

1. INTRODUCCIÓN

El alto desarrollo industrial a nivel mundial, los constantes cambios que se presentan en el mundo de los negocios y la apertura de nuevos mercados potenciales con la firma de tratados internacionales como el ALCA, nos esfuerza a los ecuatorianos a buscar nuevas alternativas de negocios o desarrollar los actuales con el objetivo de volverlos más competitivos a nivel internacional, tal es el caso del sector productor de Tagua, que por años se ha visto un esquema de negocios que no ha sufrido transformación alguna.

Expor-Tagua es una compañía exportadora de anímelas de tagua, cuyo objetivo principal es la comercialización sustentada en el comercio justo, haciendo participe de los beneficios económicos a los pequeños productores de tagua mediante una alianza estratégica.

Nuestro proyecto ofrece a sus empleados y a su asociación la oportunidad de no solo conseguir mejores beneficios económicos sino sociales, que permitirán un desarrollo sostenible del sector, basándose principalmente en la certificación de comercio justo internacional la misma que será otorgada por la **Fair Trade Labelling Organization International**, lo cual nos da la facultad de cobrar a un precio superior al de un producto sin certificación.

2. ANÁLISIS DE LA EMPRESA

Expor-Tagua es una compañía exportadora de anímelas de tagua, haciendo participe de los beneficios económicos a los pequeños productores de tagua mediante una alianza estratégica.

Con el objetivo de minimizar costos en logística y transporte Expor-Tagua ha determinado que la zona más propia para ubicarse es la Provincia de Manabí, específicamente en la ciudad de manta, principal zona de cultivo de nuestra materia prima así como también uno de los principales puertos de exportación ecuatoriano.

3. OBJETIVOS

El objetivo general de la compañía es proveer anímelas de calidad a los mercados internacionales, basados en el aprovechamiento de los recursos naturales y el trabajo conjunto con pequeños productores garantizados bajo la certificación de Comercio

Justo, buscando igualdad de oportunidades, desarrollo económico de todas las partes y cuidado por el medio ambiente.

Entre los objetivos específicos que se desea lograr con el proyecto tenemos:

- Lograr el reconocimiento y posicionamiento de la compañía a nivel internacional y a través de la comercialización de un producto de calidad, socialmente equitativo, teniendo como garantía el sello de comercio justo.
- Concientizar a los productores para que obtengan y mantengan la certificación de comercio justo en cada una de las etapas del proceso productivo de anímelas de tagua.

4. ANÁLISIS DEL MERCADO

La tagua o marfil vegetal es el fruto seco de una especie de palma propia del trópico ecuatorial, que alcanza una altura de 20 a 30 pies, cuyo nombre botánico es: *Phytelephas Macrocarpa Palmae*. Este fruto seco tiene el tamaño aproximado de la nuez de 40cm de diámetro, su colar varía desde azulada a ámbar y cuelga en una palmera similar a los cocos. Tiene distintos tamaños y formas, con pesos que van de 1.6 ó 2onz y la grande 2.4 ó 3 y más.

La tagua es una joya de la naturaleza que al ser procesada en manos de hábiles artesanos es usada en un si número de aplicaciones logrando formas y diseños con calidad de exportación, reemplazando a la utilización del marfil de origen proveniente de la caza de elefantes y rinocerontes.

Un sector importante relacionado a la producción de anímelas de tagua es el desarrollo de la industria de la moda, el mismo que no solamente se refleja en los mercados norteamericanos y europeos sino en países de la región como México y Brasil, teniendo este ultimo una industria de la moda de 22mil millones de dólares por año, una cadena productiva que reúne a mas de 30000 empresas, un millón y medio de trabajadores entre confeccionistas, diseñadores y modelos, convirtiéndose en una potencia de la moda que ha exportado un equivalente a 1300 millones de dólares.

Así también, en Europa grandes diseñadores como: Cristian Dior, Yves Saint Laurent, Versace, Ginocchietti, entre otros, utilizan botones de tagua en sus finas, delicadas y exclusivas prendas, imprimiendo la etiqueta verde que garantiza que sus productos son naturales.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Expor-Tagua comercializa al exterior anímelas de tagua producidas bajo la certificación de comercio justo, en las siguientes presentaciones:

- Por su diámetro: en Líneas 16” hasta 52”
- Por su calidad para exportación: Blanco –Ligero Crema

En cuanto a su presentación los botones serán embalados en sacos de polipropileno debidamente sellados en la que deberán constar el logo de la compañía Expor-Tagua y de la calificadora del producto.

PRODUCTOS COMPETIDORES

En la industria de la moda son diversos materiales que se utilizan en la confección de las prendas, los mismos que varían en colores, diseños, calidad y certificación, siendo entre los principales:

- Anímelas de tagua fabricados sin la certificación de comercio justo.
- Botones de plástico, metal, madera, caucho, etc.

5. TENDENCIA DE LA INDUSTRIA EN EL ECUADOR

La industria de la tagua en el Ecuador, donde pequeños talleres procesan los diversos tipos de souvenir y botones, utilizados ahora por la alta costura internacional.

Debido a la importancia que está retomando, los cultivos de tagua han ido progresando desde su introducción en 1990 por asociaciones agroforestales y silvopastoriles de la costa, permitiendo al Ecuador estar en la capacidad de enfrentar las grandes demandas a nivel internacional del mundo de la moda.

6. PLAN DE MERCADEO Y ESTRATEGIAS DE VENTAS

El objetivo del plan de marketing va ser el desarrollo de los mercados internacionales y el fortalecimiento de los lazos comerciales con nuestros proveedores.

Motivo por el cual el siguiente plan de mercadeo consta de cuatro programas:

- Fomentar la certificación de comercio justo por parte de los productores y alentar la formación de una asociación, con la cual la empresa pueda estructurar planes estratégicos para el desarrollo del producto.
- Desarrollo y posicionamiento en el mercado europeo.
- Desarrollo al mercado norteamericano.

- Penetración del mercado regional.

ESTRATEGIAS DEL PLAN DE MARKETING

Al pensar en las estrategias para cada uno de los mercados se debe analizar las características socioculturales con cada uno de los miembros con los cuales se va negociar:

Negociación con el Mercado Americano

La estrategia será mostrar el beneficio en el precio debido a la certificación de comercio justo, distribuyendo las utilidades entre los participantes de este mercado mediante la eliminación de intermediarios en el canal de comercialización.

Negociación con el Mercado Europeo

La estrategia será diferenciar nuestro producto de los comercializados actualmente, como un producto de precio justo, de calidad y de beneficio social.

Negociación con el Mercado Regional

La estrategia será ofrecer un producto certificado que cumpla con los requerimientos para exportar sus productos de la industria de la moda al mercado Europeo.

7. ANÁLISIS TÉCNICO

PRODUCCIÓN

La producción requiere los siguientes procesos:

1. Proceso de Clasificación Manual de la Anímela
2. Proceso de Embalaje

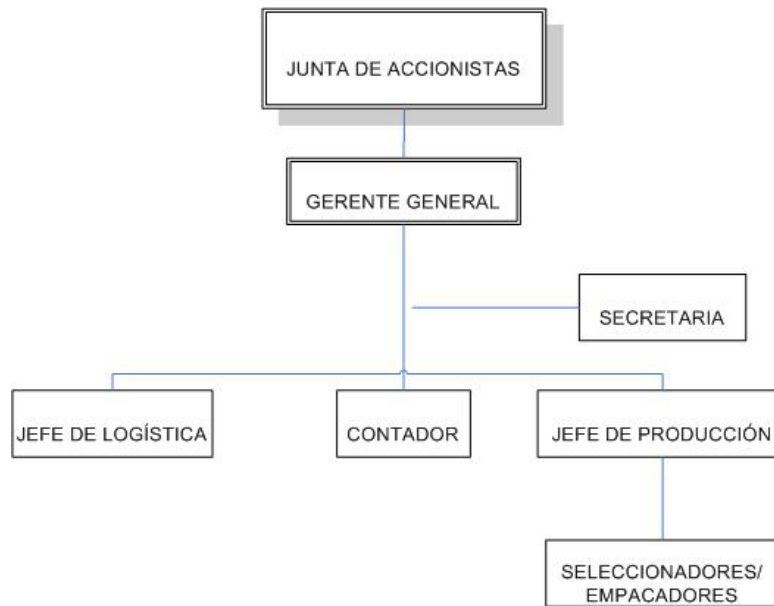
EQUIPOS Y MAQUINARIAS

- Computador
- Camioneta
- Muebles y enseres (máquinas para coser los sacos)

8. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

Se trabajará con el conjunto de profesionales capacitados, que estén dispuestos a innovar un modelo de negocios que por años ha venido funcionando y que es hora de hacer ciertas variaciones para su futuro funcionamiento y desarrollo sostenido del sector.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE EXPOR-TAGUA



9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

La inversión inicial en nuestro proyecto es de \$75.000 en activos fijos y de capital de trabajo asciende a \$41.370 de los cuales \$33.673 corresponde a la compra de anímelas. Además se trabajará en conjunto con profesionales que conozcan el modelo de negocio anterior y que estén dispuestos a diferenciar el mismo.

Se espera lograr que el proyecto permita obtener rentabilidad a partir del segundo año de operación, aspirando a llegar a una rentabilidad neta de 52.000 dólares si es con capital propio y de 48.000 dólares si el proyecto es financiado con alguna entidad financiera, con lo que se aspira recuperar el capital en 24 meses y 28 meses respectivamente.

A pesar de que tenemos pocas barreras de entradas y un alto riesgo de competencia, se espera lograr el posicionamiento de la compañía a nivel internacional lo que permitiría crecer a largo plazo.

A pesar de que tenemos pocas barreras de entradas y un alto riesgo de competencia, se espera lograr el posicionamiento de la compañía a nivel internacional lo que permitiría crecer a lo largo del tiempo.