya posee sobre el mercado indio relativo a los discos de tagua; entre otros que residen en las leyes y la capacidad productiva de la presente firma quiteña.

Alcance.

“El alcance de la investigación constituye un indicador que estipula la forma que se empleará para la obtención de los resultados del proyecto y puede ser explicativo, descriptivo, correlacional y explorativo” (Martínez, 2017).

El tipo de alcance para el presente proyecto es descriptivo dado que se dirige al hecho de adjuntar el conocimiento requerido respecto al objeto de estudio o análisis. Dicho conjunto de conocimiento radica fundamentalmente en describir los hechos que llevan a la solución del problema planteado dentro de la presente investigación (Pérez, 2017).

Dada la naturaleza del presente trabajo de estudio se dará a conocer los parámetros y la descripción de los hechos conducentes a la solución del problema: determinar efectivamente la viabilidad económica para la comercialización de botones de tagua ecuatorianos dirigidos al mercado indio.

Instrumentos de recopilación de información.

Para llevar a cabo una investigación es menester la adquisición u obtención de información para su posterior análisis. Para ello, se requiere de fuentes donde se pueda recopilar la información que se requiere. Estas fuentes pueden ser primarias o secundarias y los instrumentos o herramientas para procesar la información que se obtenga de aquellas fuentes; van a variar dependiendo si el enfoque de trabajo es

mixto, cualitativo o cuantitativo y del tipo de diseño, sea experimental, cuasi-experimental o no experimental (León, 2019).

Las fuentes para recopilar la información serán tanto primarias como secundarias. Las fuentes primarias serán la información obtenida y proporcionada por personas jurídicas que estén involucradas con el conocimiento del comercio indoecuatoriano y el volumen de comercialización de los botones de tagua; así como su difusión dentro del mercado de Bombay. La otra fuente primaria será el grupo de personas naturales o representante legal de la empresa, que estén envueltos directamente con el proceso productivo y de exportación de los botones de tagua. Las fuentes secundarias serán particularmente la información que se encuentre en el internet y que proporcione el conocimiento para la introducción dentro del mercado indio, así como las leyes que respaldan el comercio exterior entre Ecuador e India y la factibilidad de exportación de los botones de tagua a dicho mercado meta.

Herramientas y procedimientos para procesar información recopilada

La información que se obtenga constituyen el conjunto de datos ordenados que encaminen a la solución del presente problema de investigación.

Dado que el enfoque de trabajo que se usa para el presente trabajo de investigación es mixto y el tipo de diseño es no experimental; las fuentes primarias son las siguientes: estadísticas de instituciones públicas como Pro-Ecuador o la Embajada Indo-Ecuatoriana relativas al volumen de importación de botones de tagua al mercado indio; informes de inteligencia comercial relativas a las relaciones entre Ecuador y la India y entrevistas realizadas a las autoridades competentes como lo son el presidente de la compañía NayaNayón y el presidente de la asociación de artesanos de marfil vegetal de la comuna Dos Mangas; con el fin de conocer el proceso productivo de los botones de tagua, su mecanismo de producción y el impacto de la pandemia sobre el negocio del mismo. Por el otro lado, las fuentes secundarias de obtención de información son las siguientes: información obtenida de los cuerpos legales en materia aduanera y económica, como lo son: el reglamento de Nomenclatura de Designación y Codificación de Mercancías del Ecuador y el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI); además de todo tipo de información

adicional que se halle en el internet relativa a la comercialización de botones de tagua y del estudio mercado meta.

Marco Legal

Proceso de exportación

En el proceso de exportación se detallará los aspectos que están relacionados con la planificación y la ejecución de las actividades que se involucran en el proceso de la exportación de los botones de tagua desde el Ecuador hasta el país de destino.

Descripción del producto según el arancel

El proceso de la exportación será en base a los botones de tagua.

9606.30 – Botones y Botones de presión, Formas para botones y demás partes de botones; esbozos de botones

9606.30.10.00- - De tagua (marfil vegetal)

En la partida arancelaria del producto se incluyen los botones que son utilizados para prendas de vestir, trajes, ropa etc.

Tabla 1 *Ficha técnica del producto*

Producto	Botones de tagua
Subpartida arancelaria	96063010
País de origen	Ecuador
País Exportador	Ecuador
País de destino	India
Empresa Exportadora	NayaNayón
Cantidad	180 docenas
Peso	2kgs
Vía de transporte	Aéreo

Régimen Aduanero

Al conjunto de operaciones que están orientadas a brindar un destino internacional aduanero específico a las mercancías dependiendo del tipo de declaración que presente el interesado, se lo conoce como regímenes aduaneros, cuya importancia radica en el control aduanero de las entradas y salidas de las mercancías así logrando una clasificación de forma universal entre las diferentes aduanas (Ferrán, 2015).

Los botones de tagua se ajustan al régimen 40 de exportación a consumo que se debe a que las mercancías nacionales se utilicen para uso o consumo definitivo en el extranjero una vez que salen del territorio aduanero.

Requisitos para exportar

Las exportaciones son regímenes aduaneros que permiten el envío del producto o servicio hacia un mercado extranjero con fines comerciales. Es decir la salida de mercancías del territorio ecuatoriano o a zonas especiales de desarrollo económico (Pro Ecuador, 2018).

Para poder exportar se debe de poseer el registro único contribuyente (RUC) que permitirá registrarse en la página web del servicio de aduana del Ecuador (SENAE).

Se deberá de contar con los siguientes documentos para que las exportaciones se puedan efectuar:

- Registro Único Contribuyente del exportador (RUC)
- Registro de exportador a través de la página del SENAE.
- La factura comercial
- Certificado de origen
- Las autorizaciones correspondientes
- Documento de transporte (PRO ECUADOR).

Trámite de operador de comercio exterior

Los operadores de comercio exterior pueden ser personas naturales o jurídicas que se convierten en usuarios y que interactúan de manera informática y operativa con la empresa y el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador; como lo son: los agentes de aduana, las agencias de carga, las navieras, las consolidadoras, los exportadores e importadores, entre otros (SENAE, 2017).

Para poder registrarse como un operador de comercio exterior es importante contar con la siguiente documentación:

- Registro Único Contribuyente (RUC)
- Estar registrado como exportador en el Ecuapass (Aduana, 2015)
- Token, certificado de firma digital que la otorga el Banco Central y Security Data

Adicional, al momento de realizar los trámites aduaneros todas las exportaciones deben de contar con la documentación que se menciona a continuación:

- Declaración aduanera de exportación (DAE)
- Factura comercial
- Autorizaciones si amerita el caso, en el caso de los botones de tagua se necesitará la autorización por medio el Ministerio de Comercio Exterior
- Lista de empaque o Packing list
- Documento de transporte

Fase Pre embarque

En la fase de pre-embarque se comienza por la realización de la declaración aduanera de exportación que está compuesta por los datos del exportador, del destino, la descripción de las mercancías, peso, cantidad y los datos del consignante que estarán registrados en el sistema Ecuapass; donde se tendrá la factura comercial correspondiente y la demás documentación que se realiza previo al embarque.

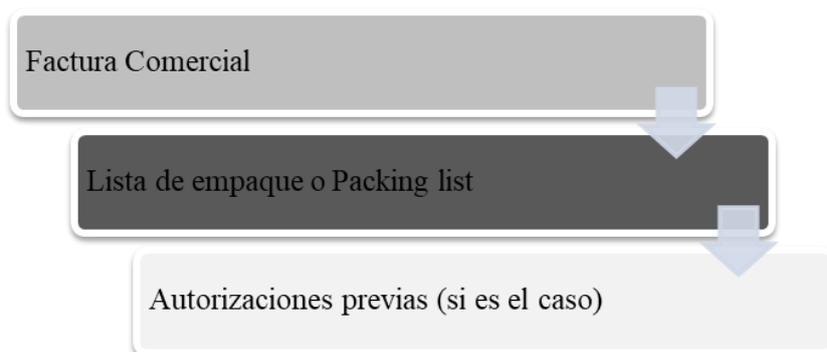


Figura 1. Fase de pre embarque de exportación “NayaNayón”

Fase de Post embarque

La fase de post embarque es la parte final del proceso de exportación ya que en este procedimiento se regulariza la declaración aduanera de exportación con el Servicio de Aduana del Ecuador mediante la plataforma electrónica donde se entregará al agente de aduanas o al exportador directamente lo que se denomina la DAE que cuenta con un periodo de 30 días de plazo para que se realice el embarque.

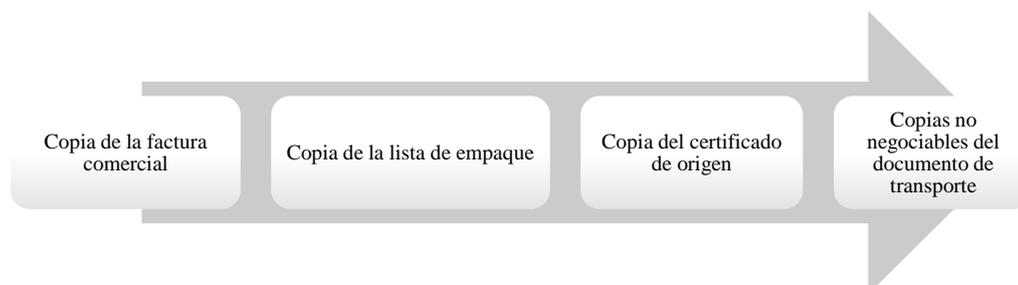


Figura 2. Documentos para el trámite final del proceso de exportación. “NayaNayón”

Etiqueta-Empaque

Para la distribución comercial de los botones de tagua se va a utilizar cajas cuyo peso será aproximadamente de 2 kilos con una dimensión de 53x40x32 cm, que contendrá 2160 unidades, es decir 180 docenas. Además, en la parte frontal del empaque se encontrará la información del producto como el tamaño, categoría y las unidades de botones que se encuentran en ella.

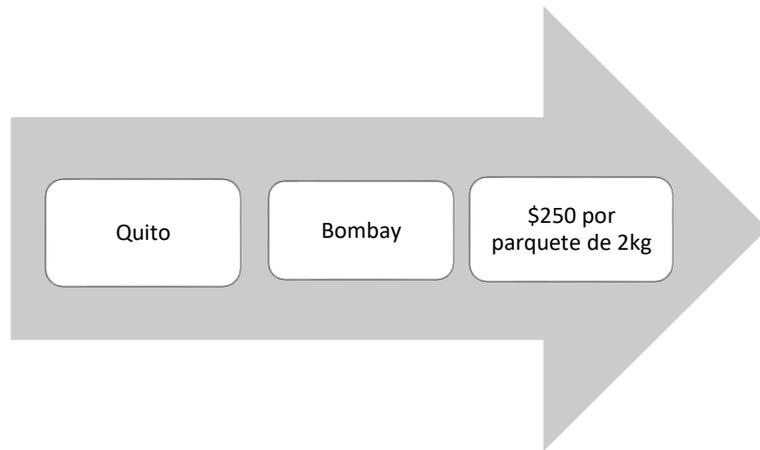


Figura 3. Vía aérea para exportación de botones de tagua.

Capítulo III: Análisis de Mercado y Entorno

Descripción del Mercado

Es una herramienta que al utilizarla nos va a brindar la información necesaria y a la obtención de datos que son analizados para obtener resultados como la factibilidad del producto y las posibles complicaciones que tenga ese producto dentro del mercado (Montefer, 2015).

Descripción del país de origen

Ecuador se encuentra en América del Sur en el paralelo 0 ° 0'0". Con un área de 283,561 km², el país tiene cuatro regiones biogeográficas: Sierra, que es cruzada por Los Andes, la costa del Pacífico, el Amazonas y las Islas Galápagos. Su geografía contribuye en gran medida a la biodiversidad presente en el país (Paredes, 2019).

Ecuador pertenece al grupo de 12 países mega diversos que juntos representan entre el 60 y el 70 por ciento de la biodiversidad del planeta, lo que significa que el país tiene un patrimonio natural importante y único, la base del desarrollo económico, social, cultural y productivo (Benalcázar, 2015).

Ecuador es un país rico en plantaciones de tagua, que se encuentran localizadas en la zona subtropical de la cordillera andina, y en las costas de Manabí y Esmeraldas principalmente. La tagua es una palma que se caracteriza por tener un tronco rastrero del cual parten numerosas raíces arqueadas, de varios metros de altura, dependiendo de la variedad (Arce, 2018).

Descripción e identificación del país de destino

Generalidades

La nación soberana del sur de Asia o comúnmente conocida como la India es uno de los países más extensos a nivel mundial siendo una república federal de 29 estados y 7 territorios, considerándose como una nación en vías de desarrollo a pesar de las enormes dificultades que la historia política le ha dejado.

La India sigue siendo el segundo país más poblado en el mundo entero con 1,323 millones de personas. En los últimos 60 años se ha convertido en la democracia

más populosa del mundo por el crecimiento de la población, con sus lenguas oficiales que son el inglés y el hindi, aunque hay 21 lenguas registradas legalmente.

Es la quinta economía más importante a nivel mundial en términos de PIB, ya que la economía del país es diversificada donde se encuentran diferentes actividades desde las agrícolas ubicándose en pequeños pueblos hasta las grandes industrias y tecnología moderna, aunque el sector más importante del país es el de servicios donde más de la mitad de mano de obra trabaja en la agricultura.

La India al enfrentarse a un gran crecimiento económico continúa siendo uno de los principales países con las economías más abiertas a nivel global, y muy pocos países ofrecen las mismas oportunidades que brinda este país, no se compara a lo que India ofrece hoy, por eso la economía es y será más competitiva, productiva y atractiva para nuevos mercados (Narenda, 2020).

Límites Geográficos de la India

El territorio indio tiene una extensión de 3.287.263 km², donde limita, al sur con el Océano Índico; al Oeste con el mar Árabe; al Este con el Golfo de Bengala y al Norte con Nepal y Bután. Su capital es Nueva Delhi.

Análisis del entorno internacional

La producción y la comercialización de los botones realizados con tagua van creciendo cada vez más, creando un mercado interesante tanto para Ecuador como en los demás países que importan el producto.

Se debe de generar diferentes alternativas de divisas y las exportaciones de tagua es una fuente muy importante para hacerlo, el tener una denominación propia es una forma de involucrarse con el mundo entero, el producto es un distintivo que beneficia al sector y a la industria (CORPEI, 2018).

India es un importador importante para el país ya que ellos no producen la tagua y Ecuador es su principal proveedor de las anímelas, que antes mencionadas son los discos de tagua de diferentes tamaños para la elaboración de los botones. La tagua ecuatoriana se exporta a más países como: Italia, Alemania, China, Francia y estos a su vez los re-exportan a la India, donde se encuentran grandes diseñadores de moda y empresas de confección que han cambiado los botones que normalmente se utilizaban

como los artificiales por accesorios de origen natural como la tagua ecuatoriana y su precio que es bajo.

Análisis FODA

1. Fortalezas

- Segmentación de mercado bien definida: marcas de ropa en india que usan los botones de tagua ecuatorianos en sus prendas de vestir tales como Raymond, BlackBerry, Louis Philippe y Van Heusen.
- El único proveedor de discos de tagua (materia prima para la elaboración de los botones de tagua) en la India, es Ecuador. En algunos sitios en India optan por comprar la materia prima y fabricar los botones tales como la firma Anoki.
- Los botones de tagua son fuertemente adquiridos en ciudades comerciales como Bombay y Nueva Delhi. Dada la fuerte cultura religiosa, se optan por dichos botones naturales; dejando de lado otros de origen animal como el cuero, dando mayor apertura a la importación de los botones de tagua.
- Los discos y botones de tagua no requieren de ninguna certificación para ingresar al mercado indio.
- No existen barreras paraarancelarias para la importación de los botones de tagua ecuatorianos.
- Existe una ventaja respecto a los precios relativos por docena de los botones de tagua en contraste con las de otros materiales como el caucho.

2. Oportunidades

- La tendencia de moda ecológica y el uso de botones de tagua se ha incrementado en la última década dentro del mercado indio
- Realizar la promoción del producto con empresas extranjeras que hayan designado a empresas indias para la fabricación de los botones, como, por ejemplo: H&M (Suecia), Gap (Estados Unidos), Children's Place (Estados Unidos).
- Exportar el producto final a empresas en Bombay que compran directamente los botones de tagua tales como: Ketan Buttons, Aero Enterprises, Jindal Polybuttons.

3. Debilidades

- Los costos de producción de los botones de tagua son más altos que los similares de poliéster.
- Ecuador tiene poca experiencia en el mercado de botones de tagua y la capacidad productiva de éstos es limitada en comparación con los demás países como: Inglaterra, China, India, USA, Holanda, Canadá, Francia (Pro Ecuador, 2018).

4. Amenazas

- La inestabilidad económica en el Ecuador y el aumento del riesgo país a su vez, afectando a las relaciones internacionales en materia de comercio exterior.
- La reciente amenaza pandémica ha afectado gravemente a las exportaciones e importaciones, afectando la balanza comercial y en general la economía de los países comerciantes; dado que las vías aéreas y marítimas detuvieron sus actividades por un periodo de tiempo.
- La competencia con los botones de poliéster respecto a los precios constituye un obstáculo dado que al ser más barato (dieciocho centavos la docena) y comúnmente utilizado; la mayoría de las firmas de ropas con el fin de abaratar costos; optan por los botones de poliéster y la demanda por el mismo ha aumentado considerablemente

Marketing Mix

Producto

El producto a ofertar es el botón número 18, estos son los más utilizados para la producción de ropa de alta costura para hombres y mujeres. Los tipos a producir y exportar serían:

- Botón 18 estándar
- Botón 18 clásico
- Botón 18 especializado

Precio

Para establecer el precio de los botones de tagua se consideraron factores como la materia prima, mano de obra de los artesanos, costos administrativos, utilidad entre otros, provocando que el precio que se establezca sea competitivo en el mercado.

Tabla 2 *Precio de los botones de tagua según su Categoría de “NayaNayón”*

PRODUCTO	PRECIO
Botón Estándar #18	\$ 1,20
Botón Clásico #18	\$ 1,10
Botón Especial #18	\$ 1,50

Plaza

La exportación de los botones de tagua se ha dado en varios países como: China, Alemania, Holanda, Francia, Italia entre otros, seleccionando a la India como mercado de destino para la empresa “NayaNayón”.

Tabla 3 *Breve descripción del país a exportar*

Información del Mercado de Destino	
País	India
Capital	Nueva Delhi
Ciudad	Mumbai
Idioma	Ingles - Hindi
Superficie	3,287 km ²
Moneda	Rupia India

Promoción

“La publicidad hace un hincapié en la orientación del cliente en coordinaciones a la actividad de marketing o publicidad, con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos por la empresa y sobre todo conseguir la satisfacción del cliente” (Kotler, P, 2019).

Los medios que se utilizaran para dar a conocer el producto serán por medio de la página web de la empresa donde permitirá contactar mejor a los clientes debido

a la nueva opción que se implementó para realizar las ventas en líneas y el uso de las redes sociales que ayudan a buscar a los futuros clientes.

Gracias a los avances tecnológicos, hoy en día la mayoría de personas en todo el mundo busca información por medio de las redes sociales y si no se está presente en ellas, la competencia tendrá esa ventaja, que como resultado se obtendrá la pérdida de clientes y de dinero (Arteaga, 2016).

Análisis PESTAL

Político

Ecuador e India han llevado a cabo algunos acuerdos bilaterales que aluden a cuestiones diplomáticas, de turismo, culturales y de colaboración. (Embajada de la India, 2018). A continuación, se exponen los siguientes tratados:

Tabla 4 *Los acuerdos firmados entre ambos países hasta 2013 (India – Ecuador)*

Memorando de Entendimiento en Consultas de Oficinas Exteriores	2000
Memorando de Entendimiento entre las empresas estatales petroleras, INGC Videsh Limited y Petroecuador.	2006
Memorando de Entendimiento entre la Confederación de Industrias de la India (CII) y El Consejo para la Promoción de las Exportaciones e Inversiones del Ecuador (CORPEI)	2006
Acuerdo de Educación	2006
Acuerdo Cultural	2006
Acuerdo entre Academias Diplomáticas	2006
Acuerdo de Exención de Visas para portadores de Pasaportes Diplomáticos y Oficiales	2007
Memorando de Entendimiento en Agricultura	2008
Programa de Intercambio Cultural 2009	2008
Memorando de Entendimiento para establecer Centro de Excelencia en Tecnología de la información	2009
Memorando de Entendimiento en Cooperación en Defensa	2011
Memorando de Entendimiento en Cooperación Económica	2013

Posteriormente el 23 de Octubre del 2019, por medio de una ceremonia diplomática llevada a cabo en el palacio *Rashtrapati Bhavan*, lugar conocido como la casa presidencial ubicada en la ciudad de Nueva Delhi. Se efectuaron acuerdos en materia de comercio exterior donde permitirá que los intercambios de ambos países se dupliquen y en el ámbito académico; interviniendo el embajador ecuatoriano Héctor Cueva y el presidente de la India; Ram Nath Kovind.

Con lo referente a lo académico, se ofertaron mejores oportunidades para que los estudiantes ecuatorianos tuviesen becas de estudio en la India por medio del programa de cooperación técnica y económica india, conocido por las siglas *ITEC*.

En cuestiones comerciales y económicas se efectuó la reducción de barreras con respecto a los siguientes productos de exportación: madera y sus derivados, crustáceos en general, pescado, aluminio y sus derivados, tabaco y sus parecidos; y los bienes de importación: acero, hierro, productos de plástico y de origen farmacéutico y vehículos que difieren de los ferrocarriles.

El acuerdo comercial no significa la anulación de aranceles entre los dos mercados, sino, lo que se busca es la reducción a las tarifas que tienen los productos que se intercambian actualmente, teniendo como resultados ganancias bilaterales entre 1960 y 2710 millones de dólares anuales. (Cueva, 2019).

El objetivo del acuerdo es poder comenzar un proceso de negociación comercial con este nuevo mercado como lo es la India y de impulsar a que las exportaciones aumenten gracias a las relaciones comerciales del Ecuador con un país que es considerado como una de las economías que va en crecimiento en los últimos años y que ocupa el quinto lugar a nivel mundial.

Según el Ministerio de Comercio e Industria (2019) el acuerdo para la entrada de productos indios al país y el acceso de productos ecuatorianos a la India va a estar listo en un año es decir, en Octubre del 2020, donde duplicará el intercambio comercial la India y Ecuador y permitirá que se beneficien sobre todo los artesanos. En cuestiones comerciales y económicas se efectuó la reducción de barreras con respecto a los siguientes productos de exportación: madera y sus derivados, crustáceos en general, pescado, aluminio y sus derivados, tabaco y sus parecidos; y los bienes de

importación: acero, hierro, productos de plástico y de origen farmacéutico y vehículos que difieren de los ferrocarriles.

Como se había expuesto con anterioridad, no existen barreras para arancelarias para los botones de tagua ni tampoco se requiere de ninguna certificación medioambiental o de cualquier otra índole tanto para los botones y para los discos de tagua.

Económico

“En el año 2019 la tasa de crecimiento del PIB se redujo a un 5%, y de igual forma el índice de producción industrial disminuyó, la confianza del consumidor empeoró y el desempleo aumentó. Esta no es la primera vez que por debajo de su tendencia” (Rankia, 2019).

India, un país con varias culturas, idiomas, creencias y clases socioeconómicas, convirtiéndose en la democracia más grande a nivel mundial, por la trayectoria que se ha observado para un desarrollo sostenible. A pesar de ser una nación fuerte y joven el impulso por el crecimiento a largo plazo se ha mantenido intacta y en crecimiento económico (Rankia, 2019).

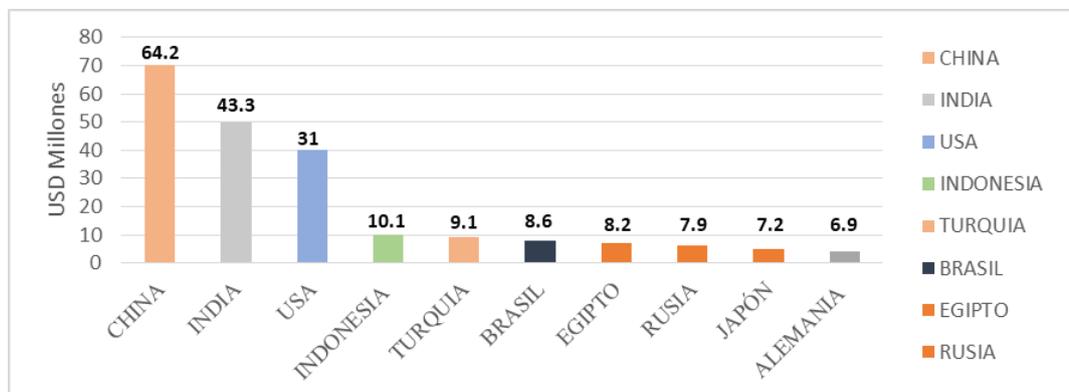


Figura 4. Top 10 de los países con sus respectivos PIB del 2019

En el 2019 la económica se India creció un 6.1%, que significa un crecimiento bajo en los últimos siete años, obligando a los responsables, sean políticas públicas o a los mercados; a considerar y reflexionar sobre las perspectivas de India. La lentitud del consumo interno fue la razón por la que el crecimiento se detuvo, y la inversión privada se debilitó por condiciones de crédito que fueron ajustadas provocando la reducción del número de empleos. Debido a esto, el gobierno mencionó acerca de

reformas para estimular a la economía India. Es decir, se prevé que en el 2020 y 2021 la economía retome ritmo nuevamente demostrando un crecimiento que supera al 7% (Fondo Monetario Internacional, 2019).

El sector de servicios es la parte más dinámica de la economía india. Contribuye a más de la mitad del PIB 49,1% y emplea un 31,8% que corresponde a la fuerza laboral. En la parte de los servicios el crecimiento en la industria del software ayuda a las exportaciones y moderniza las funciones en la economía de India. El país por su amplia población está aprovechando para convertirse en un país exportador de trabajadores en servicios de negocios y programación (Santander, 2020).

Bombay es el epicentro económico de la India y de la industria cinematográfica mundial. En ella se encuentra la bolsa de comercio más antigua y los bancos más importantes del país. La economía de dicha ciudad se basa en la industria metalúrgica y química, en la ingeniería industrial ligera y mediana, en la reparación naviera, en el refinamiento de petróleo, en la producción de fertilizantes y textiles de algodón, en la pesca, en el desarrollo de tecnologías de la información y en la artesanía.

En el oeste de Bombay en la costa occidental de India, se encuentra el puerto de Mumbai siendo el puerto más grande por el tráfico que opera y por su tamaño. Convirtiéndose en una pieza fundamental para la economía y para las actividades comerciales ya que maneja el 70% del comercio marítimo de la India y es el 60% del PIB total del país.

La ciudad de Bombay o conocida localmente como Mumbai, es el segundo puerto más joven y uno de los más modernos del país, se transformó en el puerto de contenedores más grande el país y el número 29 del mundo, también es un puerto que utiliza tecnología de las comunicaciones de punta y así mismo tiene conexiones, tanto viales como ferroviarias (Orton, 2015).

Bombay tiene varias de las mejores tiendas del país y los denominados bazares locales, que son muy llamativos y ofrecen distintos productos como piedras preciosas, telas, alfombras, especias, perfumes y todo tipo de antigüedades o productos amigables con el ambiente. En el mercado indio es una gran oportunidad para posicionar los distintos productos.

La embajada de Ecuador en Bombay y Pro-Ecuador India, crearon una extensión del Instituto para la Promoción del Comercio e Inversión y el ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversión de Ecuador y destacó a la tagua durante un desfile de modas en esta ciudad. Dicho evento fue promovido por la revista *Moda Lakmé Fashion*, donde se hizo el desfile de modas más grande de la ciudad en el 2018 dando a conocer las vestimentas eco-amigables; resaltando los botones de tagua en ellas.

También, se realizó la inauguración oficial de una nueva oficina comercial en Bombay, la cual funcionará dentro de las instalaciones del consulado ecuatoriano y pretende viabilizar las inversiones de ese país en sectores estratégicos. Los trajes y diseños son superfinos y livianos de lana pura que utilizan exclusivamente corozo, como se conoce en India a este producto, en forma de botones ecológicos de la tagua adoptados en colecciones de blazers, abrigos y chaquetas Premium (Pro-Ecuador, 2018).

Social

En India conviven hindúes, musulmanes, *jainistas*, *sijis*, cristianos y otros muchos fieles de distintas creencias. Destaca la hospitalidad, amabilidad y simpatía del pueblo indio, transmitidas e a través de un fascinante calor humano.

Dentro de la religión Hindú existe un sistema que divide al país por jerarquías sociales que se asocian a la ocupación o el nacimiento de cada persona, cuya explicación y origen son complejos pero reconocidos por las leyes de la India, esto significa que existen ciertas prohibiciones y limitantes dependiendo en el nivel de casta en el que se pertenezca (Hidalgo, 2017).

El sistema hinduista se divide por cuatro tipo de castas que son: Los *Brahmanes*, que es la casta más alta representada por los maestros y sacerdotes; Los *Chatrías*, donde se encuentran a las personas que manejan las administración de la sociedad como los políticos; Los *Vaishias* Personas que viven en el campo ordenando a los empleados trabajar en la tierra, como los ganaderos terratenientes y comerciantes; y finalmente se encuentra la clase trabajadora o conocida como Los *Shudrás*, donde el único método de pago era la alimentación y el techo (Hidalgo, 2017).

La mayor parte de las empresas de la India son de pertenencia familiar, y las demás organizaciones pertenecen al estado. Por eso, de alguna forma resulta un poco burocrático al momento de realizar negocios en el país, ya que, tienen la creencia que los negocios sólo pueden ser manejados por miembros de la familia y en ciertas empresas el jefe de la familia también hace coló jefe en la empresa.

El plazo para hacer un negocio es más largo en comparación a otros países, por eso ser paciente es fundamental en la India. Se encuentran muchas diferencias al momento de hacer negocios cómo analizar varias veces todo el proceso antes de tomar una decisión en la empresa (Pascal, 2016).

No existe ningún idioma común indio, razón por la cual, el inglés sigue, hablando en todo el país casi medio siglo después de que los británicos lo abandonaran; pero existen cientos de idiomas menores y dialectos. Por eso la cultura de la India se refleja en su gente, su manera de vestir, sus idiomas, sus religiones, su alimentación, sus tradiciones, etc.

India ofrece mucho, pero no es un país fácil. Su crecimientos de entre el 8% y el 10%, la enorme burocracia y una forma muy diferente de ver las cosas son sus principales barreras. Para hacer negocios es muy importante que se encuentre un gusto por el país y que se empiece a buscar más socios de los que se había establecido, y lo ideal es que pertenezcan a comunidades religiosas o culturales diferentes para evitar un error en el desarrollo del negocio y la especial relación y conexión que vas a adquirir sobre el mercado y la gestión de los procesos internos (Pascal, 2016).

Es importante dar a conocer que en India las mujeres no suelen ser tomadas en cuenta para representar un puesto de responsabilidad en las organizaciones, en comparación con las mujeres extranjeras que lleguen al país si tienen el derecho de representar altos cargos en India.

Tecnológico

La tecnología en la producción juega un papel muy importante en las empresas, ya que brinda una oportunidad de mejora en la productividad, así como la reducción de tiempos que facilitan la ejecución de los procesos, la eliminación de las actividades que están dentro de estos, y la incorporación de nuevas tareas o actividades que

brinden apoyo y valor al proceso ya establecido. Esto permite que las posibilidades de expansión y de crecimiento económico aumenten en país que se encuentre la empresa (Rodríguez, 2015).

En el Ecuador, los productores y exportadores de botones de tagua no han adquirido la tecnología para lograr el acabado que se requiere porque no se cuenta con sistemas sofisticados para la ventilación y mantenimiento de las plantas de tagua, ni con las herramientas tecnológicas necesarias que ayudarían al producto a tener un mejor acabado al momento de cortar las plantas o facilitar que el periodo de tiempo del secado de las semillas de tagua sea más corto, perseverando con la buena calidad del producto.

NayaNayón si bien si cuenta con los sistemas de ventilación y mantenimiento de los tágales o plantas de tagua, carece de la tecnología para acelerar el proceso de secado de las semillas de tagua y por consiguiente, incrementar la producción del producto final.

Ambiental

La tagua, un producto natural que ayuda a la preservación del medio ambiente, por la conservación de los bosques y a la prevención por el uso del marfil de origen animal como se da en la depredación del marfil de los elefantes (Ayala, 2018).

Como se expuso con anterioridad los botones de tagua y la materia prima para fabricarlos no requieren de ningún tipo de certificado medioambiental o de cualquier otra índole. Su origen natural al ser un marfil vegetal no constituye ningún riesgo y se adentra dentro de los parámetros culturales indios; donde se prohíbe el uso de bienes de origen animal.

La alerta por el cuidado del medio ambiente ha provocado que a los jóvenes diseñadores de la India sientan preocupación por la preservación del ambiente y generen desde su profesión una manera más fácil de reducir la huella ecológica. Por eso es ahí donde optan por disminuir el uso del poliéster y comenzar a utilizar materiales sustentables amigables con el ambiente (Pro Ecuador, 2018).

El proceso productivo de los botones de tagua ya sea natural o artesanal, no genera ningún impacto negativo sobre el medio ambiente. El proceso no involucra cortar los árboles de tagua, dado que son necesarios para que éstos boten las semillas.

Es decir, mientras más árboles se haya o se tenga, mayor es la probabilidad de adquirir y recolectar la mayor cantidad de semillas de tagua que es fundamental para producir la mayor cantidad de botones. El proceso de secado puede ser por medio de exponer las semillas al sol o colocarlas dentro de una secadora industrial; los demás materiales que se utilizan tampoco generan algún impacto negativo. A lo largo de esta investigación se dará a conocer las herramientas que se utilizan, así como el proceso productivo de los botones de tagua.

Legal

De conformidad con lo establecido en el cuerpo legal ecuatoriano que rige las partidas arancelarias para la exportación y/o importación de productos que se conoce con el nombre de Nomenclatura De Designación Y Codificación De Mercancías Del Ecuador aprobada y actualizada por la autoridad competente: el Comité de Comercio Exterior (*COMEX*) y demás instrumentos internacionales regidos bajo el Sistema Armonizado; se establece que la sub-partida arancelaria para el ingreso de los botones de tagua a la India es: 9606.30.10.

Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

Esta investigación es empleada con la finalidad de recopilar suficiente información clave para analizarla y tomar decisiones en la empresa y en los factores que intervienen en la misma.

Las 5 fuerzas conjuntamente determinan la potencial rentabilidad que tiene el sector y la gran intensidad competitiva, tener la capacidad de poder comprender de una mejor manera las fuerzas competitivas junto con sus causantes, va a permitir tener una visión más nítida sobre el estado del determinado mercado y de esa manera, poder anticipar a los competidores. Es sumamente importante tener en claro cuál es la situación y estado tanto de la empresa como del sector, eso va a permitir emplear estrategias más eficaces y con mayor certeza (Porter, 2018).

A continuación se podrá observar el siguiente gráfico con las cinco fuerzas de Porter:

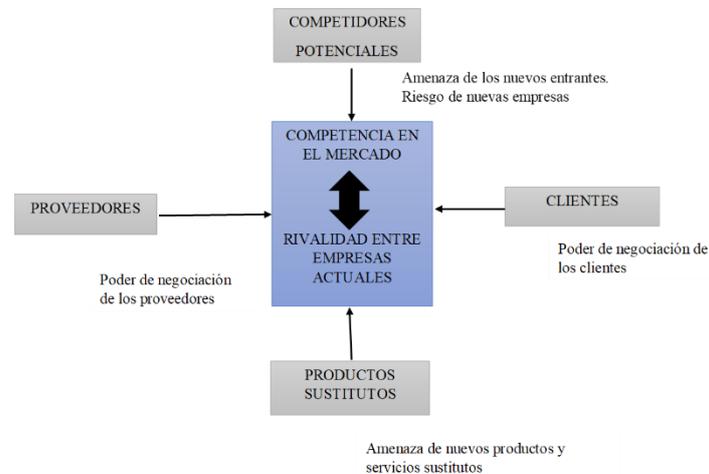


Figura 5. Las Cinco Fuerzas que impulsan la competencia en la Industria.

Competidores Potenciales

Los nuevos entrantes a un determinado sector introducen nuevas técnicas al igual que el gran deseo de participar en un mercado haciendo que se llegue a sentir un poco de presión con respecto a la inversión necesaria que se la utilizará para afrontar a los competidores, los precios y costos (Porter, 2018).

Una ventaja que tienen los mercados que, al diversificarse y convertirse en nuevos competidores, son las capacidades existentes que adquirieron y sus respectivos flujos de cajas, que sirve como ayuda para mover a la competencia. Por ejemplo, Apple, cuando se introdujo a los negocios de distribución de música o Microsoft cuando comenzó a brindar navegadores de internet, por lo tanto, existen límites que establecen los nuevos entrantes con respecto a la rentabilidad de un sector (Fernández, 2017)

La amenaza de los nuevos competidores de un sector va a depender de la altura de las barreras de entrada que ya existen y de la respuesta que los nuevos entrantes que llegasen a esperar de los que ya están establecidos y determinado. Además, si las barreras de entrada son bajas y los nuevos competidores no esperan desquite sobre los actores ya establecidos, se obtendrá como resultado que la amenaza de los nuevos competidores es alta (Peralta, 2018).

Hoy en día dentro del mercado de la tagua ya existen empresas que producen volúmenes más grandes, ya que poseen herramientas más avanzadas para la elaboración del producto convirtiéndose en los competidores de la empresa. Por ejemplo se encuentran las empresas productoras de Tagua que están ubicadas en la provincia de Manabí. O Ecuadorianhands, una empresa que se dedica a la venta de productos y accesorios de origen natural.

En la siguiente tabla se puede observar los diferentes precios de la competencia que ofrecen al mercado del Botón #18.

Tabla 5 Precio de la Competencia

Competencia	Precio por docena
Ecuadorianhands	\$ 2,20
Empresa Productora de Tagua (Manabí)	\$ 1,80
Poliester	\$ 0,18
Cacho	\$ 9,20
Madera	\$ 0,50

Poder de Negociación con los Proveedores

Los proveedores poderosos son agentes económicos que siempre tendrán el mayor poder de la negociación, porque obtienen la mayor parte del valor para sí mismos, haciendo que los precios que cobran sean altos y no siempre de la calidad adecuada (Rimassa, 2019).

La empresa compra la materia prima a proveedores esmeraldeños y manabitas que están capacitados con la información y práctica necesaria y suficiente acerca de los diferentes procesos para obtener el producto de calidad.

Poder de Negociación de los Clientes

Los clientes poderosos son los que pueden presionar la baja de los precios y exigir un mayor grado de calidad de los productos o mejores servicios y de otros beneficios como obsequio. Y es por esto por lo que las empresas buscan continuamente maneras de satisfacer a los clientes en lo posible, y en algunos casos

esto provoca un aumento de costos que provoca que los participantes de dicho sector se enfrenten (Porter, 2015).

En actualidad la cantidad de diferentes tipos de botones que existe es considerable, sin embargo, los botones de tagua ecuatoriana brindarán beneficios a sus consumidores en el mercado indio y contribuirá al medio ambiente, que, sumado a un considerable precio competitivo y a su calidad de exportación, lo convertirá en un producto en donde los clientes no tengan suficiente poder de negociación.

Los principales clientes para la exportación de los botones de tagua son las industrias relacionadas a la moda de alta costura en Bombay-India, y de igual manera se incluyen las tiendas de accesorios para la confección de ropa que están siguiendo la tendencia ecológica que se está empleando en la India.

Amenaza de Productos o Servicios Sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos que tienen funciones similares o idénticas a los productos de la empresa, pero de distinta manera. Por eso el señor Michael Porter expone que un producto tiene sustituto cuando se puede prescindir de ese producto y es el consumidor quien puede optar para adquirir sustitutos que ofrezcan los mismos beneficios, pero con la diferencia de un bajo precio (Aleman, 2018).

Debido a eso, no se descarta como competencia a los productos de diferente material como el botón de poliéster, madera y cacho. Debido a esto, el objetivo será producir el mayor número de cantidades en productos siempre y cuando se siga manteniendo la calidad y la mejora continua en la empresa.

Rivalidad entre Competidores Actuales

Entre los competidores de un determinado sector o mercado, siempre existirá una rivalidad que puede verse de diferentes maneras como los descuentos, publicidad o promociones etc. Pero cada competidor debe de buscar la manera en generar una mayor rentabilidad satisfaciendo las necesidades del consumidor con diferentes opciones y combinaciones de precios, reconocimiento de marca y exposiciones (Porter, 2015).

La rivalidad entre los competidores de la empresa es baja, ya que se observa en el creciente mercado de artesanías la diferenciación de la empresa junto con sus competidores que es producir y comercializar bajo el Comercio Justo, brindando más oportunidades de empleo y el apoyo que se les ofrece a los artesanos.

Motivos para la internacionalización

Motivos proactivos

Uno de los motivos más importantes para que se logre la internacionalización es el descubrimiento de nuevos mercados ya que en los últimos años se ha demostrado que en la India es uno de los importadores de accesorios varios, por lo que puede tener acogida en el mercado meta. Por ende, se deriva a descubrir nuevas oportunidades de mercado, para ampliar el mercado, y ampliar los comercios a los que puede llegar el producto de la empresa (Murillo, 2019).

Como parte de la búsqueda hacia la internacionalización, luego de haber investigado y obtenido información de fuentes fidedignas como Pro Ecuador y la Embajada Indo-Ecuatoriana; se procedió a enviar correos a las diversas importadoras de botones de tagua de la ciudad de Bombay; con el objetivo de contactarnos con una de ellas y poder cotizar la cantidad y el precio de las docenas de botones para emprender un paso más adelante hacia dicho mercado meta.

En base a lo anterior. Se logró establecer contacto con la empresa Bennetton India Private Limited, empresa que produce y vende ropa tanto para hombre como mujer, y que utiliza botones de tagua en sus prendas de vestir. La empresa se mostró muy interesada en los productos de la empresa NayaNayón.

Se inicia la relación con el Sr. Sameer Bathee, encargado del departamento de proveeduría e importación de Bennetton, y se cotiza el producto requerido. Toda la información es trasladada a NayaNayón para que continúen con las negociaciones y se cierra la venta de 180 docenas de botones de tagua: 100 docenas de estilo tradicional, 20 especializados y 60, estándar; que fue, lo que se acordó dado que es la capacidad productiva que actualmente tiene NayaNayón.

La exportación se realizó exitosamente a mediados del mes de agosto y constituyó la primera venta realizada por la empresa quiteña objeto de estudio, resultado de su nueva línea de producción.

Motivos reactivos

Ecuador es el único proveedor de discos de tagua aceptado por la India. Esta realidad prevé la potencial externalización del producto final: los botones de tagua, dentro del mercado de Bombay dada la relación comercial ya existente entre ambos países.

NayaNayón exporta durante todo el año. Las exportaciones han venido creciendo en los últimos años, duplicándose entre 1995 y 2000. En 1997, se exportó a Italia (52 %), Alemania (1,4 %), China (10,7 %), Italia (9,1 %), Japón, España, etc., en forma de anímelas y de artesanías diversas (Balladares, 2017).

Las empresas Ketan Buttons, Aero Enterprises, Jindal Polybuttons son importadoras de botones de cacho, poliéster, madera, coco y recientemente a partir del 2014; comenzaron a importar volúmenes no muy cuantiosos de botones de tagua provenientes de China, Portugal y Tailandia; constituyendo el hecho de convertirse en potenciales compradores de los botones de tagua de la empresa NayaNayón y poder efectuar relaciones comerciales así como se realizó con la firma Bennetton India. No obstante al ser compañías medianas, es necesario aumentar la producción de botones de tagua si se quiere llegar a un acuerdo. En la última década estas importadoras indias han importado un mínimo de 200 docenas del producto final por mes y a partir del 2016 al 2018; la compra de botones ha llegado a las 360 docenas por mes. (Pro Ecuador, 2018). En términos anuales 2160 y 4320 botones.

Resultados de la investigación

Entrevista

La entrevista es un encuentro privado y cordial donde el investigador se dirige a otra persona con el fin de recopilar la información que se necesite en relación con la situación que se esté analizando, es un instrumento eficaz y de gran precisión para la obtención de datos que ayuden a la investigación (Corbetta, 2016)

Las entrevistas se encuentran dentro de las fuentes primarias, para las cuales se realizará un conjunto de preguntas que serán respondidas por el presidente de la empresa NayaNayón y el presidente de la Asociación de Marfil Vegetal, expertos que poseen conocimientos y experiencia del sector. Esta herramienta va a permitir sistematizar la interpretación de la lógica del proceso vivido y de los factores que intervienen en ellos.

Entrevista #1

El objetivo de esta entrevista es obtener información relevante para conocer sobre la factibilidad para la elaboración de los botones de tagua en la empresa NayaNayón.

Tabla 6 Perfil del entrevistado #1

Perfil del entrevistado	
Nombre	Onno Heerma Van Voss
Cargo	Director y fundador de la empresa Nayanayon
Años de experiencia	25 años en el sector

Pregunta 1. ¿Qué productos ofrece la empresa NayaNayón?

Entre los productos que la empresa tenemos las piezas de tagua para bisutería, bisutería de tagua, adornos de tagua (figuras), tagua cruda, piezas semielaboradas, discos de tagua de diferentes tamaños y colores, dependiendo los gustos y exigencias del cliente.

Pregunta 2. ¿A qué países la empresa NayaNayón exporta sus productos elaborados a base de tagua?

La lista total de los países a cuales hemos exportado es más de 70. Pero Los principales son:

- EE.UU
- Canadá
- Países Bajos
- Alemania

- Reino Unido
- Australia
- Y Francia que es nuestro principal comprador por la bisutería de tagua.

Pregunta 3. ¿Han recibido incentivos por parte del gobierno para los pequeños productores-artesanos?

Realmente no, solo una vez que fuimos invitados a una feria en New York en el 2016 donde nos daban el stand y una asesoría de los negocios gratis. También fuimos invitados por medio del programa de correos del Ecuador a una feria en la ciudad de Quito. Tampoco estamos buscando asesorías o incentivos para salir adelante con la empresa. Con las ventas es suficiente.

Pregunta 4. ¿De qué manera el Covid-19 afectó a su sector?

La pandemia nos afectó bastante, sobre todo en los meses de marzo y abril que se cayeron las operaciones por completo. La facturación en abril fue nula, y los pedidos que ya se tenían planeados antes de la pandemia no se pudieron enviar debido a que el transporte estaba prohibido. Actualmente estamos operando otra vez aunque las ventas han bajado bastante, eso no quiere decir que la empresa vaya a quebrar, solo se nota una baja. Las actividades van a seguir funcionando.

Pregunta 5. ¿De qué forma comercializan sus productos?

Nosotros comercializamos y promocionamos los productos a través del sitio web donde los clientes nos pueden encontrar por medio del internet, también por medio de las redes sociales donde se hace el marketing de los productos.

Pregunta 6. ¿Cuál es su competencia?

La competencia son las empresas que comercializan la tagua en el país, especialmente en Manabí donde cuentan con máquinas y experiencia con muchísimos años.

Pregunta 7. ¿Se utilizará una maquinaria específica para la producción de botones de tagua?

La empresa si cuenta con las máquinas para la elaboración de los botones, el proceso para la producción del botón de tagua no requiere de varias herramientas. Al

momento en que la semilla se seca, pasa a ser cortada para obtener la anímela que son los discos de tagua, y de ese mismo disco se hace el botón.

Pregunta 8. ¿Cuál sería la capacidad de producción de botones y cuanta materia prima se utilizaría para dicho fin?

La capacidad para los botones de tagua serían 2160 botones por mes que son 180 docenas. Por el momento no se podría exceder de esa producción dado que no contamos con la tecnología para aumentar la producción. Nosotros compramos la materia prima a \$20 el quintal; con un quintal de tagua se puede producir los botones de tagua.

Pregunta 9. ¿A qué mercado la empresa NayaNayón está enfocada?

La mayoría de nuestros clientes de tagua son mayoristas de piezas de bisutería, diseñadores de bisutería de tagua y empresas procesadores quienes compran los productos semielaborados como para muebles, rosarios, sellos etc.

Pregunta 10. ¿Cuál es el valor agregado de sus productos?

El valor agregado de nuestros productos es la calidad, el servicio postventa y los diferentes precios accesibles para los mercados debido al gran catálogo de productos muy amplios que tenemos. Somos una empresa con personas trabajadoras y proactivas donde nos adaptamos a lo que el cliente desee. Las mayoría de las ventas se hacen a grandes distancias por eso uno de nuestros objetivos es convencer y dejar en claro al cliente que somos una empresa confiable.

Pregunta 11. ¿Por qué los importadores comprarían sus botones?

Lo que los clientes están buscando, la empresa lo tiene que es el profesionalismo, economía y calidad de la tagua ecuatoriana que poseen todos nuestros productos.

Pregunta 12. ¿Qué tipo de botón estaría dispuesto a producir?

El que más se comercializa es el botón tamaño #18 de tres estilos: clásico o tradicional, especializado y común o estándar. Estaríamos dispuestos a producirlos a un precio competitivo ya que el costo de producción es bajo.

Pregunta 13. ¿Cuáles son los costos unitarios por docena mensuales que se estimaría para la producción de los tres estilos de botones de tagua?

El botón clásico equivale a quince centavos la docena por mes, es el más económico. El más elevado es el especializado que equivale a treinta y cinco centavos y el estándar, corresponde a veintitrés centavos la docena por mes.

Pregunta 14. Los demás precios de mercado de la competencia oscilan entre \$1,80 y \$2,20 la docena de botones de tagua en un mes. ¿Qué precios estaría dispuesto o colocar a las docenas de botones de tagua al mes?

Ninguno de los tres estilos de los botones debe ser mayor a un dólar cincuenta centavos ni menos a un dólar. Sería ideal que permaneciera así. No podemos darnos el lujo de subir el precio a más porque estamos entrando a un tiempo de austeridad que resulta de la pandemia.

Pregunta 15. ¿Cuántas docenas de cada estilo produciría y que cantidad de mano de obra se involucraría en la producción de botones de tagua? Además, ¿Qué porcentaje representa la producción de los botones de tagua?

Para las clásicas, 100; las especializadas serían 20 y el estilo estándar, 60 docenas. 10 artesanos estarían destinados para producir los botones. La producción representaría el 8,31% de la producción total de los demás artículos que fabricamos y exportamos.

Entrevista #2

El objetivo de esta entrevista es para conocer sobre el proceso y la viabilidad que tiene la producción de los botones de tagua para poder comercializarlos al mercado de destino.

Tabla 7 Perfil del entrevistado #2

Perfil del entrevistado	
Nombre	Vicente Lainez
Cargo	Presidente de la Asociación de Marfil Vegetal en la comuna Dos Mangas
Años de experiencia	28 años en el sector

Pregunta 1. ¿En qué zonas se produce la tagua?

La mayor cantidad de agua se produce comúnmente en las provincias del Guayas, Santa Elena y Manabí y también en toda la cordillera colon colonche que abarca a 3 provincias que las une un río. Esta semilla es popular a nivel mundial y se lo conoce a nivel técnico como *Phytelephas ecuatorial*. Porque Ecuador es el mayor productor de dicha semilla.

Pregunta 2. ¿Para la elaboración de los botones a base de tagua se necesita una maquinaria específica?

Si, en el sistema de trabajo que usamos es esmeriles, dremel, cierras escaladoras, prensa, por ahí una cierra circular para cortar la tagua y unos motores que mandamos a confeccionar como tambores para poder lijar la tagua en mayor cantidades.

Es como un tambor con lijas para varias semillas de taguas. A pesar que en la parte de la provincia de Manabí si hay maquinaria suficiente como los tornos industriales que producen cientos o miles de botones diarios. Claro está, que eso es debido a que fueron los primeros en elaboran los productos de tagua. Pero a un futuro si se reactiva el turismo existen planes donde se puedan implementar nuevos métodos,

con nueva tecnología que facilite el proceso. Por ejemplo hace 20 años botones eran elaborados manualmente.

Pregunta 3. ¿Han recibido ayuda de parte del gobierno para la producción de productos elaborados a base de tagua?

No directamente. Solo pequeñas ayudas como realización de ferias para exponer los productos que ofertamos.

Pregunta 4. ¿Cómo afecto el Covid-19 a su sector?

La pandemia si afecto al sector pero en pocas cantidades, gracias a la vegetación y los árboles que se tienen dónde se encuentran los grandes cultivos de la tagua y a los buenos cuidados que se han dado no se ha perdido casi nada de materia prima.

Pregunta 5. ¿Qué medidas van a utilizar para reactivar la economía?

Se están tomando los cuidados necesarios, recién en junio se están reactivando las actividades artesanales y las actividades agrícola, con diferentes resultados a como estaban las ventas al inicio de la pandemia.

Pregunta 6. ¿Cuentan con los suficientes recursos como maquinarias y materia prima para la producción de los productos elaborados a base de tagua?

La mayoría de veces los negocios que se dedican a la elaboración de productos a base de tagua van a tener una gran ventaja que es la de tener bastantes cantidades de plantas de tagua ya que la cantidad que se utiliza es mínima. Por ejemplo al año salen miles de quintales de semillas de tagua que se puede utilizar, incluso Manta compra tagua en bruto que es extraída de las montañas.

Pregunta 7. ¿De qué manera comercializan los productos de tagua?

El pueblo dos mangas es una comuna y un centro de turismo, donde miles de turistas al año van a visitar y conocer y es ahí cuando al momento de hacer el turismo les atraen los productos o accesorios hechos de tagua. También en planes esta la internacionalización de nuestros productos Tagua ya que hemos tenido demanda por parte del exterior.

Pregunta 8. ¿Qué características posee la tagua en comparación a otros productos?

Considero que una de las principales características de su origen natural y el cuidado del medio ambiente, ya que no se desperdicia nada de materia prima. Por ejemplo cuando la Tagua cae antes del tiempo de maduración está prohibido cortarla o tocarla ya que eso hace que las demás plantas retrasen su tiempo de cosecha alterando la producción y la calidad del producto, sobre todo, por el gran tiempo de espera para obtener la semilla que sirve para elaborar dichos productos.

Capítulo IV: Descripción Técnica de la Empresa

Misión

Ofrecer al mercado internacional botones a base de tagua elaborados con materia prima de alta calidad, con diseños y colores llamativos para las distintas empresas confeccionistas de moda y de prendas de vestir y así satisfacer las necesidades de los clientes de la industria de la moda.

Visión

Ser líderes en la producción y comercialización de botones elaborados a base de tagua en el país y en la India, con productos de alta calidad y precios competitivos. Adaptando la producción a las necesidades del cliente y así garantizar una actitud innovadora que servirá para la construcción de un modelo de gestión moderno que se encuentra dentro de un marco de responsabilidad y de respeto del medio ambiente.

Ubicación de la empresa

La empresa NayaNayón está ubicada en las calles Isla N30-34 y Cuero y Caicedo de la Ciudad de Quito en Ecuador. En sus inicios elaboraba bisutería y hamacas para la exportación, pero más tarde se implementó material para la elaboración de discos de Tagua.

Conformación de la empresa

La empresa NayaNayón es considerada como una compañía pequeña, porque está conformada de 3 personas y 10 artesanos, de los cuales solo 2 se destinarían para la producción de los botones de tagua. (NayaNayón, 2020).

En los roles principales en la empresa tenemos a Onno Heerma Van Voss, fundador, director de la empresa y gerente general. Él es el contacto para las ventas, mientras que Marlene Yugsi es la encargada de la rama de tagua y es quién organiza la producción, el control de calidad del marfil vegetal, así como la preparación y despacho de los diferentes pedidos. Erika Caiza es la encargada de la rama de bisuterías, hamacas y producción de los discos de tagua de diferentes tamaños y colores. Ella organiza la producción y el control de calidad de los productos (NayaNayón, 2017).

Antecedentes del proyecto

La empresa fue fundada en el año 1990 y comenzó sus actividades un año después. El dueño invirtió \$15.000 de capital propio; dinero que usó para cubrir gastos de constitución de la compañía, gastos para la creación de una página web donde empezaría a vender sus productos de forma virtual y para la compra de materia prima en volúmenes voluptuosos (Cañas, 2019).

Más tarde, se contactó con un famoso artesano de Montecristi en la provincia de Manabí, llamado Denny Casanova, que invirtió de capital propio \$2.000 adicionales para montar su taller de elaboración de productos y bisutería base de tagua. Al principio solo eran los dos y para cubrir los gastos corrientes, hacían de guías turísticos en la ciudad de Quito, dinero que una parte se ahorró posteriormente para aumentar el negocio y contratar mano de obra (Menéndez, 2015).

Hasta el año 2007 las ventas no superaron los \$2.000 anuales. No obstante a partir del año 2012, se facturó \$250.000; valor que fue aumentando a partir del 2015 hasta el año 2019; cuando se fueron aumentando las exportaciones al exterior.

La tagua se la compra a pequeños proveedores esmeraldeños y manabitas a un precio de \$20 el quintal. Hasta hace un año antes de la pandemia y durante el último lustro; la empresa no producía menos 250.000 artesanías al mes (NayaNayón, 2020).

Ya en capítulos preliminares se había expuesto los países que importaban sus productos: Holanda, Canadá, Francia, Estados Unidos, entre otros. También se había explicado que Ecuador es el único proveedor de discos de tagua hacia la India y que no posee barreras de entrada en materia legal, aduanera y ambiental.

De conformidad con lo expuesto con anterioridad, se crea el presente trabajo de investigación, para determinar y probar la viabilidad económica relativa a la rentabilidad que aportaría mayores beneficios a la presente empresa; al momento de diversificar su producción sobre otro mercado. Además de la aceptación existente de los botones de tagua en la India por parte de compañías mencionadas anteriormente e interesadas en la obtención y uso de los botones de tagua; y de la existencia de aquellas que ya promocionan en sus productos de prendas de vestir, el uso de los botones.

Aspectos técnicos

Existen diversos tipos de tamaño de botones de tagua ya sea del tamaño número 18, 24, 42, entre otros. Dada la situación actual y a efectos de los problemas económicos ocasionados por la pandemia; se recomienda empezar la producción de los botones de tagua con tamaño número 18 cuyos costos productivos son inferiores en contraste con los demás y dado que es el más demandado internacionalmente para uso de prendas de vestir formales e informales; particularmente en la ciudad de Bombay (Pro Ecuador, 2018). Por consiguiente la proyección de costos y ventas será en base a dicho tamaño y tipo de botón.

El precio por docena de la competencia según lo expuesto en el capítulo tres del presente trabajo de investigación oscilan entre USD2, 20 y USD1, 80 la docena de los botones tamaño número 18. No obstante el estilo que venden es uno solo y es el estándar (Peralta, 2018). Dentro del presente estudio y en relación a la pregunta 12 realizada al fundador de la empresa en la entrevista efectuada; se realizarán los tres estilos de botón número 18.

De conformidad con la pregunta catorce de la entrevista realizada al dueño de la compañía, y de lo mencionado en el capítulo 2 en el marco legal; no debe superarse el precio de \$1,50 la docena ni ser inferior a un dólar. Dado los costos unitarios de producción por docena que fueron proporcionados por el presidente de NayaNayón, se procede a proyectar los siguientes precios referenciales que guardan relación con el costo de producción de cada estilo:

Tabla 8 *Precio por docena de los botones de tagua tamaño número 18*

Botón Estilo Tradicional	1,10
Botón Estilo Especializado	1,50
Botón Estilo Estándar	1,20

Adicionalmente y como se comprobará a lo largo de esta sección, durante este año, la producción no superará las 180 docenas de botones de tagua al mes, que son 2160 docenas al año; hasta ir mejorando en los años posteriores tal cual lo mencionó el fundador en la entrevista realizada en capítulos preliminares.

La empresa cuenta con dos talleres uno en Quito y otro en Montecristi; ambos especializados en la producción de los demás productos y bisuterías a base de tagua, más el único que tiene los materiales requeridos para la fabricación particular del botón como producto final, es la que reside en Manabí; aquel lugar que fue puesto por el otro socio, el señor Denny Casanova (NayaNayón, 2020).

Los materiales y equipos que usan los artesanos cuando producen los botones de forma artesanal son: esmeriles, dremel, escaladoras, cierra circular, entre otros, mencionados en la entrevista efectuada al presidente de la asociación de marfil vegetal de la comuna Dos Mangas.

En el caso de la empresa NayaNayón, se utiliza una mayor cantidad de herramientas y máquinas para la prevista producción de botones de tagua, que se muestran a continuación: (NayaNayón, 2020).

Tabla 9 *Activos fijos que posee la empresa para la producción de botones de tagua*

Número de unidades	Activos fijos	Definición de activos fijos
3	Herramienta	Esmeril duplo
3	Herramienta	Esmeril escueto
20	Herramientas	Guardapolvo y guantes industriales

1	Máquina	Mesa seleccionadora vibrante
2	Máquina	Peladora para semillas
1	Máquina	Perforadora para botones de tagua
1	Máquina	Pulidora industrial
2	Máquina	Aljibe de pintado
3	Herramienta	Sierras eléctricas
1	Máquina	Tanque para absorción y encanecido
3	Herramienta	Taladro pequeño
3	Máquina	Torno mecánico
2	Herramienta	Zaranda férrea de metal

Proceso de producción de los botones de tagua

El proceso de producción de botones de tagua se clasifica de la siguiente forma: etapa de cosecha, secado de la semilla, proceso de selección, corte de la semilla de tagua, moldeado, tinturado y etapa de pulido.

En la etapa de cosecha, los arboles de tagua o táguales botan alrededor de dos a tres mil semillas de tagua. Lo que artesanos hacen en esta etapa es recolectar la mayor cantidad de semillas. Una vez realizado la cosecha, se procede a la ejecución de la siguiente etapa que es el secado de la semilla dado que de aquello dependerá la calidad

del producto final. En esta etapa, las semillas son puestas al sol dentro de un tiempo de 4 a 6 meses si el proceso es artesanal; si es industrial, se utilizan las secadoras industriales u hornos mecánicos donde período de secado es de 24 horas. Se debe evitar que la semilla se humedezca porque estaría expuesta a perder el color natural. En esta etapa la semilla adquiere el color blanco y se adquiere solidez. (Acosta, 2017).

En la tercera etapa, se procede a la clasificación de la semilla dependiendo de la forma y el estado que se encuentre. Mientras más sólida se halle la semilla será mejor la calidad del producto final (Chiliguano, 2015).

En la cuarta etapa relativa al corte de la semilla de tagua, se obtienen las anímelas o discos de tagua que constituyen un producto en proceso de finalización. Se ejecuta el corte de la semilla, usando una sierra eléctrica para alcanzar tajadas con el fin de facilitar su función, dejándolas planas y de gran amplitud. En la quinta etapa relativa al moldeado, se le da la forma y tamaño al disco por medio del uso del esmeril. Finalizado este proceso se tiene ya los botones (Acosta, 2017).

En la sexta etapa de proceso se realiza el tinturado, por medio del cual se usa el aljibe de pintado o tanque de teñido, donde se selecciona un tinte en particular para dar el color que se desea a los botones, poniéndolos en un litro de agua para pintar alrededor de 1500 unidades de botones; subsiguientemente se hierve en un tiempo de 40 a 60 minutos. Luego de aquello, se sacan las unidades de botones para ser lavadas y después secadas en un lapso de tiempo que no exceda de los 15 minutos. Finalmente en la última fase de pulido, por medio de una felpa en el esmeril, se procede a sacarle brillo al producto final. (Cañas, 2019).

En la figura seis se observa una muestra de la semilla de tagua junto con botones realizados con esa materia prima.



Figura 6. Botones de Tagua

Dado que la empresa con los recursos que posee para emprender en esta nueva línea alterna de bienes, no tienen la capacidad para superar las 2160 unidades del producto, según lo expuesto por el fundador de la empresa en la entrevista; es menester la adquisición de una máquina que permita aumentar la producción en 2000 unidades adicionales del producto final por mes. Un volumen lo suficientemente elevado que permita ingresar y ser aceptado por las tres principales importadoras de botones de la ciudad de Bombay: Ketan Buttons, Aero Enterprises y Jindal Polybuttons que requieren entre 200 y 360 docenas de botones de tagua por empresa. Estas empresas también importan botones de cacho, madera, coco y poliéster (Pro Ecuador, 2018).

Adicionalmente es importante recalcar que el mayor número de botones de tagua que se exportan a la india es el tamaño número 18; a diferencia de los países de América del norte como Canadá y USA donde el mercado usa otros tamaños más grandes. En sí, el tamaño # 18 es el más vendido internacionalmente y el más usado en las prendas de vestir casual y formal no solo dentro del mercado indio sino en Europa y medio oriente también. El uso de los demás tamaños opera sobre prendas más exclusivas y no se encuentran con facilidad en locales comunes en la ciudad de Bombay (Pro Ecuador, 2018).

A continuación se indica la maquinaria que será incorporada al proceso de producción para incrementar el volumen de fabricación de los botones de tagua.

Tabla 10 *Maquinaria por adquirirse para aumentar capacidad productiva de los botones de tagua.*

Número de unidades	de Activos fijos	Definición del activo	del Costo de Adquisición
1	Máquina	Secadora industrial	\$5.000,00

Como se ha explicado anteriormente, la etapa de secado de la semilla de tagua puede ser de forma mecánica o industrial o bien de forma natural o artesanal. Esta última debe ponerse la semilla al sol durante un período de entre cuatro a seis meses, por lo que no es conveniente si se desea producir a mayor volumen; a diferencia de la

secadora industrial donde las semillas son colocadas en un tiempo de 24 horas, favorable para aumentar la capacidad de fabricación y satisfacer a los potenciales compradores dentro del ya mencionado mercado meta. Es importante resaltar que como cualquier otro activo como las maquinarias, su valor se deprecia y el tiempo del desgaste de dicho valor de la secadora es de 10 años. (Chiliguano, 2015).

La secadora industrial tiene una capacidad para secar de entre dos mil a cuatro mil unidades de semillas de tagua. Lo que permite que la etapa de cosecha sea de vital importancia pronta a la obtención de la mayor cantidad de semillas y que se hallen en buen estado. Por eso en las etapas posteriores y usando la mesa vibrante y la máquina clasificadora; acelera el proceso de selección del estado, tamaño y forma de la anímela de tagua, que son los botones medianamente procesados; es decir, constituyen un bien en proceso, una etapa antes del producto final. (Chiliguano, 2015).

La secadora industrial que se adquirirá corresponde a la marca *IPSO* modelo DR de setenta kilogramos, que alude a diversos tipos de secadoras mecánicas o industriales de máximo rendimiento. La presente maquinaria de dichos modelos viene desde pesos de once a ochenta y tres kilogramos; lo que la diferencia es la capacidad para proceder al secado industrial; a mayor peso, mayor capacidad y/o volumen. La secadora de 70 kg para la producción particular de botones de tagua aumenta dos veces más la capacidad de fabricación. Es decir, la adquisición del presente bien aumentará el doble de dicho valor en el número de unidades por docena de botones de tagua. (Acosta, 2017).

La gran ventaja de este activo es el balance que crean entre el ingreso del calor y el flujo de aire. El patrón de efusión de aire condensado y los labres sellados de los cilindros de la maquinaria en cuestión; logran un ahorro trascendental de energía y de uso del aire, lo que se transcribe en un beneficio de secado privilegiado. (Chiliguano, 2015).

Capítulo V: Estudio financiero

La inversión que se llevará a cabo dada la adquisición de la secadora industrial se divide en dos partes: capital propio y préstamo por parte del Banco Pichincha usando el método francés de amortización caracterizado por la constancia del mismo valor de los pagos. A continuación se detalla la presente información:

Tabla 11 *Inversión para el nuevo activo fijo*

Tipo de inversión	Inversión en términos porcentuales	Inversión inicial
Capital propio	20%	\$1.000,00
Financiamiento bancario	80%	\$4.000,00
Total	100%	\$5.000,00

El Banco Pichincha para el presente proyecto establece una tasa anual de 11,23% convertible trimestralmente y otorga un año de gracia, permitiendo que la deuda de la inversión de la secadora industrial se amortice a partir del 2021.

La decisión del primer año de gracia se presenta debido a los efectos económicos de la pandemia que incidieron en la reducción de los ingresos por venta de la empresa NayaNayón y en la ralentización de la producción y exportación de los productos al exterior.

A continuación se expone la tabla de amortización por medio del método de pago constante, para un plazo 16 trimestres correspondientes al período 2020-2023:

Tabla 12 *Amortización de la deuda para adquisición de la secadora industrial*

Año	Período	Pago	Interés	Amortización	Saldo
	0	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$4.000,00
	1	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$4.000,00
2020	2	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$4.000,00
	3	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$4.000,00
	4	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$4.000,00
	5	\$397,24	\$112,30	\$284,94	\$3.715,06
2021	6	\$397,24	\$104,30	\$292,94	\$3.422,11
	7	\$397,24	\$96,08	\$301,17	\$3.120,94
	8	\$397,24	\$87,62	\$309,62	\$2.811,32
	9	\$397,24	\$78,93	\$318,32	\$2.493,00
2022	10	\$397,24	\$69,99	\$327,25	\$2.165,75
	11	\$397,24	\$60,80	\$336,44	\$1.829,31
	12	\$397,24	\$51,36	\$345,89	\$1.483,42
	13	\$397,24	\$41,65	\$355,60	\$1.127,82
2023	14	\$397,24	\$31,66	\$365,58	\$762,24
	15	\$397,24	\$21,40	\$375,84	\$386,40
	16	\$397,24	\$10,85	\$386,40	\$0,00

Frente a la adquisición de la secadora industrial dentro del lapso de tres años se procede a obtener la depreciación del mismo para conocer la reducción periódica del valor del bien. Para ello se muestra la tabla completa del bien depreciado a continuación:

Tabla 13 *Depreciación de la secadora industrial*

ACTIVOS FIJOS	VALOR	VIDA UTIL	DEPRECIACION	DEP.
Secadora industrial	\$5.000,00	10	\$ 500,00	\$ 41,67

Como ya se había mencionado anteriormente, de las 180 docenas de botones que se pueden producir en el presente año; cien son de estilo tradicional, sesenta corresponden al estilo estándar y las últimas 20 docenas, aluden al estilo especializado.

Para proyectar las ventas y los costos, es menester definir la tasa de inflación, para la cual y de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020), se determinó que la inflación corresponde al 0,17% anual para este 2020. A partir del año 2021 en adelante tanto el precio como el costo de producción unitaria se incrementarán anualmente acorde a la inflación.

Tabla 14 *Proyección de precios para los botones de tagua por docena*

PRECIOS POR DOCENA							
Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Mes	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Botón estilo tradicional	1,10	1,10	1,10	1,10	1,11	1,11	1,11
Botón estilo especializado	1,50	1,50	1,50	1,51	1,51	1,51	1,51
Botón estilo estándar	1,20	1,20	1,20	1,20	1,21	1,21	1,21

Tabla 15 *Costo de fabricación de una docena de botones de tagua*

COSTOS POR DOCENAS							
Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Mes	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Botón estilo tradicional	0,15						
Botón estilo especializado	0,35						
Botón estilo estándar	0,23						

A continuación se muestra la capacidad de producción de los botones de tagua para el presente año y la capacidad de producción con la nueva máquina secadora que se reflejaría a partir del 2021. Es importante recalcar que para lo que queda del 2020 se toman los últimos 4 meses restantes más el mes de agosto que fue cuando se efectuó la primera venta.

Tabla 16 *Capacidad productiva de los botones para el año 2020*

Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Docena	Año 2020
Botón estilo tradicional	100	500
Botón estilo especializado	20	100
Botón estilo estándar	60	300
Total	180,00	900

Tabla 17 *Volumen de producción dado la adquisición de la secadora industrial*

Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Docena por mes	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Botón estilo tradicional	200	2400	2400	2400	2400	2400
Botón estilo especializado	40,00	480	480	480	480	480
Botón estilo estándar	120,00	1440	1440	1440	1440	1440
Total	360	4320	4320	4320	4320	4320

Dada la diferenciación existente entre los precios por docena dependiendo del tipo y estilo de los botones de tagua, es menester definir los valores acorde a los precios de venta y costos de producción anuales, previo al análisis del estado de resultados. A continuación se expone tal información:

Tabla 18 *Proyección anual del precio de venta para el año 2020*

Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Precio por docena	Cantidad anual 2020	Total
Botón estilo tradicional	\$ 1,10	500,00	\$ 550,00
Botón estilo especializado	\$ 1,50	100,00	\$ 150,00
Botón estilo estándar	\$ 1,20	300,00	\$ 360,00
Total	\$ 3,80	900,00	\$ 3.420,00

Tabla 19 *Proyección del costo de venta anual para el año 2020*

Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Costo por docena	Cantidad anual 2020	Total
Botón estilo tradicional	\$ 0,15	500,00	\$ 75,00
Botón estilo especializado	\$ 0,35	100,00	\$ 35,00
Botón estilo estándar	\$ 0,23	300,00	\$ 69,00
Total	\$ 0,73	900,00	\$ 657,00

Tabla 20 *Proyección anual del precio de venta para el año 2021*

Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Precio por docena	Cantidad anual 2021	Total
Botón estilo tradicional	\$ 1,10	2.400,00	\$ 2.644,49
Botón estilo especializado	\$ 1,50	480,00	\$ 721,22
Botón estilo estándar	\$ 1,20	1.440,00	\$ 1.730,94
Total	\$ 3,81	4.320,00	\$ 16.443,91

Tabla 21 *Proyección del costo de venta anual para el año 2021*

Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Costo por docena	Cantidad anual 2021	Total
Botón estilo tradicional	\$ 0,15	2.400,00	\$ 360,61
Botón estilo especializado	\$ 0,35	480,00	\$ 168,29
Botón estilo estándar	\$ 0,23	1.440,00	\$ 331,76
Total	\$ 0,73	4.320,00	\$ 3.158,96

Tabla 22 *Proyección anual del precio de venta para el año 2022*

Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Precio por docena	Cantidad anual 2022	Total
Botón estilo tradicional	\$ 1,10	2.400,00	\$ 2.648,98
Botón estilo especializado	\$ 1,51	480,00	\$ 722,45
Botón estilo estándar	\$ 1,20	1.440,00	\$ 1.733,88
Total	\$ 3,81	4.320,00	\$ 16.471,86

Tabla 23 *Proyección anual del costo de venta para el año 2022*

Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Costo por docena	Cantidad anual 2022	Total
Botón estilo tradicional	\$ 0,15	2.400,00	\$ 361,23
Botón estilo especializado	\$ 0,35	480,00	\$ 168,57
Botón estilo estándar	\$ 0,23	1.440,00	\$ 332,33
Total	\$ 0,73	4.320,00	\$ 3.164,33

Tabla 24 *Proyección anual del precio de venta para el año 2023*

Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Precio por docena	Cantidad anual 2023	Total
Botón estilo tradicional	\$ 1,11	2.400,00	\$ 2.653,49
Botón estilo especializado	\$ 1,51	480,00	\$ 723,68
Botón estilo estándar	\$ 1,21	1.440,00	\$ 1.736,83
Total	\$ 3,82	4.320,00	\$ 16.499,86

Tabla 25 *Proyección anual del costo de venta para el año 2023*

Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Costo por docena	Cantidad anual 2023	Total
Botón estilo tradicional	\$ 0,15	2.400,00	\$ 361,84
Botón estilo especializado	\$ 0,35	480,00	\$ 168,86
Botón estilo estándar	\$ 0,23	1.440,00	\$ 332,89
Total	\$ 0,73	4.320,00	\$ 3.169,71

Tabla 26 *Proyección anual del precio de venta para el año 2024*

Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Precio por docena	Cantidad anual 2024	Total
Botón estilo tradicional	\$ 1,11	2.400	\$ 2.658,00
Botón estilo especializado	\$ 1,51	480	\$ 724,91
Botón estilo estándar	\$ 1,21	1.440	\$ 1.739,78
Total	\$ 3,83	4.320	\$ 16.527,91

Tabla 27 *Proyección anual del costo de venta para el año 2024*

Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Costo por docena	Cantidad anual 2024	Total
Botón estilo tradicional	\$ 0,15	2.400	\$ 362,45
Botón estilo especializado	\$ 0,35	480	\$ 169,15
Botón estilo estándar	\$ 0,23	1.440	\$ 333,46
Total	\$ 0,73	4.320	\$ 3.175,10

Tabla 28 *Proyección anual del precio de venta para el año 2025*

Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Precio por docena	Cantidad anual 2025	Total
Botón estilo tradicional	\$ 1,11	2.400,00	\$ 2.662,52
Botón estilo especializado	\$ 1,51	480,00	\$ 726,14
Botón estilo estándar	\$ 1,21	1.440,00	\$ 1.742,74
Total	\$ 3,83	4.320,00	\$ 16.556,01

Tabla 29 *Proyección anual del costo de venta para el año 2025*

Botones de tagua tamaño # 18 (docena)	Costo por docena	Cantidad anual 2025	Total
Botón estilo tradicional	\$ 0,15	2.400,00	\$ 363,07
Botón estilo especializado	\$ 0,35	480,00	\$ 169,43
Botón estilo estándar	\$ 0,23	1.440,00	\$ 334,02
Total	\$ 0,74	4.320,00	\$ 3.180,50

Las cantidades a partir del año 2021 se incrementan gracias a la adquisición de la nueva maquinaria. La secadora industrial al almacenar dos veces más unidades de semillas de tagua, incide en la duplicación de producción de los botones de tagua. Por consiguiente al multiplicar el precio y costo unitario de cada estilo de botón por las cantidades de botones producidas, genera un incremento en los ingresos por venta así como en el costo de venta; realidad que se visualizará en el estado de resultados.

El salario básico unificado desde el 2008 hasta el presente año ha aumentado en 200 dólares, por lo que actualmente es de \$400; así lo determinó la entidad encargada de definir los sueldos y salarios básicos: el Consejo Nacional de Trabajo y Salarios (2020).

En el año 2019, la inflación salarial fue 1,52% y actualmente la inflación genérica de precios ha descendido porque el país se halla dentro de un esquema de estancamiento económico. Por consiguiente, el Banco Central ha definido que la inflación salarial es de 0,84% anual (Ministerio de Trabajo, 2020).

Teniendo presente la inflación de sueldos y la inflación genérica de 0,17% expuesta anteriormente; se procede a la realización de los gastos administrativos y de ventas.

Es importante recalcar que los gastos son proporcionales a la producción de los botones de tagua; donde la variabilidad porcentual, es decir la proporción porcentual que se multiplica por los gastos es del 8,31%. Esto ocurre porque se trabaja bajo el esquema de la producción de los botones de tagua y no de los demás artículos de la empresa, con el objeto de determinar la rentabilidad de la comercialización de los botones.

Tabla 30 *Desglose de sueldos y salarios de la empresa NayaNayón*

Sueldos y Salarios										
Cargo	Cantidad	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondo de Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Aporte IESS	Subtotal	Neta a Pagar
Presidente de la compañía	1	\$ 166,20	\$ 13,85	\$ 2,77	\$ 13,85	\$ 6,93	\$ 20,19	\$ 15,71	\$ 208,08	\$ 208,08
Secretaría	1	\$ 33,24	\$ 2,77	\$ 2,77	\$ 2,77	\$ 1,39	\$ 4,04	\$ 3,14	\$ 43,83	\$ 43,83
Supervisor de producción y logística	1	\$ 58,17	\$ 4,85	\$ 2,77	\$ 4,85	\$ 2,42	\$ 7,07	\$ 5,50	\$ 74,63	\$ 74,63
Mano de obra	2	\$ 33,24	\$ 2,77	\$ 2,77	\$ 2,77	\$ 1,39	\$ 4,04	\$ 3,14	\$ 43,83	\$ 87,66
Total Mensual	5	\$ 290,85	\$ 24,24	\$ 11,08	\$ 24,24	\$ 12,12	\$ 35,34	\$ 27,49	\$ 370,38	\$ 414,21

Tabla 31 *Sueldos y salarios mensuales de la empresa NayaNayón*

Total sueldos administrativos	\$ 251,91
Total salarios por mano de obra	\$ 162,29
Total sueldos y salarios por mes	\$ 414,21

Tabla 32 *Servicios de la empresa NayaNayón*

Gastos por servicios	Costo/Mes
Teléfono	\$ 2,49
Tv/Internet	\$ 1,66
Agua	\$ 6,65
Luz Eléctrica	\$ 8,31
Fletes de materia prima	\$ 8,31
Total	\$ 27,42

Tabla 33 *Gastos administrativos*

Gastos Administrativos	Mensual	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Sueldos administrativos	\$ 251,91	\$ 3.022,98	\$ 3.048,37	\$ 3.073,98	\$ 3.099,80	\$ 3.125,84	\$ 3.152,09
Gastos por servicios	\$ 27,42	\$ 329,08	\$ 329,64	\$ 330,20	\$ 330,76	\$ 331,32	\$ 331,88
Materia prima (Quintal de tagua)	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 240,41	\$ 240,82	\$ 241,23	\$ 241,64	\$ 242,05
Total	\$ 299,34	\$ 3.592,05	\$ 3.618,42	\$ 3.644,99	\$ 3.671,78	\$ 3.698,79	\$ 3.726,02

Tabla 34 *Gastos de venta*

Gasto de Ventas	Mensual	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Fletes aéreo por exportación	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.005,10	\$ 3.010,21	\$ 3.015,33	\$ 3.020,45	\$ 3.025,59
Total	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.005,10	\$ 3.010,21	\$ 3.015,33	\$ 3.020,45	\$ 3.025,59

Tabla 35 *Costo de venta*

Costo de ventas	Mensual	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Mano de obra	\$ 162,29	\$ 1.947,53	\$ 1.963,89	\$ 1.980,39	\$ 1.997,02	\$ 2.013,80	\$ 2.030,71
Costo de producción	\$ 54,75	\$ 657,00	\$ 3.158,96	\$ 3.164,33	\$ 3.169,71	\$ 3.175,10	\$ 3.180,50
Total	\$ 217,04	\$ 2.604,53	\$ 5.122,85	\$ 5.144,72	\$ 5.166,73	\$ 5.188,90	\$ 5.211,21

En relación a la tablas donde se visualizan el costo de venta y los gastos administrativos de ventas, se observa que los sueldos administrativos y los salarios de los artesanos y operarios que constituyen la mano del obra de los botones de tagua; se incrementan anualmente debido a la inflación de sueldos y salarios correspondiente a

0,84%, así como ocurre un incremento con los gastos por servicios, la materia prima y el flete aéreo debido a la inflación anual de 0,17%.

Tabla 36 *Estado de resultados para la empresa NayaNayón*

Año	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	\$ 3.420,00	\$ 16.443,91	\$ 16.471,86	\$ 16.499,86	\$ 16.527,91	\$ 16.556,01
Costo de ventas	\$ 2.604,53	\$ 5.122,85	\$ 5.144,72	\$ 5.166,73	\$ 5.188,90	\$ 5.211,21
Utilidad bruta	\$ 815,47	\$ 11.321,06	\$ 11.327,14	\$ 11.333,13	\$ 11.339,02	\$ 11.344,80
Gastos operativos	\$ 6.592,05	\$ 7.123,52	\$ 7.155,20	\$ 7.187,11	\$ 7.219,25	\$ 7.251,61
Gastos de administración	\$ 3.592,05	\$ 3.618,42	\$ 3.644,99	\$ 3.671,78	\$ 3.698,79	\$ 3.726,02
Gastos de ventas	\$ 3.000,00	\$ 3.005,10	\$ 3.010,21	\$ 3.015,33	\$ 3.020,45	\$ 3.025,59
Depreciación	\$ -	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Utilidad operativa	\$ (5.776,59)	\$ 4.197,54	\$ 4.171,94	\$ 4.146,02	\$ 4.119,77	\$ 4.093,19
Gastos financieros	\$ -	\$ 400,30	\$ 261,08	\$ 105,56	\$ -	\$ -
Utilidad antes de impuesto	\$ (5.776,59)	\$ 3.797,24	\$ 3.910,86	\$ 4.040,46	\$ 4.119,77	\$ 4.093,19
Participación Trabajadores		\$ 569,59	\$ 586,63	\$ 606,07	\$ 617,97	\$ 613,98
Impuesto a la renta		\$ 949,31	\$ 977,72	\$ 1.010,12	\$ 1.029,94	\$ 1.023,30
Utilidad Neta		\$ 2.278,35	\$ 2.346,52	\$ 2.424,28	\$ 2.471,86	\$ 2.455,91

El presente estado de resultados muestra los ingresos por venta de los botones de tagua. Debido a la inflación, los ingresos, los costos y gastos aumentan progresivamente generando utilidades netas positivas dentro del período 2021-2025 y pérdidas en el año 2020.

El impuesto a la renta en relación a los producción de botones de tagua no se exenta y se halla asimismo en 25%; lo demás impuestos permanecen igual (Cañas, 2019); con la diferencia que no se contabilizan en el año 2020, debido a que la utilidad operativa fue negativa.

La producción de botones de tagua en el año 2020 es limitada debido a que el año operativo ya inicio y solo se toman en cuenta los meses que restan y el mes en el cual se hizo la primera venta, además de los efectos de la no intervención de la secadora industrial. Esto termina incidiendo en que los ingresos por venta sean limitados también. Los gastos y costos que aparecen por producir y exportar los botones de tagua, como consecuencia de la diversificación de la producción, exceden a los ingresos por venta, generando una utilidad operativa negativa.

La inflación incrementa los costos, gastos y el precio por docena; según consta en las tablas expuestas con anterioridad, donde se proyectan los precios y costos para los años 2021 al 2025.

Debido a que se incrementa la producción, también se aumentan los ingresos por venta de los botones de tagua, generando utilidades positivas y generando una variabilidad porcentual de 7,79%; es decir, se produjo un incremento porcentual entre la utilidad inicial del 2021 en contraste con la utilidad final del año 2025.

Para la obtención de dicho valor se usó la fórmula matemática de variabilidad porcentual que tiene como fin describir la relación entre el valor inicial (VI), en este caso la utilidad neta del 2021, con el valor final (VF); la última utilidad neta. Si el porcentaje es positivo, hay un incremento; de lo contrario, ocurre una reducción porcentual:

$$((VF - VI) / VI) \times 100$$

$$((15.423,29-16.493,89)/16.493,89) \times 100 = -6,61\%$$

Evaluación del proyecto

Para determinar la viabilidad financiera es necesario el análisis de variables económicas e indispensables como el valor actual neto, la tasa interna de retorno, el cálculo del costo promedio ponderado de capital y el punto de equilibrio. A continuación se expone tal información para su posterior análisis y comprensión.

Es importante recalcar variables importantes como el riesgo país, el interés pasivo del Banco Central y la inflación; factor previamente expuesto. Según el Banco Central (2020), en su último informe, el riesgo país del Ecuador radica actualmente en 27,55%, lo que constituye un incremento de 2755 puntos.

La tasa de interés pasiva referencial de 5,13% está dentro del plazo establecido para proyectos financieros operantes dentro del períodos que comprende de 30 a 60 meses plazo; ideal para el presente proyecto que abarca hasta el año 2024 (Banco Central, 2020).

A continuación se muestran las variables previamente expuestas y que constituyen eje prioritario dentro de la última etapa de investigación relativa a la evaluación financiera del proyecto.

Tabla 37 *Flujo de caja incluido el análisis del valor actual neto, período de recuperación y tasa interna de retorno para la empresa NayaNayón*

Flujo de Caja Anual Proyectado							
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Total Ingresos	\$3.420,00	\$16.443,91	\$16.471,86	\$16.499,86	\$16.527,91	\$	16.556,01
Egresos							
Costos de Venta	\$2.604,53	\$5.122,85	\$5.144,72	\$5.166,73	\$5.188,90		\$5.211,21
Gastos de venta	\$3.000,00	\$3.005,10	\$3.010,21	\$3.015,33	\$3.020,45		\$3.025,59
Gastos Administrativos	\$3.592,05	\$3.618,42	\$3.644,99	\$3.671,78	\$3.698,79		\$3.726,02
Gasto Financiero	\$0,00	\$400,30	\$261,08	\$105,56	\$0,00		\$0,00
Amortización	\$0,00	\$1.188,68	\$1.327,90	\$1.483,42	\$0,00		\$0,00
Total Egresos	\$9.196,59	\$13.335,35	\$13.388,90	\$13.442,82	\$11.908,14		\$11.962,82
Aporte Propio Accionistas		-\$1.000,00					
Flujo de Caja Neto	-\$4.000,00	-\$5.776,59	\$3.108,56	\$3.082,97	\$3.057,04	\$4.619,77	\$4.593,19
Flujo de Caja Neto	-\$5.000,00	-\$5.776,59	\$3.108,56	\$3.082,97	\$3.057,04	\$4.619,77	\$4.593,19
PERIODO DE RECUPERACIÓN	-\$5.000,00	-\$54.356,00	-\$26.415,22	\$829,52	\$27.370,77	\$54.790,01	\$81.623,92
TMAR	13,31%	Diferencia porcentual entre la TIR vs la TMAR					
TIR	16,27%	2,96%					
VAN	\$ 941,02						

El flujo de caja neto tiene una variabilidad porcentual positiva del 20,49% dada la relación entre el valor inicial que es negativo y el valor del año cinco que es positivo. A su vez, también es progresivo y va aumentando en los años posteriores como se puede apreciar en los años 2 y 3.

No obstante en el año 4 disminuye porque el valor final de la amortización de dicho año es superior a los anteriores y a partir del año 5, ya no se existen egresos por concepto de gastos financieros ni de amortización, incidiendo considerablemente en el aumento del valor final del flujo de caja neto.

Tabla 38 *Obtención de la tasa máxima atractiva de retorno*

CALCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL				
FUENTE	INVERSION	PESO	TASA	PONDERACION
CAPITAL PROPIO	\$ (1.000,00)	20,00%	32,85%	6,57%
PRESTAMO	\$ 4.000,00	80,00%	8,42%	6,74%
TMAR				13,31%

Por medio del método del costo promedio ponderado de capital, se obtiene la tasa máxima atractiva de retorno o TMAR. Esta tasa constituye el valor porcentual mínimo que la empresa esperaría del retorno de la inversión por haber diversificado su producción con los botones de tagua. La TMAR no deber ser mayor a la tasa interna de retorno o TIR, que constituye el valor porcentual efectivo de la inversión; es decir

el retorno que realmente percibe la empresa. Si la TIR es inferior a la TMAR, el proyecto no es viable, porque no tendría sentido llevar a cabo una inversión que sea inferior al mínimo esperado por el inversionista. Por lo tanto la tasa interna de retorno de un proyecto debe ser igual o mayor preferiblemente. (Cañas, 2019).

En secciones preliminares se había determinado que el peso porcentual por la inversión con capital propio para la adquisición de la secadora industrial correspondía al 20%; mientras que el préstamo bancario, del 80%.

Cuando se invierte con capital propio se toman ciertos valores externos para determinar una tasa que incida o afecta tal inversión. De acuerdo con la presente tabla expuesta, tal tasa es del 32,85% y es resultado de la suma del riesgo país, la inflación y el interés pasivo; valores dados con anterioridad al inicio de esta sección. Por el otro lado, la tasa que afecta el financiamiento es la impuesta por el banco que corresponde a 11,23% anual capitalizable de forma trimestral, que al calcularla después de impuestos, se obtiene el valor de 8,42%.

Tabla 39 *Planteamiento de obtención de datos previos al punto de equilibrio*

CVU	\$0,73
COSTOS FIJOS	\$8.539,59
COSTOS VARIABLES	\$657,00
UNIDADES PRODUCIDAS	900,00
PVP	\$3,80

Tabla 40 *Obtención del punto de equilibrio*

<i>P.E. Q =</i>	<u>COSTOS FIJOS TOTALES</u>
	<i>PVP u - C VAR. U</i>
<i>P.E. Q =</i>	<u>\$ 8.539,59</u>
	\$3,07
<i>P.E. Q =</i>	2.781,62
<i>P.E. \$ =</i>	\$ 10.570,17
<i>P.E. % =</i>	309,07%

En lo concierne al punto de equilibrio, cuando el beneficio obtenido es igual a cero, no se gana ni se pierde; si resulta un valor negativo, la empresa pierde y el proyecto no es viable. No obstante cuando el resultado es positivo, la empresa no sólo consigue cubrir sus costos operativos, sino que se ubica por encima del punto de equilibrio; lo que resulta de un incremento de los ingresos por ventas. (Cañas, 2019).

Dentro del presente proyecto, NayaNayón se halla por encima del punto de equilibrio, obteniendo un valor de 309,07%, lo que constituye que el negocio es rentable desde la perspectiva del análisis de costos.

Factibilidad económica del proyecto

El presente proyecto es económicamente factible mostrando una tasa interna de retorno superior a la tasa de descuento o TMAR de la inversión con una diferencia del 2,96%, siendo la denominada TIR 16,27% y la tasa máxima atractiva de retorno, 13,31%; percibiendo la empresa un retorno de la inversión mayor al esperado.

En lo relativo al punto de equilibrio la empresa no solo cubre sus costos operativos, sino que además, un año después, aumenta progresivamente sus ingresos como resultado de la adquisición de la secadora industrial y consiguientemente en un incremento de la capacidad productiva de los botones de tagua; lo que resulta que la empresa se coloque por encima del punto de equilibrio, lo que deriva en un resultado positivo sobrepasando el 100%.

En lo concerniente al periodo de recuperación visible en el flujo de caja, permite al inversionista recuperar la inversión en un lapso inferior a cinco años; dado que en el 2022 se consigue tal finalidad.

El valor actual neto (VAN) positivo de \$941,02, da a conocer que el presente proyecto es viable, dado que los flujos vigentes de los años posteriores son superiores al desembolso inicial del proyecto; siendo el presente proyecto factible económicamente.

Conclusiones y recomendaciones

Para concluir, el presente trabajo de investigación es económicamente factible teniendo una tasa interna de retorno superior a la tasa de retorno esperado por la empresa, además que los demás indicadores financieros como lo es valor actual neto y el punto de equilibrio permiten conocer la viabilidad financiera del proyecto, donde los flujos se incrementan y se cubren todos los costos operativos de la empresa NayaNayón.

Esta realidad admite que en futuras ocasiones finalizando el año 2025, se pueda realizar otro estudio de factibilidad conducente a la continua mejora de la industrialización y tecnificación de la presente empresa objeto de estudio, mediante otros planes de inversión de activos fijos que permitan diversificar no solo en el tema de producción dentro de la línea alterna de bienes no tradicionales; sino abarcar diversos mercados alrededor del mundo.

La compra de la secadora industrial traerá beneficios desde el inicio, no solo que se recupera la inversión en el tercer año, sino que permitirá adquirir experiencia para afianzarse en el mercado Indio, previo a realizar mayores inversiones en esta nueva línea de negocios, reduciendo la dependencia en exportaciones primarias y creciendo en la producción de bienes con valor agregado.

Se recomienda analizar el ingreso a mercados como Alemania e Italia donde se podría obtener mejores precios por los botones de tagua de calidad.

Referencias Bibliográficas

- Acosta, M. (2017). *La Tagua*. Editorial Ecuador: Quito, Ecuador.
- American Psychological Association (2015). Manual de Publicaciones de la American Psychological Association (5 ed.). México, D.F.: Editorial El Manual Moderno.
- American Psychological Association (2017). Manual de Publicaciones de la American Psychological Association (6 ed.). México, D.F.: Editorial El Manual Moderno.
- Arguello, A. (2015). Exportación de tagua de Ecuador – Esmeraldas a Francia – París. Recuperado por: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/832/1/T-ULVR-0576.pdf>
- Asesor de PYMES. (06 de 06 de 2016). *Descubre que zona de India te interesa más*. Obtenido de <http://asesoresdepymes.com/descubre-que-zona-de-india-te-interesa-mas/>
- Bib, Orton. (2017). *India: un desafío y una oportunidad para la vinculación económica y comercial*. Argentina.
- Cabezas M. (2015). *Estudio de la gestión competitiva de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) comerciales*. Recuperado en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6182305>
- Cegarra, J. (2018). Los métodos de investigación. Madrid: Ediciones Díaz de Santos
- Chiliguano, P. (2015). Exportación de botones de tagua de Ecuador: Manabí a Francia (tesis de grado). Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito, Ecuador. Recuperado de: file:///C:/Users/Los%20WN/Downloads/43880_1.pdf
- Clevver. (2019, 08 10). *Negocios atractivos en Mumbai*. Retrieved from <https://www.clevver.io/es/location/mumbai/>

- Demsetz, H. (2015). Industry structure, market rivalry, and public policy. En H. Demsetz, *Industry structure, market rivalry, and public policy. Journal of law and economics* (págs. 1 -- 10). Vol. 16.
- Dezan Shira & Associates. (2017). *Cultura y etiqueta de negocios en India*. Traducido por: Juan Manuel Rojas Cárdenas
- Diario El Tiempo. (13 de 02 de 2019). *Artesanías hechas de tagua: el marfil vegetal*. Obtenido de https://www.eltiempo.com.ec/noticias/cultura/7/artesantias-hechas-de-tagua-el-marfil-vegetal?__cf_chl_jschl_tk__=3a701e65d9b663c6a188f570eac8117b9699c1a3-1587426546-0-
- Ecuador inmediato. (2015). *Ecuador inaugura oficina comercial en Mumbai – India*. Obtenido de: http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818750103.
- El Comercio. (23 de marzo del 2018). *La Tagua gana popularidad en el exterior*. Recuperado por: <https://www.elcomercio.com/tag/tagua>
- Embajada de la India. (29 de 04 de 2018). *Relaciones bilaterales*. Obtenido de <http://www.embajadaindia.org/es/relaciones-bilaterales/india-ecuador>
- Fondo Monetario Internacional. (2019). *Informe anual del FMI 2019*. Obtenido de <https://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2019/eng/assets/pdf/imf-annual-report-2019-es.pdf>
- Gobierno de la India. (2015). *Política de comercio exterior*. Obtenido de http://dgft.gov.in/exim/2000/Updated_FTP_2015-2020.pdf
- Instituto Español de Comercio Exterior. (2018). *La internacionalización de las empresas españolas*. Retrieved from http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/693210004f0198c58ae1ee3170baead1/Monografia_India_ICEX_ICO_RIE.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=693210004f0198c58ae1ee3170baead1
- Jagwani, P. (2020, 01 27). *India: Estabilidad de crecimiento a largo plazo*. Retrieved from <https://www.rankipro.com/india-estabilidad-crecimiento-largo-plazo/>

- León, J. (2007). *Botánica de los cultivos tropicales*. Editorial IICA: San José, Costa Rica. Recuperado de: https://books.google.com.ec/books?id=bOMNAQAAlAAJ&pg=PA65&dq=botones+de+tagua&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjum_CdibTnAhWn1FkKHWdEAKcQ6AEIVDAG#v=onepage&q=botones%20de%20tagua&f=false
- López, D. (2020). *Incoterms*. Economipedia: Madrid. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/incoterms.html>
- Martínez, C. (2019). *Comercialización de artesanías ecológicas hacia China*. Recuperado por: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/24/simplesearch?filterquery=COMERCIALIZACION&filtername=subject&filtertype>equals>
- Martínez, M. (2016). *La filosofía de Gilles Deleuze: del empirismo trascendental al constructivismo pragmático*. Universidad de Santiago de Compostela: Santiago de Compostela. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books?id=EvCkomV9rGIC&pg=PA896&dq=constructivismo+filosofico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi734fLn4XqAhUDszEKHSDdC7QQ6AEIJjAA#v=onepage&q=constructivismo%20filosofico&f=false>
- Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones*. (2018). Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones.
- Nayanayon. (2015). *La compañía*. Recuperado por: <https://nayanayon.com/en/info/nayanayon.htm#drf>
- Montano, J. (2018). *Investigación No Experimental: Diseños, Características, Ejemplos*. *LifeLeader*: Ciudad de México. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/>

Numbeo. (04 de 2020). *Calidad de vida en Mumbai*. Obtenido de <https://es.numbeo.com/calidad-de-vida/ciudad/Bombay>

OEC. (2017). *Botones y botones de presion, formas para botones y demas partes de botones o de botones de presion, esbozos de botones* . Obtenido de <https://oec.world/es/profile/hs92/9606/>

OECD. (2019). *Principales barreras e impulsores para la internacionalización de las PYME. Informe del Grupo de trabajo de la OCDE sobre PYME y emprendimiento*. Obtenido de <http://www.oecd.org/industry/smes/43357832.pdf>

Organización de las Naciones Unidas. (2017). *Perspectivas de la población mundial. La revisión de 2017. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales División de Población*. Obtenido de https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2017_KeyFindings.pdf

Penrose, E. (2018). The theory of the growth of the firm. En E. Penrose, *The theory of the growth of the firm*. New York.

Pérez, J. (2017). Administración y gestión educativa desde la perspectiva de las prácticas de liderazgo y el ejercicio de los derechos humanos. Universidad Pedagogía Nacional Francisco Morazán: Tegucigalpa. Recuperado de: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37028886/Revista_acad%20Amica_de_Investigaci%20An_y_posgrado...pdf?1426744342=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DInvestigacion_y_Postgrado.pdf&Expires=1593540080&Signature=G3l31IjWKdeOxBkxJ5cvW~16oOkcUHasdI7sza60KltCayeSe3SzJ1SGbB7-iJqe26KhkfO6YMGPjQBXpn13D4l349mQYzMMYqfJl3PQBv762s1psvxdeQcvURQ-C5fG2MftVNFJghiPKZlFFIqi1CX8HuScgWp9m18IrBG0Ug8nbq0kU6~KCj57JXYwK~Kt9Pj8tB~BW3lJTpM0tHa3yjlpWPkwybMfP7rWZNs23rMC316yGchC8osNyo~42dtN7hkaDbRZvxmZ1e3hhn9ML1R-GzrGnY4X~j7qzm3gWEuzZB1ZGpyQWSfb~mVGcDUEEbWsbTQS5i8rramk-NqNIA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=65

Porter, M. (2015). Estrategia competitiva. Ciudad de México: Editorial Patria.

Pro Ecuador. (17 de mayo del 2017). Estudio de la Tagua en India. Recuperado por:
<https://www.proecuador.gob.ec/estudio-de-tagua-india/>

Pro-Ecuador. (2018). Artesanías y Botones de Tagua. Recuperado de:
<https://www.proecuador.gob.ec/category/sector/artesantias-y-botones-de-tagua/>

Real Academia Española. (2020). Botón, n. Asociación de Academias de la Lengua Española: Madrid. Recuperado de: <https://dle.rae.es/bot%C3%B3n>

Real Academia Española. (2020). Tagua. Asociación de Academias de la Lengua Española: Madrid. Recuperado de: <https://dle.rae.es/tagua>

Revista el comercio . (23 de 10 de 2019). *India y Ecuador negocian un acuerdo comercial para duplicar sus intercambios*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/india-ecuador-negocio-acuerdo-comercial.html>

Revista El País. (2017). *Negociaciones y Cultura en la India*. Recuperado por: https://elpais.com/economia/2012/02/17/actualidad/1329502489_020609.html

Revista El País. (23 de 06 de 2017). *El auge de la clase media en India*. Obtenido de https://elpais.com/economia/2017/06/22/actualidad/1498155675_785240.html

Revista La Republica. (2015, 07, 21). *La importancia del mercadeo en la actualidad*. Retrieved from <https://www.larepublica.co/opinion/analistas/la-importancia-del-mercadeo-en-la-actualidad-2041232>

Robles, D. (2020). Problema de investigación científica [web log post] recuperado de: <https://investigacioncientifica.org/problema-de-investigacion-1/>

Rodriguez, C. (15 de 08 de 2016). *Historia del boton*. Obtenido de <https://www.mundoprimaria.com/lecturas-para-ninos-primaria/historia-del-boton>

- Santander. (15 de 01 de 2020). *India: Política y economía*. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/india/politica-y-economia>
- Shira, D., & Associates. (07 de 08 de 2017). *Cultura y etiqueta de negocios en India*. Obtenido de India Briefing: <https://www.india-briefing.com/news/cultura-y-etiqueta-de-negocios-en-india-16040.html/>
- Tamayo, M. (2016). El proceso de la investigación científica. Editorial Limusa: Ciudad de México. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books?id=C3EfAQAIAAJ&dq=tamayo+2012+metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwio7qHW2pjqAhWrmeAKHZLUCLoQ6AEwAXoECAIQAg>
- Travelogy India. (2018). *Los mejores lugares de compras callejeras en Mumbai*. Retrieved from <https://www.travelogy.com.mx/viajes-india/mumbai/compras-en-bombay.html>
- Travelogy México. (14 de 02 de 2020). *Por qué Mumbai se conoce como la ciudad de los sueños* . Obtenido de <https://www.travelogy.com.mx/blog/por-que-bombay-se-conoce-como-la-ciudad-de-los-suenos/>
- Warren J, K. &. (04 de 01 de 2017). *Marketing Internacional de las empresas* . Obtenido de mailxmail.com: <http://www.mailxmail.com/curso-marketing-internacional-empresa-1-2/marketing-internacional-concepto>



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Reinoso Gálvez, Génesis Ivanna**, con C.C: # **0958366098** y **Williams Navarrete, George Henry**, con C.C: # **0919209148** autores del trabajo de titulación: **Factibilidad económica de una producción de botones de tagua dirigida al mercado indio** previo a la obtención del título de **Licenciada en comercio y finanzas internacionales bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil 31 de agosto del año 2020

Reinoso Gálvez, Génesis Ivanna

C.C: **0958366098**

Williams Navarrete, George Henry

C.C: **0919209148**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Factibilidad económica de una producción de botones de tagua dirigida al mercado indio		
AUTOR(ES)	Reinoso Gálvez, Génesis Ivanna Williams Navarrete George Henry		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciada en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	31 de agosto del 2020	No. DE PÁGINAS:	71
ÁREAS TEMÁTICAS:	Identificación, estudio y análisis de sectores exportadores no tradicionales en Ecuador.		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Tagua, empresa, botones, exportación, viabilidad, artesanías		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>Dentro del presente trabajo de investigación se realizó un estudio de factibilidad económica para la microempresa NayaNayón, con el fin de diversificar la producción de esta firma e ingresar al mercado de Bombay, India, con botones de tagua, constituyendo una nueva línea de productos dirigidos a un mercado no tradicional. Luego de un estudio de mercado con un enfoque de trabajo mixto, se determinó que la demanda mensual por botones de tagua por parte de cada uno de los tres potenciales compradores de la ciudad de Bombay, es de 200 a 360 docenas La empresa tiene una capacidad productiva de 180 docenas de botones de tagua por mes, por lo que se propone la adquisición de una maquinaria que posteriormente aumentará la producción a 360 docenas de botones por mes. Luego de la propuesta de la inversión, se realizó el análisis económico, por medio del cual, luego de elaborar el estado de resultados y el flujo de caja neto; se determinó que el presente estudio es económicamente factible, obteniendo una TIR de 16,27% superior a la TMAR del inversionista de 13,31%. El fin de adquirir la nueva maquinaria radica en ingresar en pequeña escala a un mercado importante como India, adquirir experiencia y afianzarse en el mercado previo a incrementar las inversiones en esta nueva línea de negocios y en el futuro depender menos de exportaciones primarias incrementando el margen de utilidad en sus productos.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-986637328	E-mail: genesisreinoso.g@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.		
	Teléfono: PBX: 043804600 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129		
	E-mail: monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			