



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

Facultad de Ciencias Administrativas

**TÉISIS DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

"Importación de Papel Tissue de Origen Turco y su Aplicación en el  
Desarrollo de Producción de Servilletas a Nivel Nacional"

**Ángela Stefany Guzmán Muñoz**

Director: Ec. Lucía Pico, MBA

2013

Guayaquil, Ecuador

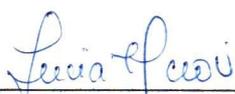
## CERTIFICACIÓN

Yo, Ángela Stefany Guzmán Muñoz, declaro que soy el autor exclusivo de la presente investigación y que esta es original, auténtica y personal mía. Todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de mi exclusiva responsabilidad.



Firma del graduado  
Ángela Stefany Guzmán Muñoz  
C. I 0926132358

Yo, Lucía Pico, declaro que, en lo que yo personalmente conozco, la señorita Ángela Stefany Guzmán Muñoz, es el autor exclusivo de la presente investigación y que esta es original, auténtica y personal suya.



Firma del Director Técnico del Trabajo de Grado  
Ec. Lucía Pico, MBA  
Director

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

La responsabilidad por los hechos ideas y doctrinas expuestas en este trabajo de grado, corresponden exclusivamente a su autor, y el patrimonio intelectual del Trabajo de Grado corresponde a la " Universidad Internacional del Ecuador".

  
Ángela Stefany Guzmán Muñoz

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL  
ECUADOR**

En la ciudad de Guayaquil, a los 4 días del mes de Septiembre del 2013, se suscribe la siguiente acta de Defensa de Grado, del estudiante Ángela Stefany Guzmán Muñoz, de la carrera de Negocios Internacionales, siendo las principales autoridades el Ec. Marcelo Fernández Sánchez, Rector de la Universidad Internacional del Ecuador, Ing. Xavier Fernández Orrantía, Vicerrector de la Universidad Internacional del Ecuador y el Ab. Aldo Maino Isaías, Director Ejecutivo – Extensión Guayaquil. Para lo cual doy fé.



Ab. Aldo Maino Isaías  
Director Ejecutivo – Extensión Guayaquil

## MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO



Miembro Principal



Miembro Principal



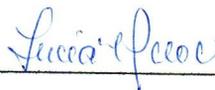
Miembro Principal

Damos fé de la elaboración de este Trabajo de Grado, que fue presentado en la fecha:

4 de Septiembre del 2013



Autoridad Académica Correspondiente  
Extensión Guayaquil



Asesor del Trabajo de Grado

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar quiero agradecerle a Dios, luego a la “Universidad Internacional del Ecuador” la cual me abrió las puertas para poder alcanzar este gran paso que me propuse ya hace algunos años, también agradecer a cada uno de los profesores que de una u otra manera contribuyeron para mi formación profesional, moral y ética; y de manera muy especial a la Ec. Lucía Pico, tutor y maestro, ya que gracias a sus consejos, enseñanzas y sabias orientaciones me enrumbaron poco a poco para alcanzar la culminación de esta tesis de grado.

## **DEDICATORIA**

A mi Dios que ha sido mi guía, en especial en los momentos más difíciles.

A mi familia y amigos incondicionales, que siempre estuvieron conmigo y que gracias a su apoyo y sus enseñanzas hicieron posible alcanzar esta meta.

## ÍNDICE GENERAL

### CAPÍTULO 1 . ANÁLISIS DEL ENTORNO

1.1	Generalidades .....	30
1.1.1	Antecedentes .....	31
1.1.2	Análisis del Producto .....	32
1.1.3	Historia del Papel Tissue .....	33
1.1.4	Caracterización del Producto .....	34
1.1.5	Características Técnicas .....	35
1.1.6	Composición y Producción .....	36
1.1.7	Diferenciación del Producto .....	58
1.1.8	Análisis de la Marca .....	59
1.1.9	Certificaciones de Calidad .....	60
1.2	Aplicaciones .....	62

### CAPÍTULO 2 . CREACIÓN DE LA EMPRESA

2.1	La Empresa .....	64
2.1.1	Logotipo .....	65
2.1.2	Ubicación Geográfica de la Empresa .....	65
2.2	Objetivo General .....	68
2.2.1	Objetivos Específicos .....	68
2.2.2	Misión .....	68
2.2.3	Visión .....	68
2.2.4	FODA .....	69
2.3	Aspectos Legales .....	70
2.3.1	Inscripción del Ruc y sus requisitos .....	71
2.3.2	Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral (Solicitud de clave para empleador) .....	73
2.3.3	Obtención de Permisos .....	74
2.3.4	Certificado de Seguridad del Cuerpo de Bomberos .....	74
2.4	Estructura Orgánica .....	77
2.4.1	Organigrama de la Empresa .....	78
	Descripción de Funciones .....	79
	Descripción de Funciones .....	81
	Descripción de Funciones .....	84
	Descripción de Funciones .....	86

Descripción de Funciones .....	88
Descripción de Funciones .....	89
<b>CAPÍTULO 3 . ESTUDIO DE MERCADO</b>	
3.1 Segmentación del Mercado .....	91
3.1.1 Análisis del Mercado de Proveedores.....	93
3.1.2. Análisis del Sector Servilletero.....	95
3.1.3 Análisis de la Competencia.....	96
3.1.4 Análisis del Posicionamiento.....	97
3.1.5. Estrategia de Posicionamiento.....	98
3.1.6 Importaciones en el Ecuador.....	99
3.1.7 Análisis del Mercado Ecuatoriano.....	102
3.2 Análisis del Crecimiento de Establecimientos o Negocios.....	103
3.2. 1 Diferenciación del precio.....	105
3.2. 2 Producto a Importar.....	105
3.3 Análisis de la demanda.....	105
3.3.1 Tabulación de las Encuestas.....	109
3.3.2 Análisis de los Resultados Obtenidos.....	120
<b>CAPÍTULO 4 . PLAN DE MARKETING</b>	
4.1 Análisis de la Promoción de Venta y Publicidad Marketing Mix.....	121
4.1.1 Estrategia de Ventas .....	121
4.1.2 Desarrollo de Nuestra Campaña Publicitaria.....	122
4.1.3 Medios de Publicidad.....	122
4.1.4 Estrategias de Promoción y Venta de Servicio.....	123
4.2 Página Web.....	126
4.2.1 Estrategias de Atención al Cliente.....	129
<b>CAPÍTULO 5 . PROCESO DE IMPORTACIÓN DESDE TURQUÍA A ECUADOR</b>	
5.1 Definición del Comercio Internacional.....	131
5.1.1 ¿Qué es una Importación a Consumo? .....	131
5.1.2 ¿Quiénes pueden importar?.....	131
5.1.3 Registro del importador para iniciar sus actividades.....	132
5.1.4 Documentación requeridas para el proceso de importación.....	132
5.2 Procedimiento y Pago de Tributos.....	134
5.2.1 Transporte Marítimo.....	135
5.2.2 Análisis del Artículo # 55 Ley del Régimen Tributario Interno, .....	136

5.2.3 Situación Geográfica .....	139
5.3 Proceso de Importación .....	139
<b>CAPÍTULO 6 . ANÁLISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA</b>	
6.1 Análisis de la Infraestructura .....	146
<b>CAPÍTULO 7 . CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	
7.1 Conclusiones .....	160
7.2 Recomendaciones .....	162
7.3 Cronograma de Actividades .....	163
7.4 Fuente de Textos Bibliográficos .....	164
7.5 Fuentes de Internet .....	165

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla# 1 Descripción de LEVPEC SUPER (NAPKIN PAPER). .....	32
Tabla # 2 Diferencias entre Tissue y Papel Bond.....	58
Tabla # 3 Constitución de Compañías. ....	72
Tabla # 4 Permisos.....	74
Tabla # 5 Certificado del B. Cuerpo de Bomberos.....	75
Tabla # 6 Tasa de Habilitación de Locales Comerciales, Industriales y de Servicios..	76
Tabla # 7 Declaración de Impuestos.....	77
Tabla # 8 Cuadro Comparativo. ....	95
Tabla # 9 Participación en el Mercado de la Competencia.....	96
Tabla # 10 Empresas Servilleteras en el Ecuador.....	99
Tabla # 11 Ventas Mensuales del Mercado Ecuatoriano.....	102
Tabla # 12 Valor Promedio de Costos de los Proveedores .....	105
Tabla # 13 Tipo de Sexo .....	110
Tabla # 14 Lugar de Residencia .....	111
Tabla # 15 Nivel de Ingresos Mensual. ....	112
Tabla # 16 Conoce acerca del papel tissue.....	113
Tabla # 17 Comprar a un bajo costo y de buena calidad .....	114
Tabla # 18 Frecuencia con la que adquiere el papel.....	115
Tabla # 19 Comprar vía online al mismo costo que en el almacén.....	116
Tabla # 20 Adquirir papel tissue en diferentes dimensiones y variedades. ....	117
Tabla # 21 Actualmente este tipo de producto como llega a su destino. ....	118
Tabla # 22 Beneficios extras comparado con otras importadoras de papel. ....	119
Tabla # 23 Descripción del producto a importar .....	139
Tabla # 24 Ejemplo.....	141
Tabla # 25 Cálculos .....	141
Tabla # 26 Base Imponible CIF Ejemplo Autoliquidación.....	142
Tabla # 27 Cálculos Base Imponible CIF .....	145
Tabla # 28 Cálculos Base Imponible CIF Final .....	145
Tabla # 29 Gastos Operativos .....	146
Tabla # 30 Ventas Anual.....	146
Tabla # 31 Costos de Importación.....	147
Tabla # 32 Gastos de Importación.....	147

Tabla # 33 Sueldos.....	148
Tabla # 34 Servicios Básicos.....	149
Tabla # 35 Suministros de Oficina .....	149
Tabla # 36 Gastos Administrativos.....	150
Tabla # 37 Balance General .....	151
Tabla # 38 Activos.....	152
Tabla # 39 Equipos de Computación.....	152
Tabla # 40 Equipos de Oficina .....	153
Tabla # 41 Financiamiento CFN .....	154
Tabla # 42 Flujo de Caja Proyectado/ TIR/ VAN .....	156
Tabla # 43 Estado de Resultado. ....	157
Tabla # 44 Punto de Equilibrio.....	158
Tabla # 45 Análisis de Sensibilidad.....	159

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica # 1. Certificación ISO 9001-2008.....	60
Gráfica # 2. Certificación de Conformidad.....	61
Gráfica # 3. Logo de la Empresa.....	65
Gráfica # 4. Ubicación de la Empresa.....	66
Gráfica # 5. Distribución de la Oficina.....	67
Gráfica # 6. Organigrama de la Empresa Thuerkauf S.A.....	71
Gráfica # 7. Participación de la Competencia en el Mercado.....	78
Gráfica # 8. Importaciones en el Ecuador.....	97
Gráfica # 9. Ventas Mensuales del Mercado Ecuatoriano .....	101
Gráfica # 10. Puntos de Distribución.....	103
Gráfica # 11 Tipo de Sexo.....	104
Gráfica #12. Lugar de Residencia.....	110
Gráfica #13. Nivel de Ingreso Mensual.....	111
Gráfica #14. Conoce acerca del papel tissue.....	112
Gráfica #15. Comprar a un bajo costo.....	113
Gráfica # 16. Con que frecuencia adquiere el producto.....	114
Gráfica # 17. Comprar vía online al mismo costo que en el almacén.....	115
Gráfica # 18. Adquiere este producto en diferentes dimensiones y medidas.....	116
Gráfica # 19. Este tipo de producto como llega a su destino.....	117
Gráfica # 20. Beneficios extra comprando con otras importadoras de papel.....	118
Gráfica # 21. Publicidad.....	119
Gráfica # 22. Publicidad 20% de descuento.....	123
Gráfica # 23. Publicidad Raspadita.....	124
Gráfica # 24. Publicidad Bosquejo de Boletín.....	125
Gráfica # 25. Publicidad Boletín Mensual.....	126
Gráfica # 26. Página Web inicio.....	127
Gráfica # 27. Página Web de Papel Tissue.....	128
Gráfica # 28. Proceso de Servicios.....	130
Gráfica # 29. Partida Arancelaria 10% SICE.....	144

## ÍNDICE DE FOTOS

Foto # 1. Materia Prima .....	38
Foto # 2. Instalaciones de la Planta de Levent Kagit.....	39
Foto # 3. Planta de Papel Levent Kagit.....	40
Foto # 4 Inicio de la Línea de Producción.....	41
Foto # 5. Papel reciclado listo para ser procesado.....	42
Foto# 6. Proceso de Producción en la Planta de Levent Kagit.....	43
Foto # 7. Maquinarias.....	44
Foto #8. Procesadora del Papel.....	45
Foto# 9. Departamento de Control de Calidad.....	46
Foto #10. Enbobinadora del Papel.....	47
Foto # 11. Sala de Procesos .....	48
Foto# 12. Departamento de Calidad.....	49
Foto # 13. Supervisión.....	50
Foto # 14. Fase del producto terminado.....	51
Foto #15 .Cortadora .....	52
Foto #16. Rollos de papel cortado.....	53
Foto # 17. Embalaje y Etiquetado.....	54
Foto # 18. Almacenamiento del producto.....	55
Foto #19. Etiquetadora de código de barra.....	56
Foto #20. Trasportación y distribución.....	57

## JUSTIFICACIÓN

Se escogió este tema ya que es una buena oportunidad de ingresar un nuevo producto con calidad internacional al mercado ecuatoriano, Lo mejor es ofrecer un producto excelente calidad a costos no económicos sino razonables.

Cuento con todo el conocimiento y facilidad necesaria para desarrollar este tema puesto que mantengo laboralmente constante comunicación con la empresa Levent Kagit domiciliada en Turquía Puerto Izmir a la que representaré en Ecuador y la que me va a proveer del papel tissue en diferentes gramajes, anchos, diámetros y cores, solo bajo pedidos.

Así mismo tengo un contrato corporativo con la naviera Maerks Line, ya que mi empresa será quien se encargará del Flete Internacional desde Turkey- Puerto Izmir hasta el puerto del destino Ecuador- Guayaquil.

Nuestros clientes son los siguientes los principales servilleteros del Ecuador los cuales son: KIMBERLY CLARK, FAMILIA GRUPO SANCELA, PAPELMERSA S.A, SERVILLETAS GARDENIA, SERVILLETAS HOME CLUB DECORADAS, SERVILLETAS SOFF, SERVILLETAS ELITE.

Cada cliente mensualmente consume entre 120 a 200 toneladas de papel, este sería nuestro alto potencial de mercado.

## **DELIMITACIÓN**

La Infraestructura escogida estará ubicada en el Km 10.5 Vía a Daule Mz 404 Solar 03 la que funcionará como punto de descarga de los contenedores de 40 High Cube de las bobinas de papel tissue que nos brindará la capacidad de almacenamiento y poder así satisfacer toda nuestra demanda. Sin tomar el riesgo su calidad, nivel de competencia y participación en el mercado.

La razón por la cual se escogió este lugar se debe a que la mayoría de nuestros clientes están ubicados en el sector y esto nos da la facilidad de transportación de la carga hacia sus bodegas para la entrega inmediata al cliente.

## **IMPACTO SOCIAL**

El beneficio que brindaré a la comunidad con este proyecto de desarrollo comercial internacional y productivo (proyectos que buscan generar rentabilidad económica y vinculación el comercio exterior).

Integraremos mano de obra dependiente en el almacenamiento y logística de este producto, crearemos plazas de trabajo; re-activando la economía familiar y por ende de toda una sociedad.

Disminuiremos las importaciones con otros países e incentivaremos el turismo en nuestro país.

## **HIPÓTESIS**

### **HIPÓTESIS GENERAL**

La importación de Papel Tissue para el sector servilletero del Ecuador contribuirá a la reducción de costos y tiempos de abastecimientos de materias primas generando mayores utilidades económicas.

### **HIPÓTESIS ESPECÍFICAS**

El análisis realizado nos permite conocer el nivel atractivo del sector servilletero.

El diseño del plan de marketing nos permite establecer estrategias revolucionarias mejorando nuestra competitividad frente a las marcas posicionadas y de esta manera captar mayor mercado.

## **VARIABLES**

### **VARIABLES INDEPENDIENTES**

Importación directa de Papel Tissue para las empresas servilleteras ecuatorianas disminuirá los costos, beneficiando a la producción sin perjudicar la calidad del producto.

### **Indicadores e Índices**

Trámites de Importación del Papel.

Volumen de Importaciones del Papel Tissue.

Medidas y Dimensiones del Papel Tissue.

Precio del Papel Tissue Importado.

## **VARIABLE DEPENDIENTE**

Disminuir el costo de producción de nuestra empresa para obtener mayores utilidades y ser más competitivos ante otras empresas.

### **Indicadores e Índices**

Precio de venta de la competencia.

Comercialización del papel en el Ecuador.

Número de empresas servilleteras en las ciudades de Guayas, Quito y Cuenca.

Consumo nacional de papel.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un estudio sobre la necesidad de importar directamente papel tissue de excelente calidad, para las empresas servilleteras, a menores costos, con el fin de obtener mayores utilidades para la empresa.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Conocer la historia, producción y tipos de papel.
2. Analizar la elaboración, y utilización del papel tissue.
3. Estudiar la producción nacional de papel y así establecer el por qué las grandes empresas servilleteras se ven en la necesidad de importar su materia prima. Además investigar el número de empresas ecuatorianas cuya actividad fundamental son la elaboración de servilletas y con esto analizar a mi competencia.
4. Establecer la oferta y la demanda nacional e internacional del papel tissue y su incidencia en el mercado ecuatoriano, para de esta forma determinar a qué país Ecuador importa papel tissue, y sus ventajas más competitivas.
5. Investigar los trámites aduaneros en la importación del papel tanto de los principales países proveedores como del Ecuador, la comercialización de este producto y los diferentes acuerdos internacionales, así como las legislaciones vigentes para identificar las principales ventajas de las políticas adoptadas por estos frente al papel tissue.
6. Estudio de la mejor logística para esta importación, cuyo resultado indique una disminución de costo y tiempos de tránsito desde el país de origen hasta el destino.

## **MARCO TEÓRICO**

Nuestra empresa está dedicada a la importación y comercialización del papel tissue, siendo este trabajo destinado a empresas dedicadas en el Ecuador a la elaboración de servilletas a nivel nacional y demás empresas que requieren este servicio interno en menores cantidades.

Con el afán de ofrecer a sus clientes un producto más conveniente en relación a la competencia, y aumentar sus utilidades, se ve en la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para que la empresa deje de importar papel de terceros y lo haga directamente, puesto que esto resulta muy caro, para lo cual se iniciara la investigación de la producción de papel, nivel de importaciones del país, consumo, costos, etc.

Materia Prima.- A nivel de los servilleteros el principal complemento del trabajo es el papel, donde es elaborada la cantidad requerida.

Comercialización de Papel Tissue.- Importación para satisfacer las necesidades de la empresa y a un mediano plazo para el mercado escogido.

Maquinaria y Tecnología.- Empresas ecuatorianas requieren de tecnología de punta para transformar el papel, pero por sus altos costos no es posible comprarlas, es por esto que los servilleteros se ven en la necesidad de importar.

## MARCO CONCEPTUAL

A continuación se definirán los diversos conceptos o categorías económicas que se utilizarán en el presente estudio.

**Aduana.-** Servicio público que tiene a su cargo principalmente la vigilancia y control de la entrada y salida de personas, mercancías y medios de transporte por las fronteras y zonas aduaneras de la República; la determinación y la recaudación de las obligaciones tributarias causadas por tales hechos; la resolución de los reclamos, recursos, peticiones y consultas de los interesados; y la prevención, persecución y sanción de las infracciones aduaneras.<sup>1</sup>

**Aforo.-** Es el acto administrativo de determinación tributaria, mediante el cual el distrito aduanero procede a la revisión documental o al reconocimiento físico de la mercancía, para establecer su naturaleza, cantidad, valor y clasificación arancelaria.<sup>2</sup>

**Agente de Aduana.-** Es la persona natural o jurídica cuya licencia otorgada por el Gerente General de la Corporación Aduanera le faculta a gestionar de manera habitual y por cuenta ajena, el despacho de las mercancías, debiendo para el efecto firmar la declaración aduanera.<sup>3</sup>

**Comercio.-** Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales

---

<sup>1</sup> Fuente: [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec)

<sup>2</sup> Fuente: [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec)

<sup>3</sup> Fuente: Osorio Arcila, Cristóbal, Diccionario de Comercio Internacional, México, Grupo Editorial Iberoamérica, 1995,

Entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante <sup>4</sup>

**Demanda.-** Para un precio dado, cantidad de un bien que los sujetos económicos están dispuestos a adquirir.<sup>5</sup>

**Importación a Consumo.-** Es el régimen aduanero por el cual las mercancías extranjeras son nacionalizadas y puestas a libre disposición para su uso o consumo definitivo.<sup>6</sup>

**Papel Tissue.-** Una clase de papel cuya característica es ser muy delicado<sup>7</sup>.

**Producción.-** Es todo el proceso de transformación dirigido por los hombres en que se combina unos elementos llamados factores de producción, dando nacimiento a otros elementos llamados productos.<sup>8</sup>

**Tributos al Comercio Exterior.-** Son los derechos arancelarios establecidos en los respectivos aranceles, los impuestos establecidos en los respectivos aranceles, los impuestos establecidos en leyes especiales; y las tasas por servicios aduaneros.<sup>9</sup>

**Venta.-** Contrato a virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado<sup>10</sup>.

**Estrategia de Marketing.-** Es el resultado del proceso de planificación. Supone, por tanto, a partir del análisis y selección de los mercados a servir y la definición

---

<sup>4</sup> Fuente: Osorio Arcila, Cristóbal, Diccionario de Comercio Internacional, México, Grupo Editorial Iberoamérica, 1995,

<sup>5</sup> Fuente: Osorio Arcila, Cristóbal, Diccionario de Comercio Internacional, México, Grupo Editorial Iberoamérica, 1995,

<sup>6</sup>Fuente: [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec)

<sup>7</sup> Fuente: García Hortal, José a. (2007). fibras papeleras. Barcelona. Ediciones UPC

<sup>8</sup> Fuente: Osorio Arcila, Cristóbal, Diccionario de Comercio Internacional, México, Grupo Editorial Iberoamérica, 1995,

<sup>9</sup> Fuente: [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec)

<sup>10</sup> Fuente: Osorio Arcila, Cristóbal, Diccionario de Comercio Internacional, México, Grupo Editorial Iberoamérica, 1995,

de los objetivos a alcanzar, para poder determinar la combinación de los instrumentos del marketing (producto, precio, distribución y promoción) que permitan alcanzar los objetivos propuestos.<sup>11</sup>

**Estrategia de Nicho.-** Es una estrategia que intenta aprovechar la existencia de un nicho o segmento de mercado desatendido o no atendido suficientemente por la competencia y sobre el que se posee o puede desarrollar alguna ventaja competitiva.<sup>12</sup>

**Estrategias de Comercialización.-** Es una actividad o acciones para que el producto llegue al consumidor final, aquí viene el marketing.<sup>13</sup>

**Estudio de Mercado.-** Es una forma restrictiva de denominar el proceso y el resultado de aplicar los métodos y técnicas de la investigación comercial. Por extensión, incluye cualquier estudio de investigación comercial en el que se aborde cualquier problema de marketing.<sup>14</sup>

**Marketing Mix.-** Es el conocido análisis de las 4p, producto, plaza, precio, producción de acuerdo al análisis realizado en la encuesta las empresas por abaratar costos utilizan material chino, plaza tiene que ser porque todos los elementos tienen que ser naturales tiene que ser el sitio para que la gente vaya, el precio será similar al mercado el mismo que será inferior al de la competencia, promoción se distingue entre publicidad y promoción la promoción significa sacar ofertas, dos por uno la promoción afecta directamente al producto, no a la imagen, publicidad se la hace para que la imagen sea recordada aquí se utiliza un logotipo con herramientas visuales, impresos radiales se lo

---

<sup>11</sup> Fuente; Ferrell, Hartline Lucas (2002) “Estrategias de marketing” 2da. Edic. Edit. Thomson, México. Editorial Thomson

<sup>12</sup> Fuente; Ferrell, Hartline Lucas (2002) “Estrategias de marketing” 2da. Edic. Edit. Thomson, México. Editorial Thomson

<sup>13</sup> Fuente: Principios de mercadeo / Alberto Céspedes Sáenz. -- 5a ed. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2008. 407 p. : il. ; 24 cm. 1. Marketing 2. Segmentación del mercado

<sup>14</sup> Fuente: Principios de mercadeo / Alberto Céspedes Sáenz. -- 5a ed. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2008. 407 p. : il. ; 24 cm. 1. Marketing 2. Segmentación del mercado

Conoce como “plan de medios” se lo aplica en medios puede ser escrito como en revistas, visuales como la tv y el radio.<sup>15</sup>

**Segmentación de Mercado.-** Se realizan diferentes etapas: Etapa de investigación de mercado, donde recoge la información sobre la conformación del mercado. Etapa de análisis, donde toda la información es ordenada y estudiada. Etapa de perfilamiento, en la que se puede establecer los segmentos del mercado.<sup>16</sup>

**Punto de Equilibrio.-** Un enfoque que determina costos, volúmenes y rendimientos relacionados, para determinar el punto en el que los ingresos son iguales a los costos.<sup>17</sup>

**Rentabilidad.-** Es la obtención de beneficios en una actividad económica o financiera. Es una de las características que definen una inversión con la seguridad y la liquidez.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> Fuente: Principios de mercadeo / Alberto Céspedes Sáenz. -- 5a ed. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2008. 407 p. : il. ; 24 cm. 1. Marketing 2. Segmentación del mercado

<sup>16</sup> Fuente: Principios de mercadeo / Alberto Céspedes Sáenz. -- 5a ed. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2008. 407 p. : il. ; 24 cm. 1. Marketing 2. Segmentación del mercado

<sup>17</sup> Osorio Arcila, Cristóbal, Diccionario de Comercio Internacional, México, Grupo Editorial Iberoamérica, 1995,

<sup>18</sup> Fuente; Ferrell, Hartline Lucas (2002) “Estrategias de marketing” 2da. Edic. Edit. Thomson, México. Editorial Thomson

# MARCO METODOLÓGICO

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología utilizada en el presente trabajo fue estadística, analítica, bibliográfica y de campo, con el objetivo de obtener información que permitió deducir conclusiones y recomendaciones aceptables, para poder brindar una mejor propuesta.

Investigación Estadística.- Porque se ha considerado la base de datos tabulados y representados en cuadros estadísticos, se realizara un análisis del impacto de las importaciones de papel tissue.

Investigación Analítica.- Porque el estudio ha comprendido la elaboración de un Plan de Marketing Mix para captar mayor porcentaje de clientes.

Investigación Bibliográfica.- Esta se realizo a través de la recopilación de información literaria relacionada con el tema: Libros, Revistas y Publicaciones, también utilizare para recopilar datos la búsqueda de información vía internet como:

1. Banco Central del Ecuador
2. SENA ( Servicio Nacional de Aduana del Ecuador)
3. PRO ECUADOR
4. La Ley de Régimen Tributario Interno
5. Servicio de Rentas Internas ( SRI)

Investigación de Campo.- Se realizo a través de visitas hechas a las principales empresas servilleteros en el Ecuador, y la información se obtuvo por medio de una encuesta conformada por 8 preguntas abiertas y cerradas que fue dirigido a los compradores de papel del proyecto en estudio.

## INTRODUCCIÓN

Ecuador a diferencia de otros países de América Latina como Chile y Brasil, no dispone de una adecuada tecnología de punta, es por esto que la producción no satisface la demanda nacional ni en cantidad ni en calidad, lo cual hace que se abastezca mediante importaciones.

De acuerdo a la situación actual del país en donde es necesario desarrollar una empresa con el fin de importar y comercializar la materia prima, con la finalidad de abaratar costos, y por ende maximizar las utilidades, para esto es necesario importar papel desde Turquía maximizando tiempos de tránsito y costos al no tener que comprar de terceros el papel.

Para llegar a mi hipótesis y justificar mis objetivos se realizó un estudio de la producción nacional del papel, importaciones de este sector, principales proveedores internacionales y nacionales de papel de esta forma determinar mi competencia, oferta y demanda.

Se determinó que la propuesta más idónea por calidad y precio a nivel internacional es trabajar con la empresa Levent Kagit domiciliada en Turquía Puerto Izmir, por lo que se investigó acuerdos y negociaciones con este país. Tanto en el país de origen y de destino se investigó los trámites en valor y tiempo para establecer nuestro costo de importación del Papel Tissue.

Nuestro fin es generar plazas de trabajo y el consumidor final obtenga un producto a un precio justo.

# CAPÍTULO 1

## ANÁLISIS DEL ENTORNO

### **1.1 GENERALIDADES**

El Ecuador ha ido incrementando la comercialización de papel a lo largos de los años. Las empresas servilleteras ecuatorianas que dedican a la fabricación de servilletas importan la materia prima, ya que esto otorga al papel características específicas por lo que son de excelente calidad.

Por otro lado la producción de este tipo de papel requiere de una gran inversión que solo se podría obtener con la inserción de una empresa multinacional con un historial amplio, que no tenga que abrir nuevos mercados para generar ganancias que cubran la inversión inicial. Bajo estos parámetros y luego de un análisis, las empresas papeleras internacionales no ven como visión a corto y mediano plazo la apertura de una nueva filial en Ecuador, por lo que prefieren desde sus plantas y distribuidoras en Latino América exportar a países como el nuestro.

Debido a estos factores para abastecer la demanda nacional, los empresarios del sector servilletero se ven la necesidad de comprar su materia prima a las importadoras de papel, es por esto, que al fin de este proyecto es minimizar el costo al no tener que comprar a terceros, sino importar directamente para ofrecer un producto de mejor calidad y bajo precios.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Fuente: Corporación Financiera Nacional, “Estudio del sector productor de papel en el Ecuador”, Ecuador, 2012..

### **1.1.1 Antecedentes**

El papel en términos generales es un material delgado que se fabrica por medio del entretrejido de fibras de celulosa vegetal. Es utilizado tanto en la escritura como en la impresión.

Según la tradición, el primero en fabricar papel, en el año 105, fue Cai Lun o Tsai-lu, un eunuco de la corte Han oriental del emperador chino Hedi (o Ho Ti). El material empleado fue probablemente corteza de morera, y el papel se fabricó con un molde de tiras de bambú. El emperador le había encomendado la misión de buscar nuevos materiales para escribir.

El papel más antiguo conservado se fabricó con trapos. Durante 500 años la técnica de cómo fabricar papel estuvo sólo en conocimiento de China.

En el año 610 se introdujo por primera vez en Japón y en el 750 en Asia Central. Posteriormente, por el año 800, apareció en Egipto, iniciándose su fabricación 100 años después. Hacia el siglo IX se producían en aquel país servilletas de papel. El arte de fabricar papel se difundió rápidamente hasta los confines del imperio Chino.

Los cristianos nestorianos del Turquestán copiaron sus biblias y escribieron sus cartas en buen papel de trapos a partir de siglo III. Aunque los chinos se esforzaron por mantenerlo en secreto ocultándose a los extranjeros de su manufactura, no pudieron evitar que el papel fuera conocido por los árabes.

En la actualidad el papel tiene una enorme importancia, su consumo masivo se ha ido incrementando.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup>Fuente: García Hortal, José a. (2007). fibras papeleras. Barcelona. Ediciones UPC

### **1.1.2 Análisis del Producto**

LEVPEC SUPER (NAPKIN PAPER TISSUE)

El siguiente tipo de papel tiene las siguientes medidas, gramajes

**TABLA# 1**

#### **DESCRIPCIÓN DE LEVPEC SUPER (NAPKIN PAPER)**

<b>Adicional impresa Levpeç</b>	<b>Servilleta Impreso Hacer</b>	<b>LÜS020</b>
16,5 g / m <sub>2</sub>	Extra Levpeç	Napkin Dispenser
16,5 g / m <sub>2</sub>	Extra Levpeç	Servilleta Impreso
20-25 g / m <sub>2</sub>	Extra Levpeç	Haciendo Servilleta
17 g / m <sub>2</sub>	Extra Levpeç	Haciendo Servilleta
16,5 g / m <sub>2</sub>	Levpeç Extra Smooth	Haciendo Servilleta
17-20 g / m <sub>2</sub>	Levpeç Súper Straight	Servilleta Flat Hacer
17-20 g / m <sub>2</sub>	Levpeç Dispensador Súper	Haciendo dispensador de servilletas
17-20 g / m <sub>2</sub>	Levpeç Súper impresa	Servilleta Impreso Hacer
17-20 g / m <sub>2</sub>	Natural Levpeç	Mercado (Imprimir)
17-20 g / m <sub>2</sub>	Levpeç Natural Flat	Servilleta Flat Hacer
17-18 g / m <sub>2</sub>	Levpeç extra-2	Impreso servilletas
17 g / m <sub>2</sub>	Levpeç extra-2	Servilleta Impreso
19,5 a 20 g / m <sub>2</sub>	Levpeç extra-2	Servilleta Impreso
17-18 g / m <sub>2</sub>	Levpeç extra-2	Napkin Dispenser
18 g / m <sub>2</sub>	Levpeç Extra Smooth-2	Haciendo Servilleta
20 g / m <sub>2</sub>	Súper Levpeç	Mercado (Imprimir)
40 g / m <sub>2</sub>	Súper Levpeç	Mercado (Imprimir)
17-18 g / m <sub>2</sub>	Levpeç Súper Straight	Toilet Seat Cover
19-24 g / m <sub>2</sub>	Levpeç Súper Straight	Servilleta Flat Hacer
19-24 g / m <sub>2</sub>	Levpeç Súper Straight	Servilleta Flat Hacer

Elaborado por: El Autor

Fuente: <http://www.leventkagit.com.tr/>

### **1.1.3 Historia del Papel Tissue**

En 1857, el neoyorquino Joseph C. Gayetty lanzó al mercado lo que él denominó Papel Medicado Gayetty, bajo el llamado publicitario "un artículo completamente puro para su higiene". Así nació el moderno papel higiénico, que en aquel entonces consistía en hojas de papel Manila sin blanquear, marcadas al agua con el apellido del inventor. Sin embargo, el éxito comercial no acompañó a aquella iniciativa, y el papel higiénico de Gayetty tuvo una precaria venta.

En Inglaterra, el fabricante Walter Alcock intentó lanzar su propio papel higiénico en 1879; en vez de fabricarlo en hojas sueltas lo hizo en rollos de hojas separadas por líneas de perforación para ser arrancadas. Sin embargo, su iniciativa chocó con el puritanismo inglés de la época, al que no le parecía conveniente ver semejante producto en los estantes de las tiendas.

Los fallidos intentos de Gayetty y Alcock fueron, finalmente, superados por los hermanos estadounidenses Edward y Clarence Scott, quienes, merced a una agresiva y eficaz campaña publicitaria, se llevaron el honor de obtener el triunfo comercial de los rollos de papel higiénico, introduciendo al mercado una marca que aún hoy se comercializa activamente. Al papel higiénico que crearan Gayetty, Alcock y los hermanos Scott, hoy se agregan diversos productos bajo el genérico Papel Tissue: servilletas de papel, pañuelos desechables, toallas higiénicas, toallas de papel y, por supuesto, el papel higiénico.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Historia del Papel Tissue  
Fuente: [http://www.ecured.cu/index.php/Papel\\_tissue](http://www.ecured.cu/index.php/Papel_tissue)

#### **1.1.4 Caracterización del Producto**

Se denomina “Papel Tissue” a un tipo de papel cuyas características de suavidad, elasticidad y absorción responden a las necesidades provenientes del uso doméstico y sanitario.

Se caracteriza por ser de bajo peso y en toda su superficie base presenta una micro arruga llamada crepado, la que permite, entre otras cosas, disponer de un papel más suave.

Hasta mediados del siglo XX el papel ha sido el material por excelencia al que se le ha confiado la transmisión de todo el saber del hombre, a partir de entonces sus aplicaciones no tienen límites. Desde vasos hasta los más sofisticados tipos de moneda, desde ladrillos de aislamiento hasta aplicaciones en microelectrónica e informática, pasando por ser soporte de publicidad, materia prima de vestidos, zapatos, embalajes, recubrimientos de paredes, filtros, elementos de limpieza, etc., hace que el papel tenga un horizonte basto de desarrollo, complejidad tecnológica y prestaciones crecientes.

Es importante brindar a quién utiliza, convierte o comercializa papel, algunos conocimientos sobre sus propiedades, útiles para evaluar adecuadamente su calidad y adecuaciones para los diferentes usos.

El crepado aumenta la superficie específica del papel y abre las fibras, posibilitando mayor capacidad de absorción y mayor flexibilidad que las de una hoja de papel corriente.

Los papeles tissue son fabricados en base a fibra virgen o a fibra de papel reciclado o a una mezcla de ambos, y se utilizan en productos de higiene personal (papel higiénico, pañales, pañuelos), en el ámbito doméstico (rollos de papel de cocina, servilletas, toallas de papel para limpieza) y como material sanitario y de limpieza industrial. El papel tissue

es también uno de los insumos principales para la fabricación de toallas higiénicas femeninas, protectores diarios y pañales en general.<sup>22</sup>

### **1.1.5 Características Técnicas.**

Según el uso al que vaya dirigido, necesita unas características técnicas específicas.

Para ello se miden las cualidades del papel.

Peso - Gramaje: peso en gramos por unidad de superficie (g/m<sup>2</sup>).

Longitud de rotura: Se mide la cantidad de papel (en miles de metros) necesaria para romper una tira de papel por su propio peso.

Desgarro: Resistencia que ofrece el papel a la continuación de un desgarro.

Resistencia al estallido: Resistencia que ofrece el papel a la rotura por presión en una de sus caras.

Rigidez: Resistencia al plegado de una muestra de papel.

Dobles pliegues: Cantidad de dobleces que soporta una muestra hasta su rotura.

Porosidad: Se mide la cantidad de aire que atraviesa una muestra de papel.

Blancura: Grado de blancura.

Opacidad: Es la propiedad del papel que reduce o previene el paso de la luz a través de la hoja. Es lo contrario a la transparencia.

---

<sup>22</sup> Caracterización del Producto  
Fuente: Levent Kagit- Sr Mehemet Onguen

Estabilidad dimensional: básicamente la estabilidad dimensional hace referencia a las modificaciones en tamaño de una hoja de papel dependiendo de las condiciones de humedad en el ambiente. Esto quiere decir que dependiendo de la humedad el papel tendera a variar su tamaño, suele hacerlo en dirección de las fibras (fusiforme) por lo que se puede predecir aproximadamente como se deforma.

Ascensión capilar: altura en milímetros que alcanza el agua en una muestra parcialmente sumergida.

Planidad: algunos de los cambios anteriormente enumerados inciden en la planidad del papel, esto último es un factor importante para la impresión offset.<sup>23</sup>

#### **1.1.6 Composición y Producción.**

Material en hojas de estructura porosa, constituido por fibras entrelazadas entre sí, fabricado a partir de una pasta por escurrimiento del agua a través de una malla o una tela y de un secado sucesivo.

Las fibras de la pasta son, por lo general, de naturaleza vegetal, pero también pueden ser de origen mineral, animal o sintético, o bien, de una mezcla de estas. Se fabrica a partir de materias fibrosas, cuya naturaleza determina las características fundamentales con la adición de materias de carga, colorantes y aditivos varios.

Las materias fibrosas se dispersan en agua a fin de formar una suspensión diluida, que casi siempre se somete a la refinación y después se transforma en papel en la máquina continua.

---

<sup>23</sup> Características Técnicas  
Fuente: Levent Kagit- Sr Mehemet Onguen

**Producción.-** La máquina de papel se puso en funcionamiento a finales de 2001, con una capacidad de producción de 80 Tonelada por día, tanto en celulosa y pasta de papel reciclado, Esta prepara: Papel higiénico, Papel Tissue y Toallas de Papel.

Según el tipo de materia prima producida el papel seleccionado va comprometido a preparar el sistema de la máquina y el ordenador. El papel de la máquina va totalmente automático controlado este papel se enrolla en la bobinadora de tambor por el laboratorio de control de calidad. El sistema computarizado indica el peso, el sistema de forma continua enrolla el ancho de la bobina y el diámetro del producto ya que este pasa por el envasado y etiquetado por el control de calidad de corte y despacho. Luego de terminar con todo este proceso el almacén hace la entrega final. .

**Embalaje y Etiquetado.-** El papel va embalado con papel plástico transparente, el departamento de calidad pesa las bobinas y las etiqueta con un código de barra. Luego se procede a registrar en el departamento de control un registro electrónico de las bobinas terminadas.

**Almacenamiento y Transporte.-** En el almacén de productos terminados se colocan de forma vertical las bobinas. Estos son transportados internamente por medio de carretillas elevadoras, y montacargas.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Composición y Producción  
Fuente: Levent Kagit- Sr Mehemet Onguen

**FOTO # 1**

**MATERIA PRIMA EN LA PLANTA**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 2**

**INSTALACIONES DE LEVENT KAGIT**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 3**

**PLANTA DE LEVENT KAGIT**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 4**

**INICIO DE LA LÍNEA DE PRODUCCIÓN**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 5**

**PAPEL RECICLADO LISTO PARA SER PROCESADO**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 6**

**PROCESO DE PRODUCCIÓN**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 7**  
**MAQUINARIAS**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 8**

**PROCESORA DE PAPEL**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 9**

**DEPARTAMENTO DE CONTROL DE CALIDAD**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 10**

**ENBOBINADORA DE PAPEL**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 11**  
**SALA DE PROCESOS**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 12**

**DEPARTAMENTO DE CALIDAD**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 13**

**DEPARTAMENTO DE SUPERVISIÓN**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 14**

**FASE DEL PRODUCTO TERMINADO**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 15**  
**CORTADORA**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 16**

**ROLLOS DE PAPEL CORTADOS**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 17**

**EMBALAJE Y ETIQUETADO**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 18**

**ALMACENAMIENTO DEL PRODUCTO**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 19**

**MÁQUINA ETIQUETADORA DE CÓDIGO DE BARRA**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

**FOTO # 20**  
**TRANSPORTACIÓN**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Proporcionada por el Sr Mehmet Onguen- Jefe de Exportaciones de Levent Kagit

### **1.1.7 Diferenciación del Producto.**

Para diferenciación del producto, se ha tomado como referencia papel bond, para los cuales definimos lo siguiente:

**TABLA # 2**

#### **DIFERENCIAS ENTRE TISSUE Y PAPEL BOND**

Items	Bond	Tissue
Resistente a la humedad	No	No
Resistente al agua	No	Si
Susceptible a imperfecciones	Si	No
Fácil utilización	Si	Si
Facilidad de corte	Si	Si
Variedad de colores	No	Si
Bajo costo	No	Si
Disponibilidad	No	Si
Garantía	Si	Si
Múltiples usos	No	Si
Utilización para decoraciones	No	Si
Contra fuego	No	No

Elaborado por: El Autor

Fuente: Wikipedia Enciclopedia libre Diferencias del Papel.

### **1.1.8 Análisis de la Marca.**

Levent Kagit es una marca de papel turca muy reconocida a nivel mundial. Ya que posee una alta tecnología de punta especializada.

Cuenta con un excelente personal, que brindan un buen servicio eficaz.

Su principal objetivo va encaminado a alcanzar el cumplimiento y responsabilidad..

Todos sus productos que ofrecen: Papel Tissue entre otros son de muy buena calidad y a un excelente precio, actualmente mantienen una posición fuerte en el mercado.

Proporcionan el más alto nivel de satisfacción del cliente, dándole confiabilidad y fiabilidad.

Cuentan con certificaciones de calidad ISO 9001-2008 y plantas propias para la producción de papel.



## 1.1.9 Certificaciones de Calidad.

### GRÁFICA # 1

### CERTIFICACIÓN ISO 9001-2008



Elaborado por: El Autor.

Fuente: Levent Kagit Sr Mehmet Onguen

## GRÁFICA # 2

### CERTIFICACIÓN DE CONFORMIDAD

	<b>ISEGA - Forschungs- und Untersuchungs-Gesellschaft mbH</b> Aschaffenburg
	2008 Accredited, Position 10082: Official Accreditation Reference No: Country: Germany Sector: 10082 / 10082 Telephone: +49 9381 40 95 00 Email: info@isega.de www.isega.de
	29 May 2012 Dr. Günter
<b>UNEDESKLICHKEITSERKLÄRUNG</b> CERTIFICATE OF CONFORMANCE CERTIFICAT DE CONFORMITAT	
<b>Hersteller:</b> Levent Kagit Sr Mehmet Onguen	<b>Produkt:</b> Recycled Pulp Based Levepe Super/Natural Napkin Tissue Paper
<b>Produkt:</b> Product: Produit	Recycled Pulp Based Levepe Super/Natural Napkin Tissue Paper
The product manufactured by the company mentioned above is a tissue grade which is used for the manufacture of napkins.	
It was examined by us according to the	
"Methoden zur Untersuchung von Papieren, Kartons und Pappen für Lebensmittelverpackungen", Stand 2008, entsprechend der Vorschrift Nr. 60.56 in der Amtlichen Sammlung von Untersuchungsverfahren nach § 64 des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuchs - LFGB.	
("Methods for testing papers and boards for food packaging", state of 2008, corresponding to the method no. 60.56 within the Official Collection of Test Methods according to § 64 of the Foodstuffs and Animal Feed Code - LFGB).	
Geschäftsführer: Dr. Ralph Derra · Handelsregister: Aschaffenburg HRB 3329	
- 2 -	
Die Veröffentlichung von Ergebnissen unserer Arbeiten und Gutachten sowie die Verwendung für Werbezwecke bedürfen - auch auszugsweise - unserer schriftlichen Genehmigung. Schreibwaren- und Papierfabrik Niederrhein	

Elaborado por: El Autor.

Fuente: Levent Kagit Sr Mehmet Onguen

## 1.2 APLICACIONES.

Utilizándose para limpiarse la boca y las manos durante la comida. Las servilletas se dejan sobre la mesa cerca de los platos, o en servilleteros, para que los comensales se sirvan.

Las servilletas o toallas de papel se emplean además como elementos higiénicos para secar superficies mojadas o húmedas, secar las manos mojadas, secar algunos alimentos, etc.

Actualmente existen muchos fabricantes de servilletas de papel por todo el mundo. Se fabrican de varias calidades, colores y tamaños. Siempre que hablamos de tamaños lo hacemos en centímetros y con la servilleta abierta.

Para conocer el tamaño que tiene la servilleta cerrada hay que dividirlo por la mitad.

Por ejemplo: una servilleta de 20x20 (tamaño abierta) medirá 10x10cm. Cuando se nos presente dentro de su envoltorio.

Los principales tamaños son los siguientes de menor a mayor:

20x20 suele utilizarse para cocteles y aperitivos. También se utiliza como portavasos por sus dimensiones. Ésta servilleta es la que más confusiones causa por su tamaño, ya que habitualmente se la confunde con la 40x40, ya que esta última plegada mide 20x20. Son servilletas completamente distintas y salta a la vista pues la de la servilleta 40x40 podríamos sacar 4 servilletas 20x20. Es muy recomendable hablar de tamaño abierto o cerrado para evitar confusiones. 24x24 es un tamaño poco utilizado en España. Otros países como Francia y Alemania usan esta en lugar de la 20x20. 30x30 normalmente se utiliza para comidas no muy grasientas como almuerzos y meriendas. 33x33 esta servilleta está más indicada para comidas de medio día por ser un tamaño estándar mediano. 40x40

este tamaño se utiliza mayoritariamente en cenas. Es una servilleta grande y suele tener mayor diversidad de colores y calidades que todas las demás.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Aplicaciones  
Fuente: [http://es.wikipedia.org/wiki/Servilleta\\_de\\_papel](http://es.wikipedia.org/wiki/Servilleta_de_papel)

## **CAPÍTULO 2**

### **CREACIÓN DE LA EMPRESA**

#### **2.1 LA EMPRESA**

Dentro de las definiciones de una empresa se encuentran un sin número de las que se ha escogido la siguiente: La empresa es una sociedad o unidad económica de producción conformada por dos o más personas, que combinan los recursos productivos, trabajo, capital y recursos naturales, para producir bienes y servicios que serán vendidos en el mercado.

Esta una empresa dedicada a las importaciones y comercialización nos ha conllevado a realizar una serie de indagaciones para adquirir el conocimiento Jurídico y que al mismo tiempo contemple un marco legal que este dentro de lo que mandan las Leyes Jurídicas Ecuatorianas.

Tipo de Sociedad de la empresa: Sociedad Anónima S.A

La Razón Social será: THUERKAUF S. A PAPEL

El Nombre Comercial será: THUERKAUF S.A IMPORTADORA DE PAPEL<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> La empresa

Fuente: [Fuente: www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml](http://www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml)

### **2.1.1 Logotipo**

#### **GRÁFICA # 3**

#### **LOGO**



Elaborado por: El Autor.

Fuente: El Autor

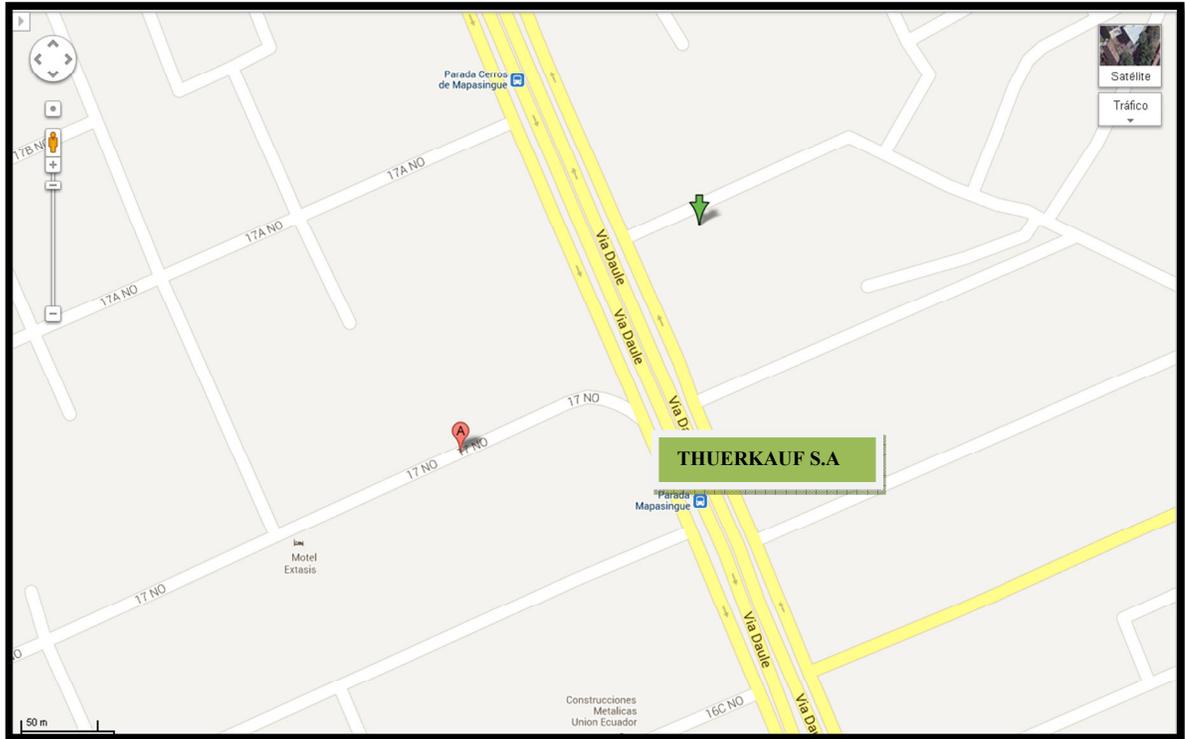
### **2.1.2 Ubicación Geográfica de la Empresa**

Detalle a continuación la ruta para llegar a la Empresa THUERKAUF S. A.

La dirección exacta es Km 10.5 Vía Daule Mz 404 Solar 03.

Se detalla además, el gráfico interno o plano estructural de la empresa.

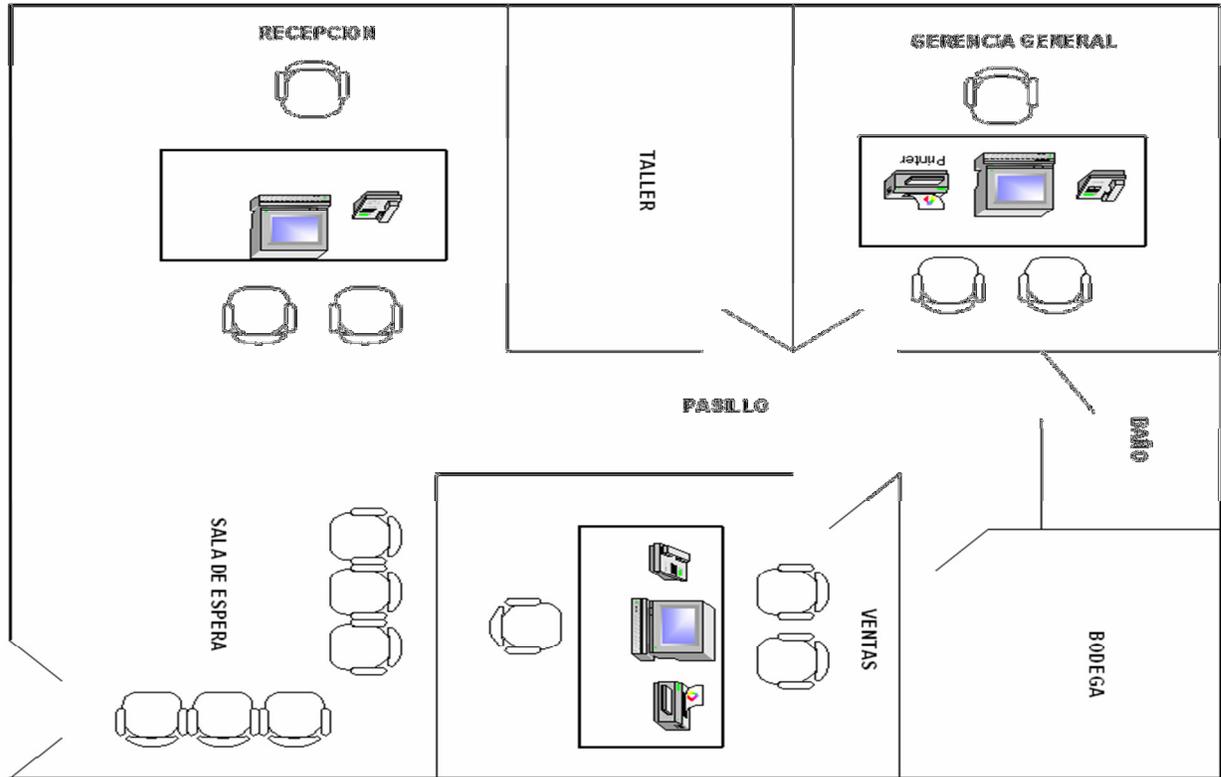
**GRÁFICA # 4**  
**UBICACIÓN DE LA EMPRESA**



Elaborado por: El Autor

Fuente: <http://maps.google.com.ec/maps?hl=es&tab=wl>

**GRÁFICA # 5**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA OFICINA**



Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

## **2.2 OBJETIVO GENERAL**

Captar el porcentaje más alto de consumidores de papel tissue y empresas dedicadas a la exportación de servilletas en todo el mercado ecuatoriano, empezando con la Costa.

### **2.2.1 Objetivos Específicos**

- Vender sobre pedido el papel para el sector servilletero.
- Analizar a la competencia y su posicionamiento.
- Maximizar la satisfacción del cliente.
- Contar con una planta que nos brinde la capacidad de almacenaje y poder así satisfacer toda nuestra demanda sin tomar el riesgo de disminuir su calidad, nivel de competencia y participación en el mercado.

### **2.2.2 Misión**

Lograr una capacidad de importación que satisfaga la demanda ecuatoriana bajo una planificación laboral y estratégica, y análisis permanente del sector servilletero y de los exportadores siempre respaldando los requerimientos con una orden de compra del cliente final y un porcentaje del pago mediante un depósito por adelantado. Brindando un servicio eficaz y ágil del pedido de nuestro cliente.

### **2.2.3 Visión**

Crece junto al mercado nacional y sus empresarios, siguiendo un plan de negocios acorde a las necesidades de cada sector.

## **2.2.4 FODA**

### **Fortalezas**

1. Sólida cadena de distribución mayorista para diferentes provincias del Ecuador.
2. Incremento en las ventas.
3. Buen manejo de los tiempos de tránsito desde Turquía hasta Ecuador.
4. Contamos con espacio físico para el almacenamiento de papel para satisfacer nuestra demanda.
5. Óptima calidad respecto a los productos que existen en el mercado, y variedad de uso.
6. Precios justos y acordes al mercado.
7. Contamos con certificación de calidad y garantías.

### **Oportunidades**

1. Bajos costos de producción, debido a economías de escala.
2. Creciente demanda de producto en países de Latinoamérica.
3. Conocimiento de mercado nacional e internacional permite expansión del negocio.
4. Buena relación con los proveedores.

### **Debilidades**

1. Sensibilidad de las ventas a los ciclos económicos.
2. Falta de una planificación documentada.
3. Bajo poder negociador con proveedores y clientes.
4. Falencias en el sistema.
5. Impuntualidad en los pagos de los créditos aprobados.

## **Amenazas**

1. Aumento de las tasas arancelarias.
2. La crisis económica en el país.
3. Posicionamiento de marcas internacionales.
4. Demora en la entrega por parte del proveedor en Turquía.
5. Competencia bien organizada y con más años de experiencia en el mercado ecuatoriano

## **2.3 ASPECTOS LEGALES**

### **Requisitos para la creación de empresa Sociedad Anónima**

Obtención de matrícula de comercio.

Cancelación de matrícula de comercio.

Constitución de compañías.

Elaboración de nombramiento e inscripción en registro mercantil.

Elaboración de renuncia e inscripción en registro mercantil.

Transferencia de acciones y notificación a la superintendencia de compañías.

Elaboración de acta de junta general, copia certificada del acta y lista de asistentes a la junta.

Emisión de título de acciones y talonario de acciones.

Elaboración de libro de acciones y accionistas.

Registro y renovación de marcas.

Registro de nombre comercial.

Búsqueda Fonética.

Obtención de certificados en registro mercantil y registro de la propiedad.<sup>27</sup>

### **2.3.1 Inscripción del Ruc y sus requisitos.**

Para proceder la inscripción del RUC se necesita los siguientes requisitos que detallamos a continuación:<sup>28</sup>

#### **GRÁFICA # 6**

#### **REQUISITOS PARA INSCRIPCIÓN DEL RUC**

SOCIEDADES BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS	SOCIEDADES BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS	SOCIEDADES CIVILES Y COMERCIALES	SOCIEDADES CIVILES DE HECHO, PATRIMONIOS INDEPENDIENTES O AUTONOMOS CON O SIN PERSONERIA JURIDICA, CONTRATO DE CUENTAS DE PARTICIPACION, CONSORCIO DE EMPRESAS (JOINT VENTURES), COMPAÑIA TENEDORA DE ACCIONES (HOLDING)	ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES SIN FINES DE LUCRO
Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal				
Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil		Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.	Copia del acuerdo ministerial o resolución en el que se aprueba la creación de la organización no gubernamental sin fin de lucro.
		Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.	Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.	Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE
Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Super. de Compañías	--	--	--	--
<b>Identificación del representante legal y gerente general:</b>				
* <b>Ecuatorianos</b> : copia de la cédula de identidad y presentar el certificado de votación del último proceso electoral.				
* <b>Extranjeros residentes</b> : copia de la cédula de identidad, si no tuvieran cédula presentan copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 10 vigente.				
* <b>Extranjeros no residentes</b> : copia del pasaporte con hojas de indentificación y tipo de visa 12 vigente.				
<b>Por inscripción o actualización tardía</b> , copia del formulario 106 en el que conste el pago de la multa				

Elaborado por: El Autor

Fuente:<http://www.sri.gob.ec>

<sup>27</sup> Aspectos Legales

Fuente: Ley de Compañías 2006

<sup>28</sup> Fuente: SRI – Requisitos para inscripción de RUC

**TABLA # 3**

**CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS**

<b>CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS</b>	
<b>PROCESO</b>	<b>ORGANISMO</b>
Aprobación de denominación	Superintendencia de Compañías
Cuenta I.C	Banco local
Aporte numerario	Banco local
Elaboración de escritura pública y anotaciones marginales	Notaría
Ingreso de la escritura pública	Superintendencia de Compañías
Aprobación de la escritura de constitución	Superintendencia de Compañías
Publicación	Diario
Inscripción	Registro Mercantil
Inscripción del nombramiento Gerente (5 hojas)	Registro Mercantil (de las 5 hojas el R.M. Se queda con 4)
Inscripción del nombramiento Presidente (5 hojas)	Registro Mercantil (de las 5 hojas el R.M. Se queda con 4)
Obtención del número del registro	Superintendencia de Compañías
Movilización	Gastos Administrativos

Elaborado por: El Autor

Fuente: <http://www.punteasociados.com/constitucion-empresas-ecuador.html>

### **2.3.2 Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral (Solicitud de clave para empleador)**

#### **Requisitos para claves de compañías**

Solicitud de clave firmada (se obtiene de [www.iess.gov.ec](http://www.iess.gov.ec)).

Empleadores - actualización de datos del registro patronal).

Copia del RUC.

Copia a colores de cédula de identidad del representante legal.

Copia de certificado de votación o censo en caso de ser extranjero.

Copia del nombramiento del representante legal.

Copia de resolución de la superintendencia de compañía.

Copia de planilla de servicio básico a nombre de la empresa.

Representante legal, de estar a nombre de otra persona.

Presentar carta aclaratoria o contrato de arrendamiento legalizado.

Última planilla de aportes cancelada en el caso de tener número patronal en el sistema anterior.

Copia a colores de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona autorizada a retirar la clave.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Requisitos patronal en el sistema de historia laboral  
Fuente: <http://www.iess.gov.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>

### **2.3.3 Obtención de Permisos.**

#### **Facturación**

Una vez obtenido el Ruc, la persona natural o jurídica está en la obligación de solicitar al SRI, la autorización para la emisión de comprobantes de venta.<sup>30</sup>

**TABLA # 4**

#### **PERMISOS**

<b>REQUISITOS</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>LUGAR</b>
1. Estar al día en obligaciones tributarias	Doce meses, contados a partir de la fecha de Autorización.	www.sri.gov.ec. Establecimientos gráficos Autorizados

Elaborado por: El Autor

Fuente: <http://www.puenteasociados.com/constitucion-empresas-ecuador.html>

### **2.3.4 Certificado de Seguridad del Cuerpo de Bomberos**

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y número de extintores dependerá de las dimensiones del local.

---

<sup>30</sup> Obtención de Permisos

Fuente: <http://www.puenteasociados.com/constitucion-empresas-ecuador.html>

**TABLA # 5**

**CERTIFICADO DEL B. CUERPO DE BOMBEROS**

<b>REQUISITOS</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>LUGAR</b>
1.- Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente. 2.- Fotocopia nítida del RUC actualizado. 3.- Carta de autorización a favor de quien realiza trámite. 4.- Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite. 5.- Nombramiento del representante legal si es compañía. 6.- Original y copia de la calificación artesanal 6.- Señalar dimensiones del local.	Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.	Ventanilla del Cuerpo de Bomberos ubicada en la Cámara de Comercio de Guayaquil

Elaborado por: El Autor

Fuente:<http://www.puenteasociados.com/constitucion-empresas-ecuador.html>

**2.3.5 Tasa de habitación de locales comerciales, industriales y de servicios**

Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Guayaquil.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Tasa de habitación de locales comerciales, industriales y de servicios  
Fuente :<http://www.puenteasociados.com/constitucion-empresas-ecuador.html>

**TABLA # 6**

**TASA DE HABILITACIÓN DE LOCALES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS**

<b>REQUISITOS</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>LUGAR</b>
1.- Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación 2.- Llenar formulario de Tasa de Habilitación. 3.- Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo). 4.- Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar 5.- Copia del RUC actualizado. 6.- Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite. 7.- Autorización a favor de quien realiza el trámite. 8.- Croquis del lugar donde está ubicado el negocio 9.- Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución,	Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.	Ventanilla del Municipio de Guayaquil ubicada en la Cámara de Comercio de Guayaquil.

**2.3.6 Declaración de Impuestos**

Toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos, según las fechas señaladas por la entidad tributaria.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Declaración de Impuestos  
Fuente: <http://www.sri.gob.ec>

**TABLA # 7**

**DECLARACIÓN DE IMPUESTOS**

<b>IMPUESTO</b>	<b>FORMULARIO</b>	<b>OBLIGACIÓN</b>
IMPUESTO A LA RENTA Sociedades	101	Anual
Retenciones en la Fuente	103	Mensual Conforme el noveno dígito del RUC
IVA	104	Mensual. Conforme el noveno dígito del RUC
Anticipo del impuesto a la Renta P. Naturales obligadas a llevar contabilidad y P. Jurídicas	115	Julio y Septiembre
Anexo Transaccional Simplificado	-	Mensual Conforme el noveno dígito del RUC

Elaborado por: El Autor

Fuente: <http://www.sri.gob.ec>

#### **2.4 ESTRUCTURA ORGÁNICA**

Básicamente la administración implica el desarrollo de las funciones y actividades de los administradores del proyecto.

Dentro de estas funciones se considera contar con la presidencia, quien es el representante legal de la empresa, es un Ingeniero en Negocios Internacionales, así mismo contaremos con la Gerencia General que como tal es la persona a cargo del proyecto en todos sus aspectos y el cual traza las directrices básicas dentro de la organización.

Para cumplir con las diferentes actividades que demanda el proyecto cuenta con el apoyo de su personal, los cuales cumplen con la función de dirigir los aspectos operativos de sus respectivas áreas asignadas.

De acuerdo a este nivel de dirección las áreas de trabajo son las siguientes: Departamento de Importaciones, Departamento Financiero y Departamentos de Ventas.<sup>33</sup>

### **2.4.1 Organigrama de la Empresa**

Detallamos a continuación el organigrama de la Empresa THUERKAUF S.A y sus colaboradores.



Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

---

<sup>33</sup> Fuente: BUENO CAMPOS, E.: Organización de Empresas. Estructura, procesos y modelos. Pirámide. Madrid. 1996.

## **2.4.2 Manual de Funciones**

	<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>
	<b>RECURSOS HUMANOS</b>
	<b>GERENTE GENERAL</b>
	<b>GERENCIA GENERAL</b>

**CARGO:** PRESIDENTE

**DEPARTAMENTO** GERENCIA GENERAL

**REPORTA A:** N/A

**DELEGACIÓN EN CASO**

**DE AUSENCIA:** GERENCIA GENERAL

**LUGAR DE TRABAJO:** OFICINAS ADMINISTRATIVAS

**DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:**

- Definición, planificación y aprobación de políticas, manual de procedimientos que cada jefe de área sea responsable de hacer cumplir a sus supervisores y garantizando la calidad de producto y servicio ofrecido en la misma con el fin de satisfacer las expectativas de clientes internos y externos.
- Supervisar y controlar las actividades del personal a su cargo.
- Supervisar los montos, precios de venta y la relación directa con los clientes.
- Revisar los precios de la competencia y su inherencia en los precios o estrategias.
- Contactar directamente a los clientes en caso de ser necesario.
- Atender directamente a clientes en caso de ser necesario.

- Atender reclamos o requerimientos de los clientes cuando compete a la Gerencia General.
- Supervisar y aprobar la adquisición de los recursos materiales para la empresa.
- Aprobar la contratación de personal y realizar entrevistas a los candidatos, en caso de ser necesario.
- Supervisa los reclamos al seguro y su documentación.
- Revisar y aprobar la selección de contratistas para a realización de obras, prestación de servicios etc.<sup>34</sup>

#### **NIVEL DE AUTORIDAD**

- Autoridad sobre toda la organización.

---

<sup>34</sup> Fuente: El Autor

	<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>
	<b>RECURSOS HUMANOS</b>
	<b>GERENTE GENERAL</b>
	<b>GERENCIA GENERAL</b>

**CARGO:** GERENTE GENERAL

**DEPARTAMENTO** GERENCIA GENERAL

**REPORTA A:** PRESIDENCIA

**DELEGACIÓN EN CASO**

**DE AUSENCIA:** PRESIDENCIA

**LUGAR DE TRABAJO:** OFICINAS ADMINISTRATIVAS

**DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES**

- Revisar el tarifario y los niveles de sueldos y salarios.
- Supervisar el avance del sistema de gestión de calidad.
- Revisar y firmar las transacciones y pagos diarios
- Controlar la adecuada administración de las cuentas por cobrar y contactar a los clientes en los casos de mayor complejidad.
- Controlar junto con el contador la disponibilidad de fondos y el flujo de caja.
- Coordinar y autorizar la emisión diaria de cheques y documentación en general.
- Revisar y presentar el presupuesto anual de la empresa a la presidencia.
- Revisar el control presupuestario de la empresa.
- Revisar y presentar el reporte de resultados a la presidencia.

- Aprobar y autorizar los comprobantes de diario, comprobantes de egreso y facturas de ventas.
- Mantener comunicación permanente con las instituciones financieras.
- Efectuar el análisis de la rentabilidad del producto.
- Revisión de precios.
- Efectuar el análisis de punto de equilibrio.
- Aprobar la documentación de declaración del Impuesto al Valor Agregado.
- Autorizar el proceso de toma física de inventarios.
- Participar en las reuniones de la unidad financiera.
- Coordinar actividades para las auditorías internas.
- Hacer el seguimiento a los reclamos efectuados a las compañías de seguro.
- Realizar el cálculo de los costos de producción de fórmulas compuestas por el cliente
- Supervisar y controlar que todas las propiedades de la empresa se encuentren debidamente aseguradas.
- Efectuar el análisis y seguimiento de las cuentas por cobra de la empresa.
- Efectuar la revisión y control de los ingresos diarios, saldos bancarios, cierre de caja y cierre de operaciones.
- Efectuar la revisión y el control de las cuentas por pagar.
- Revisar y controlar el flujo de caja de la agencia naviera del grupo.
- Aprobar los flujos de caja.
- Efectuar análisis y control presupuestario.
- Elaborar y presentar el presupuesto anual de la compañía.
- Analizar, interpretar y aprobar los Estados Financieros emitidos en el departamento.
- Autorizar y revisar los informes para Comisario de Superintendencia de Compañías.

- Definir la política y objetivos de calidad.
- Aprobar los Manuales de: Calidad, Perfiles, Funciones y responsabilidades de puestos de trabajo y formatos e informes.
- Aprobar las actividades, procesos, procedimientos técnicos, instrucciones de trabajo y en caso de ser necesario, los planes de calidad.
- Organizar la estructura funcional de la empresa.
- Designar al representante de la dirección/ gerencia en materia de calidad.
- Decidir la disposición del material no conforme.
- Establecer acciones correctoras.
- Dotar a la organización de los recursos necesarios.
- Planificar, decidir y controlar las actividades de la organización apoyando personalmente los responsable de los departamentos cuando la importancia del asunto lo requiera.

#### **NIVEL DE AUTORIDAD**

- Autoridad sobre toda la organización<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Fuente: El Autor

	<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>
	<b>RECURSOS HUMANOS</b>
	<b>CONTADOR GENERAL</b>
	<b>CONTABILIDAD</b>

**CARGO:** CONTADOR GENERAL

**DEPARTAMENTO** CONTABILIDAD

**REPORTA A:** GERENCIA GENERAL

**DELEGACIÓN EN CASO**

**DE AUSENCIA:** N/A

**LUGAR DE TRABAJO:** OFICINAS ADMINISTRATIVAS

**DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES**

- Controlar y supervisar de las operaciones y procedimientos contables de la empresa.
- Recopilación y análisis contables de acuerdo con las normas y procedimientos establecidos por la gerencia general y los principios de contabilidad generalmente aceptados.
- Preparar los estados financieros y otros informes.
- Planeación y coordinación de la toma física de inventarios.
- Elaborar y preparar reportes para el Servicio de Rentas Internas.
- Realizar las declaraciones de Impuesto al Valor Agregado, Retenciones en la Fuente y retenciones de IVA e Impuestos a la renta.
- Enviar y recibir comunicaciones y documentos como: estados de cuenta, memos, correos, etc. aprobadas por Gerencia General.

- Efectuar la revisión de comprobantes de diario como: notas de crédito, debito, ajustes, provisiones, reversiones, solicitudes de pago etc.
- Supervisar las conciliaciones bancarias y saldos contables.
- Efectuar la documentación de todas las áreas previo cierre de ejercicio contable
- Revisar y supervisar la elaboración de los kárdex de inventarios.
- Efectuar el control del inventario físico de repuestos y materiales.
- Efectuar el ajuste de inventarios.
- Preparar información requerida por los fiscalizadores.
- Firmar los balances y estados financieros de las compañías.
- Efectuar el análisis y control de las cuentas: anticipos a proveedores, deudores varios, pagos y reclamos de seguros , importaciones de tránsito, liquidación de importaciones, anticipos de contratos, activos fijos, préstamos bancarios de corto plazo y largo plazo, proveedores y demás cuentas del balance

### **NIVEL DE AUTORIDAD**

- Autoridad sobre el área contable<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Fuente: El Autor

	<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>
	<b>RECURSOS HUMANOS</b>
	<b>EJECUTIVO DE VENTA</b>
	<b>(VENTAS)</b>

**CARGO:** EJECUTIVO DE VENTAS

**DEPARTAMENTO :** VENTAS

**REPORTA A:** GERENTE GENERAL

**DELEGACIÓN EN CASO**

**DE AUSENCIA:** N/A

**LUGAR DE TRABAJO:** OFICINAS ADMINISTRATIVAS Y VISITAS A LOS

CLIENTES FUERA DE LA COMPAÑÍA

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

- Responsable del mercadeo y venta de los productos que ofrece la empresa.
- Recibir comunicaciones referentes a instrucciones, aprobaciones, cambio de precios por parte de gerencia general.
- Verificar los estudios a la competencia relacionadas con precios.
- Realizar visitas o contactar telefónicamente a distribuidores y clientes de la ciudad o zonas cercanas para ofrecer nuestro producto.
- Enviar cotizaciones solicitadas por los diferentes clientes.
- Efectuar la revisión de la lista de precios previo a su aplicación.
- Captación de nuevos clientes.

- Comunicar a los clientes cuanta información sea de su interés y solicitarles la que se considere necesaria.
- Solicitar muestras del producto terminado.
- Llenar la hoja técnica para la elaboración de la nota de pedido del cliente.
- Entregar los clisés del producto que será elaborado al cliente.
- Realizar el servicio post venta a los clientes.
- Resumen de las ventas por producto.
- Resumen del costo de venta por producto.
- Anexos de los inventarios de materia prima y producto terminado.
- Resumen de los saldos de inventario.

#### **NIVEL DE AUTORIDAD**

- No aplica nivel de autoridad.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Fuente: El Autor

	<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>
	<b>RECURSOS HUMANOS</b>
	<b>BODEGA Y DESPACHO</b>
	<b>BODEGUERO</b>

**CARGO:** BODEGUERO

**DEPARTAMENTO** BODEGA Y DESPACHO

**REPORTA A:** ENCARGADO DE BODEGA Y DESPACHO

**DELEGACIÓN EN CASO**

**DE AUSENCIA:** GERENTE GENERAL

**LUGAR DE TRABAJO:** OFICINAS ADMINISTRATIVAS

**DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES**

- Planificar, controlar y dirigir el despacho y entrega del producto terminado a los clientes, y entregar a los clientes el producto terminado.
- Revisar y aprobar el informe de selección, y entrega de facturas de los clientes.
- Cuidar y dar mantenimiento al vehículo de la empresa.
- Retirar cualquier producto o material que la empresa solicite.

**NIVEL DE AUTORIDAD**

- No aplica en el cargo un nivel de autoridad<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Fuente: El Autor

	<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</b>
	<b>RECURSOS HUMANOS</b>
	<b>IMPORTACIONES</b>
	<b>ASISTENTE</b>

**CARGO:** ASISTENTE DE IMPORTACIONES

**DEPARTAMENTO** IMPORTACIONES

**REPORTA A:** GERENCIA

**DELEGACIÓN EN CASO**

**DE AUSENCIA:** GERENCIA GENERAL

**LUGAR DE TRABAJO:** OFICINAS ADMINISTRATIVAS

**DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES**

- Revisar la documentación de las carpetas de pedido para la realización de la liquidación final.
- Vigilar y controlar la contabilización de las facturas de pedidos stock de proveedores del exterior, agentes de carga internacional y transportistas nacionales.
- Realizar pre liquidación de la mercancía para calcular el costo aproximado de la importación y el porcentaje de ganancia.
- Realizar trazabilidad del pedido para verificar los tiempos de nacionalización.
- Realizar la liquidación de la mercancía para poder ingresarla al inventario por medio de la entrada por importación y así finalmente podérsela facturar al cliente.
- Tramitar ante tesorería el pago de impuestos aduaneros de cada carga en puerto
- Entregar a tiempo de las facturas y carpetas de pedido al área de contabilidad.

- Coordinar todos los procesos logísticos de los pedidos stock que se pongan en firme.
- Las demás funciones asignadas por el jefe inmediato.

### **NIVEL DE AUTORIDAD**

- No aplica en el cargo un nivel de autoridad<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Fuente: El Autor

## CAPÍTULO 3

### ESTUDIO DE MERCADO

#### **3.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

THUERKAUF S.A dirige sus servicios a empresas mayoristas especializadas en la compra de papel tissue para la fabricación de servilletas a niveles nacionales y dedicados a satisfacer las exigencias más especiales del consumidor final.

Nuestro producto inicialmente va dirigido a las ciudades de: Guayaquil, Quito y Cuenca.

Las siguientes variables son las que hemos tomado en cuenta para segmentar nuestro mercado:

#### **Variables Geográficas**

Región.- En lo que respecta a región tenemos:

Costa.- Guayaquil: Productos dirigidos a servilleteros e importadores construcción porque nuestro mercado es clase media-alta; pudiente.

Sierra.- Proveedores dedicados a la compra y venta de materia prima.

#### **Variables Demográficas**

En esta variable analizaremos la característica que deben tener nuestros clientes.

Edad.- El rango debe estar comprendido entre 22 a 70 años ya que no existe límite de edad para hacer negocios.

Sexo.- Los productos van dirigidos para hombres y mujeres.

Educación.- Existirán parámetros para esta variable ya que para poder cerrar un negocio se necesita un nivel de educación en la que se pueda satisfacer al cliente brindado un trato elegante y formal.

Ocupación.- Va dirigida más a proveedores o empresas dedicadas a la exportación e importación.

### **Variables Psicográficas**

Clase social.- Como comercializamos una marca original e internacional y de muy buena calidad va dirigida a la clase social media-alta, pudiente.

Estilo de Vida.- Será una empresa importadora de papel tissue dirigida a las personas dedicadas a la compra y venta de papel para así comercializar nuestro producto.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Segmentación de mercado

Fuente: Principios de mercadeo / Alberto Céspedes Sáenz. -- 5a ed. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2008. 407 p. : il. ; 24 cm.

1. Marketing 2. Segmentación del mercado  
658.8 C48

### **3.1.1 Análisis del Mercado de proveedores.**

Vamos a tomar como referencia las compañías Tecmar International de Origen Canadiense y Arius Recursos de Origen Ruso.

Si bien es cierto son empresas que buscan ser líderes en rentabilidad a largo plazo en Latinoamérica en la industria de papel.

La propuesta de valor es ser una marca confiable, cercana a todos sus públicos, anticipándose a las necesidades de los mercados por medio de la innovación en productos y servicios, y operando en forma responsable con la sociedad y el medio ambiente.

Para la producción de papel tissue, la empresa Levent Kagit cuenta con 11 complejos industriales en Turquía, todos los cuales cuentan con la certificación ISO 9.001.2008, todo el papel de Arius Resources poseen la certificación europea E1 de baja emisión de formaldehído.

En su negocio Arius Resources cuenta con molinos de Canadá, Brasil, Rusia, India, China.

Esta empresa no está activa en los Mercados de Canadá y estados unidos, América Central, América del Sur, Medio Oriente, Europa.

Este patrimonio de molinos juega un rol clave en la propuesta de valor de Arius Resources, ya que permite asegurar el suministro de papel en el largo plazo acorde a la estrategia de crecimiento del negocio en los países donde está presente.

Se plantean como una marca confiable y cercana a todos sus públicos de interés. Lo anterior se traduce en relaciones estrechas con sus clientes, conociendo y atendiendo sus necesidades y ofreciéndoles soluciones innovadoras en cuanto a productos y procesos, así

como en diálogos constantes con sus otros públicos, de manera de conocer sus inquietudes y generar impactos positivos en todos los lugares donde la empresa opera. <sup>41</sup>

## **CUADRO COMPARATIVO**

### **“THUEKAUF S.A”**

En el siguiente cuadro comparativo podemos hacer la comparación entre el mercado de proveedores y nuestro proveedor de papel tissue en Turquía para poder analizar las ventajas que tenemos a nuestro favor.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Análisis del Mercado de proveedores  
Fuente: Información proporcionada por los proveedores

**TABLA # 8**

**CUADRO COMPARATIVO**

<b>CARACTERISTICAS</b>	<b>ARIUS RESOURCES</b>	<b>TECMAR INC</b>	<b>LEVENT KAGIT (TURKEY)</b>
<b>SITIO WEB</b>	Si	Si	Si
<b>DIRECCIÓN WEB</b>	www.ariusresources.com.ec	www.tecmarintl.com	www.leventkagit.com.tr/
<b>CATÁLOGOS DE PRODUCTOS</b>	Si	No	Si
<b>PEDIDOS ON-LINE</b>	No ofrecen	No ofrecen	Si ofrecen
<b>PRECIO</b>	Más caro	Más caro	Mas económico
<b>VARIEDAD</b>	Un solo color	Un solo color	Varios colores
<b>CONSULTAS Y SUGERENCIAS ON LINE</b>	No ofrecen	No ofrecen	Si ofrecen
<b>TRANSPOTACIÓN</b>	No cuentan con transporte propio	No cuentan con transporte propio	Si cuentan con transportación
<b>NOTICIAS DEL DÍA (PROMOCIONES, OFERTAS)</b>	No ofrecen	No ofrecen	No ofrecen

Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los proveedores.

**3.1.2. Análisis del Sector Servilletero.**

Respecto a la producción nacional se puede mencionar que el Ecuador muestra un crecimiento constante a lo largo de los años es así que hoy en día existe un mayor número de empresas que se dedican a la comercialización del papel servilleta y sus derivados. Las principales empresas que se han creado en el Ecuador, a lo largo de la historia de la industria manufacturera son las siguientes:<sup>43</sup>

<sup>43</sup> Análisis del Sector Servilletero  
Fuente: Banco Central del Ecuador

### **3.1.3 Análisis de la Competencia**

Para tener un enfoque más amplio sobre la importación y comercialización del papel tissue es necesario conocer a la competencia local, de la mejor manera posible, en cuanto a precios, calidad, servicios, Políticas de ventas, variedad y ubicación geográfica, que les permitan a los consumidores la fácil adquisición de estos productos.

Mediante la investigación de campo se determino que las principales empresas que lideran este mercado son: Productos Tissue del Ecuador (PROTISA) entre otras, básicamente por que el tipo de papel que requieren los clientes no es producida en el país los requerimientos de calidad y volumen.

En la siguiente tabla podemos visualizar la participación que tienen en el mercado nuestra competencia actual: Productos Tissue del Ecuador S.A refleja el 38.10%, Absorpelsa S.A el 24.70%, Papelera del Pacífico S.A el 22.50%, y Globex Trading S.A el 14.70%.

**TABLA # 9**

#### **PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO**

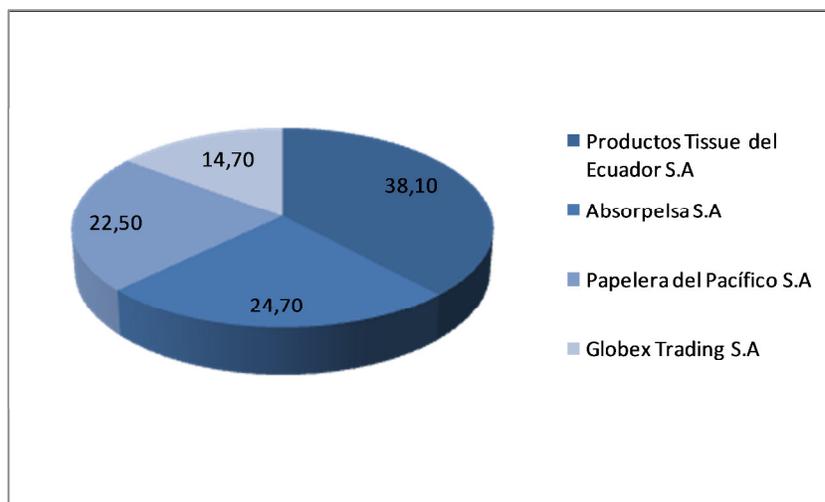
<b>Empresa</b>	<b>Estadísticas</b>
Productos Tissue del Ecuador S.A	38,10
Absorpelsa S.A	24,70
Papelera del Pacífico S.A	22,50
Globex Trading S.A	14,70

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de Campo.

## GRÁFICA # 8

### PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de Campo.

#### **3.1.4 Análisis del Posicionamiento**

El mercado servilletero ecuatoriano, se encuentra actualmente en crecimiento y expansión. Por ello, nuestra empresa carece de todo el conocimiento para poder llegar al consumidor final, ya que ha alcanzado consolidar las preferencias y fidelidad de los consumidores en relación a la marca.

Por esta razón, la industria manufacturera aumenta los márgenes de rentabilidad, llegando a ofrecer un buen producto, y así venderlo a un precio razonable que el consumidor esté dispuesto a pagar. Con la experiencia adquirida en el manejo de importaciones conocemos el mercado servilletero y aspiramos posesionarnos del mercado ecuatoriano vendiendo mensualmente 49 bobinas de papel.

El posicionamiento define la forma en que la marca o la empresa desean ser percibida por el comprador objetivo. Se puede definir el posicionamiento como: “La concepción de un producto y de su imagen con el objeto de imprimir, en el espíritu del comprador, un lugar apreciado y diferente del que ocupa la competencia”<sup>44</sup>

### **3.1.5. Estrategia de Posicionamiento**

El posicionamiento que vamos a adoptar en el segmento al que está dirigido se basará en las ventajas que ofrece la comercialización ofreciéndole un mayor confort al momento de la compra de nuestro producto al consumidor final; la forma en que se logrará este objetivo será con la introducción a las principales empresas servilleteras conocidas mostrándole todos los beneficios que ofrece nuestro producto, los cuales son: excelente y cómoda infraestructura, atención de calidad y sobre todo seguridad.

Nuestras estrategias que utilizaremos son:

- Competencia de precio, en algunos productos, pero no dejándole precio por debajo del costo para poder generar un poco de utilidad.
- En ciertos productos a los cuales no se le puede implantar esta estrategia utilizaremos la competencia ajena al precio en la cual esta nos permitirá competir con otros aspectos como servicio post venta y productos de calidad.
- Captaremos nuevos clientes, poniéndonos metas mensuales para aumentar el portafolio de clientes y así tener mayor cobertura en este segmento de mercado.

---

<sup>44</sup> JACQUES LAMBIN Jean, Marketing Estratégico, 4ta Edición, Prentice Hall

**TABLA # 10**

**EMPRESAS SERVILLETERAS EN ECUADOR.**

<b>NOMBRE</b>	<b>TIPO DE EMPRESA</b>	<b>UBICACIÓN</b>
KIMBERLY CLARK/LA REFORMA	Convertidora e importadora	Pichincha, Guayas
CONVERSA	Convertidora e importadora	Cuenca
ELITE	Convertidora	Pichincha
PROHIGIE	Convertidora	Pichincha
ANDINA/PYDACO	Convertidora e importadora	Guayas
FAMILIA	Convertidora	Pichincha
SOFT	Convertidora	Guayas
INCASA	Convertidora e importadora	Pichincha
ECUAPEL	Productora, convertidora	Guayas

Elaborado por: El Autor

Fuente: Banco Central del Ecuador.

**3.1.6 Importaciones en el Ecuador**

Durante el año 2012, las importaciones totales en valor FOB, alcanzaron USD 24,017.7 millones, y un nivel superior en USD 1,071.9 millones a las compras externas realizadas en el año 2011 (USD 22,945.8 millones), dicho monto representó un crecimiento en valor FOB de 4.7%. De acuerdo a la Clasificación Económica de los Productos por Uso o Destino Económico (CUODE), en el cuadro se aprecia que al comparar los períodos de enero - diciembre de 2011 y 2012, en valor FOB, todos los grupos de productos crecieron porcentualmente en el siguiente orden:

Bienes de Capital (9.8%), Combustibles y Lubricantes (7%), Productos Diversos (3.7%), Bienes de Consumo (1.7%); y, Materias Primas (0.8%).

En cuanto a volúmenes las importaciones por grupos, aumentaron: los Bienes de Capital (2.3%) y los Combustibles y Lubricantes (1.1%); mientras que disminuyeron: los Productos Diversos (-14%), los Bienes de Consumo (-7.9%).

las Materias Primas (-2.4%). Respecto a la evolución de los precios, se observa un incremento en todos los grupos de importaciones: Productos Diversos (20.5%), Bienes de Consumo (10.5%), Bienes de Capital (7.3%); Combustibles y Lubricantes (5.8%); y, Materias Primas (3.4%).

La participación en el total de los bienes importados por CUODE, en valores FOB durante el período enero – diciembre de 2012, fue la siguiente: Materias Primas (30.4%); Bienes de Capital (26.7%); Combustibles y Lubricantes (22.7%); Bienes de Consumo (20.1%); y, Productos Diversos (0.2%).

En volumen fue: Materias Primas (51.6%); Combustibles y Lubricantes (37.2%); Bienes de Consumo (7.4%); Bienes de Capital (3.8%); y, Productos Diversos (0.03%).<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Importaciones en el Ecuador

Fuente:

<http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201302.pdf>

GRÁFICA # 9

IMPORTACIONES EN EL ECUADOR

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

IMPORTACIONES\*

Toneladas métricas y valor USD FOB (en miles)

	Ene - Dic 2009				Ene - Dic 2010				Ene - Dic 2011				Ene - Dic 2012				Variación 2012 - 2011					
	a		b/a		b/a		Participación		a		b/a		Participación		a		b/a		Participación		Valor	
	Vol.	Valor USD FOB	Vol.	Valor USD FOB	Vol.	Valor USD FOB	Vol.	Valor USD FOB	Vol.	Valor USD FOB	Vol.	Valor USD FOB	Vol.	Valor USD FOB	Vol.	Valor USD FOB	Vol.	Valor USD FOB	Vol.	Valor USD FOB	Vol.	Valor USD FOB
<b>Totales</b>	11,367	14,071,455	1,238	100.0%	100.0%	13,716	19,278,714	1,406	100.0%	100.0%	14,474	22,945,807	1,585	100.0%	100.0%	14,267	24,017,740	1,684	100.0%	100.0%		
Bienes de Consumo	922	3,094,035	3,356	8.1%	22.0%	1,052	4,116,470	3,913	7.7%	21.4%	1,144	4,742,920	4,145	7.9%	20.7%	1,053	4,825,738	4,582	7.4%	20.1%	-7.9%	1.7%
No duradero	734	1,892,040	2,579	6.5%	13.4%	784	2,248,440	2,867	5.7%	11.7%	853	2,731,360	3,201	5.9%	11.9%	778	2,801,800	3,600	5.5%	11.7%	-8.8%	2.6%
Duradero	188	1,201,995	6,389	1.7%	8.5%	268	1,868,030	6,976	2.0%	9.7%	291	2,011,560	6,916	2.0%	8.8%	275	2,023,938	7,360	1.9%	8.4%	-5.5%	0.6%
Materias Primas	5,812	4,669,806	804	51.1%	33.2%	6,517	5,914,771	908	47.5%	30.7%	7,549	7,231,015	958	52.2%	31.5%	7,365	7,291,054	990	51.6%	30.4%	-2.44%	0.8%
Para la agricultura	1,143	615,232	538	10.1%	4.4%	1,379	760,514	552	10.1%	3.9%	1,527	931,374	610	10.5%	4.1%	1,414	982,144	694	9.9%	4.1%	-7.4%	5.5%
Para la industria	3,559	3,552,469	998	31.3%	25.2%	4,394	4,620,627	1,051	32.0%	24.0%	4,549	5,522,367	1,214	31.4%	24.1%	4,363	5,431,308	1,245	30.6%	22.6%	-4.1%	-1.6%
Materiales de construcción	1,109	502,104	453	9.8%	3.6%	744	533,630	717	5.4%	2.8%	1,474	777,274	527	10.2%	3.4%	1,588	877,603	553	11.1%	3.7%	7.8%	12.9%
Bienes de Capital	398	3,926,591	9,868	3.5%	27.9%	497	5,129,089	10,329	3.6%	26.6%	531	5,844,619	11,016	3.7%	25.5%	543	6,417,605	11,822	3.8%	26.7%	2.3%	9.8%
Para la agricultura	16	90,060	5,614	0.1%	0.6%	13	85,565	6,455	0.1%	0.4%	14	101,233	7,166	0.1%	0.4%	15	114,049	7,490	0.1%	0.5%	7.8%	12.7%
Para la industria	206	2,626,869	12,755	1.8%	18.7%	232	3,387,346	14,593	1.7%	17.6%	272	4,036,236	14,830	1.9%	17.6%	295	4,444,367	15,053	2.1%	18.5%	8.5%	10.1%
Equipos de Transporte	176	1,209,662	6,876	1.5%	8.6%	251	1,656,179	6,594	1.8%	8.6%	244	1,707,151	6,988	1.7%	7.4%	232	1,859,188	8,000	1.6%	7.7%	-4.9%	8.9%
Combustibles y Lubricantes	4,227	2,338,309	553	37.2%	16.6%	5,639	4,042,823	717	41.1%	21.0%	5,245	5,086,539	970	36.2%	22.2%	5,301	5,441,136	1,026	37.2%	22.7%	1.1%	7.0%
Diversos	8.8	42,715	4,881	0.1%	0.3%	11.9	75,560	6,342	0.1%	0.4%	5.1	40,713	8,034	0.0%	0.2%	4.4	42,207	9,682	0.03%	0.2%	-14.0%	3.7%

Elaborado por: El Autor

Fuente: Banco Central del Ecuador.

### **3.1.7 Análisis del Mercado Ecuatoriano**

En el siguiente cuadro se podrá visualizar las ventas mensuales según nuestra investigación realizada de nuestros futuros clientes.<sup>46</sup>

**TABLA # 11**

#### **VENTAS MENSUALES DEL MERCADO ECUATORIANO.**

<b>Empresa</b>	<b>Ventas</b>
Grupo Cartopel	126.752,72
Zaimella del Ecuador S.A	54.162,56
Proveedora Andina de Papel	5.179,16
Productos Familia Sancela del Ecuador	120.500,30
Papelera Nacional S.A	81.807,08
Otello & Fabell	45.945,69
Novopan del Ecuador	87.340,69
Kimberly Clark	21.432,16
Industrias Unidas	5.468,25
Industrias Omega	9.500,29
Industria Cartonera Ecuatoriana	42.716,41
Grupasa Grupo Papelero	105.199,58
Fábrica de Papel Higiénico del Valle Favallo	5.840,97
Empaques del Sur ESURSA	30.339,11
Corrugadora Nacional CRANSA	31.461,59
Conversa Convertidora de Papel	5.792,63
Aglomerados Cotopaxi	48.950,52

Elaborado por: El Autor

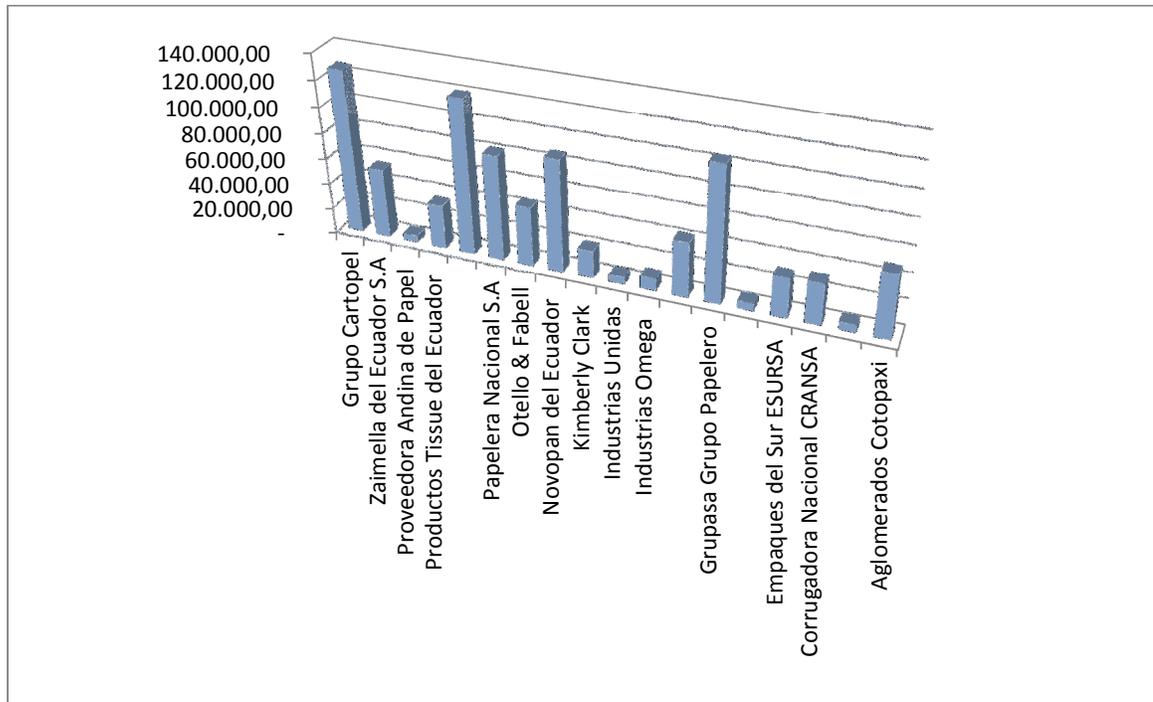
Fuente: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/>

---

<sup>46</sup> Análisis del Mercado Ecuatoriano  
Fuente: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/>

## GRÁFICA # 10

### VENTAS MENSUALES DEL MERCADO ECUATORIANO



Elaborado por: El Autor

Fuente: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/>

### 3.2 ANÁLISIS DEL CRECIMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS O NEGOCIOS

Las ciudades que inicialmente se ha tomado en consideración para que sean punto de distribución, son Guayas, Quito y Cuenca. Estos son puntos estratégicos para empezar, tomando en consideración el costo-beneficio para cada punto. Cabe recalcar que también se ha considerado un FODA para cada punto mencionado.<sup>47</sup>

<sup>47</sup> Análisis del crecimiento de establecimientos o negocios  
Fuente: Investigación del Autor

## GRÁFICA # 11

### PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN



Elaborado por: El Autor

Fuente: <https://maps.google.es/>

### **3.2.1 Diferenciación del precio**

Haciendo una investigación de mercado y en base a la situación económica actual de nuestro país, tenemos como base los valores promedio de los proveedores internacionales, para lo cual se detalla:

**TABLA # 12**

#### **VALOR PROMEDIO DE COSTOS DE LOS PROVEEDORES**

<b>Producto</b>	<b>Precio</b>
Arius Resources	1.500 \$
Tecmar Int	1350 \$
Levent kagit	1125 \$

Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los proveedores de papel Sr Serguei Mospanov, Sr Osvaldo Onuñez, Sr Mehemt Onguen.

### **3.2.2 Producto a Importar**

Se van a importar 1 variedad de Papel:

LEVPEC SUPER (NAPKIN PAPER TISSUE)

### **3.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Encuesta de gustos y preferencias

## ENCUESTA

DIRECCIONAMIENTO: Instrumento dirigido a proveedores de papel, de diferentes status sociales, edad y sexo.

OBJETIVO: Conocer el grado de aceptación de nuestra nueva empresa THUERKAUF S. A Importadora de Papel que brindará el servicio de vender papel tissue, con la facilidad de poder comprar el papel a bajo costo y de excelente calidad.

INSTRUCTIVO: Lea detenidamente cada una de las preguntas y proceda a contestar en la opción que usted considere válida utilizando el cuadro de la derecha.

---

---

### INFORMACIÓN GENERAL.

#### 1. SEXO.

1. Femenino.

2. Masculino.

#### 2. RESIDENCIA.

1. Norte.

2. Centro.

3. Sur.

4. Otros

3. NIVEL DE INGRESO MENSUAL

1. \$318 – \$500.

2. \$501 – \$1000.

3. \$1001 en adelante.

---

---

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1. ¿CONOCE ACERCA DEL PAPEL TISSUE?

1. Si.

2. No.

2. ¿QUÉ OPINA USTED ACERCA DE COMPRAR PAPEL TISSUE A UN BAJO COSTO Y DE BUENA CALIDAD?

1. Buena Idea.

2. Mala Idea.

3. Recomendaría otro producto

3. ¿CON QUÉ FRECUENCIA LO COMPRARÍA E INDIQUE CUAL MARCA ES SU PREFERIDA?

1. Compra mensual.

2. Compra semestral.

3. Compra diaria

4. Ocasionalmente.

5. Nunca.

4. ¿COMPRARÍA PAPEL TISSUE VIA ONLINE MANTENIENDO EL MISMO COSTO QUE EN EL ALMACEN FISICO?

1. Buena estrategia.

2. Le es indiferente.

3. Recomendaría otro medio de compra.

5.¿ADICIONAL AL STANDARD, LE GUSTARÍA ADQUIRIR ESTE TIPO DE PAPEL EN DIFERENTES DIMENSIONES Y VARIEDADES?

1. Si.

2. No.

6.¿ACTUALMENTE ESTE TIPO DE PAPEL COMO LLEGA A SU DESTINO?

1. Lo retira el proveedor.

2. Llega a sus locales.

7.¿QUÉ BENEFICIO EXTRA TENDRÍA ESTE SERVICIO COMPARADO CON OTRAS IMPORTADORAS DE PAPEL?

1. Más Seguridad.

2. Ahorro de Tiempo.

3. Más Comodidad.

8.¿QUÉ RECOMENDACIONES NOS FACILITARÍA Y PORQUÉ?

### **3.3.1 Tabulación de las encuestas**

ENCUESTAS

DIRECCIONAMIENTO: Instrumento dirigido a proveedores de papel, de diferentes status sociales, edad y sexo.

OBJETIVO: Conocer el grado de aceptación de nuestra nueva empresa THUERKAUF S. A Importadora de Papel que brindará el servicio de vender papel tissue, con la facilidad de poder comprar el papel a bajo costo y de excelente calidad.

INSTRUCTIVO: Lea detenidamente cada una de las preguntas y proceda a contestar en la opción que usted considere válida utilizando el cuadro de la derecha.

**TABLA # 13**

**TIPO DE SEXO**

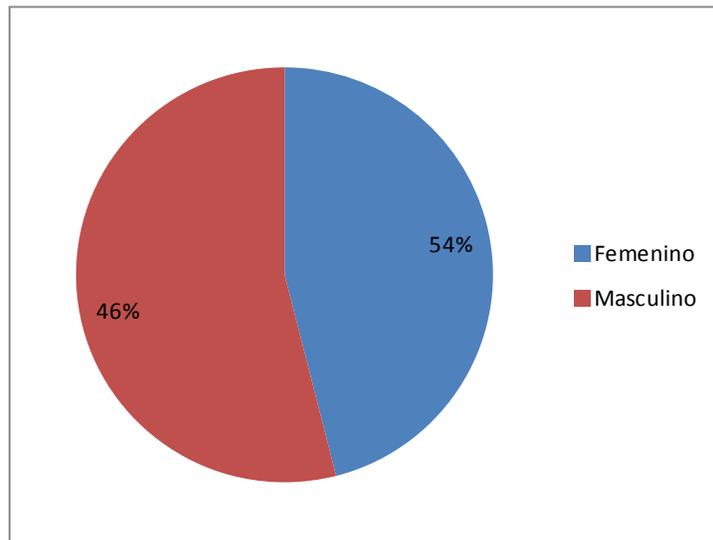
<b>SEXO</b>	<b>NUMERO</b>
Femenino	23
Masculino	27
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**GRÁFICA # 12**

**TIPO DE SEXO**



Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**TABLA # 14**

**LUGAR DE RESIDENCIA.**

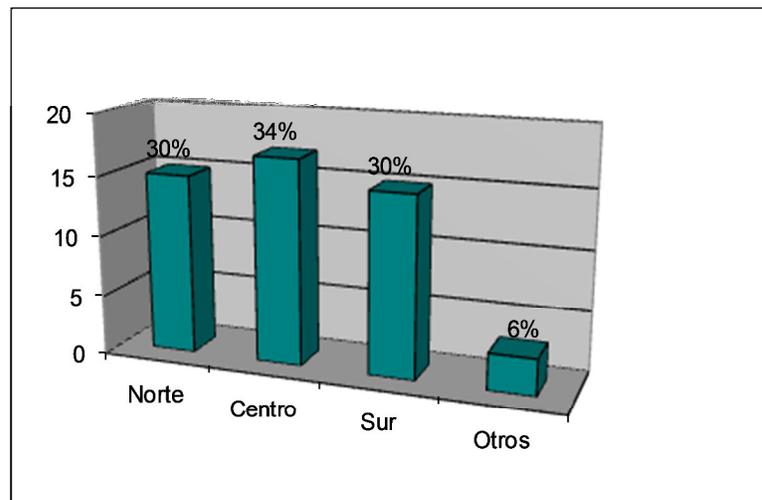
<b>RESIDENCIA</b>	
Norte	15
Centro	17
Sur	15
Otros	3
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**GRÁFICA # 13**

**LUGAR DE RESIDENCIA**



Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**TABLA # 15**

**NIVEL DE INGRESOS MENSUAL**

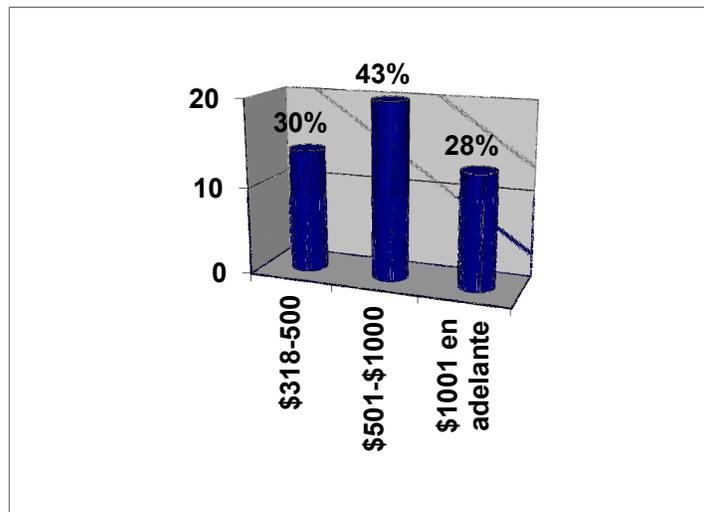
<b>NIVEL DE INGRSOS MENSUAL</b>	
\$318-500	14
\$501-\$1000	20
\$1000 en adelante	13
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**GRÁFICA # 14**

**NIVEL DE INGRESOS MENSUAL**



Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**TABLA # 16**

**CONOCE ACERCA DEL PAPEL TISSUE**

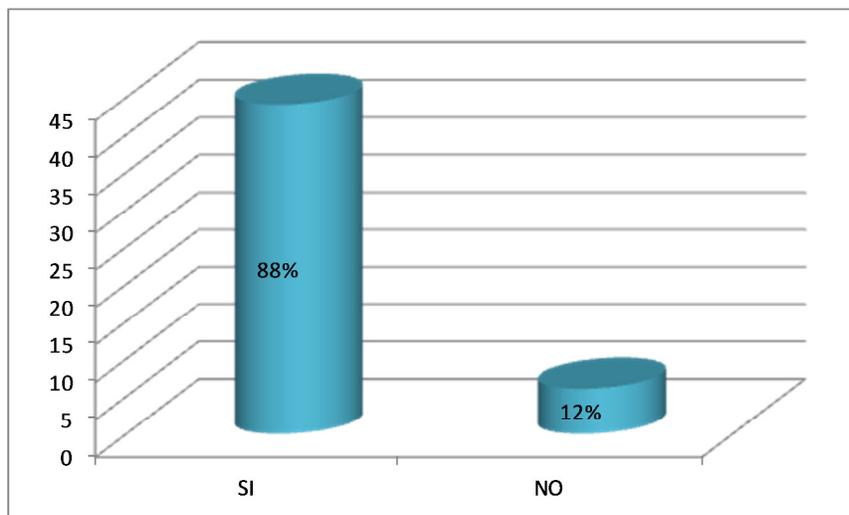
<b>CONOCE ACERCA DEL PAPEL TISSUE</b>	
Si	44
No	6
TOTAL	50

Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**GRÁFICA # 15**

**CONOCE ACERCA DEL PAPEL TISSUE**



Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**TABLA # 17**

**COMPRAR A UN BAJO COSTO Y DE BUENA CALIDAD**

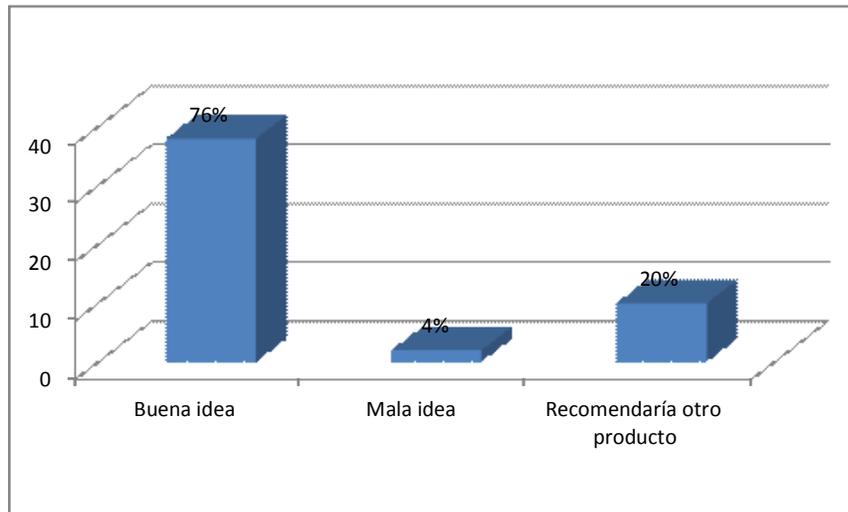
<b>QUE OPINA COMPRAR A UN BAJO COSTO</b>	
Buena idea	38
Mala idea	2
Recomendaría otro producto	10
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**GRÁFICA # 16**

**COMPRAR A UN BAJO COSTO Y DE BUENA CALIDAD**



Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**TABLA # 18**

**FRECUENCIA CON LA QUE ADQUIERE EL PAPEL**

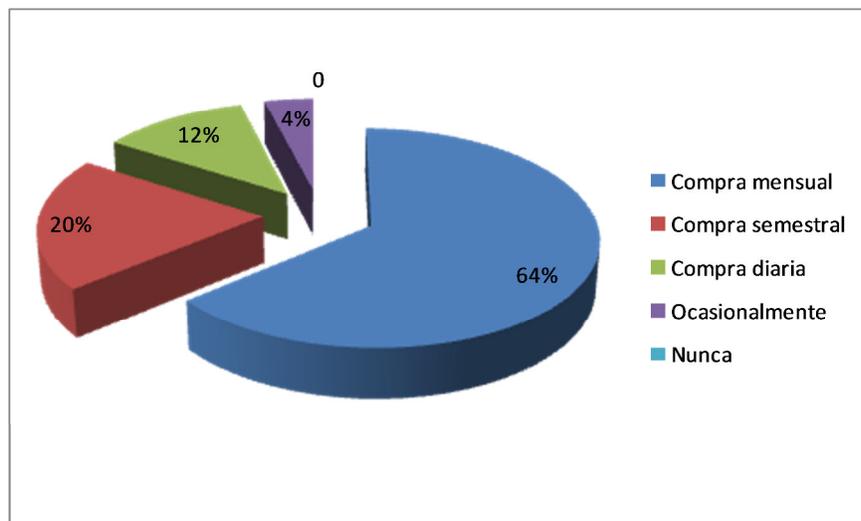
<b>CON QUE FRECUENCIA LO ADQUIERE</b>	
Compra mensual	32
Compra semestral	10
Compra diaria	6
Ocasionalmente	2
Nunca	0
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**GRÁFICA # 17**

**FRECUENCIA CON LA QUE ADQUIERE EL PAPEL**



Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**TABLA # 19**

**COMPRAR VÍA ONLINE AL MISMO COSTO QUE EN EL ALMACÉN**

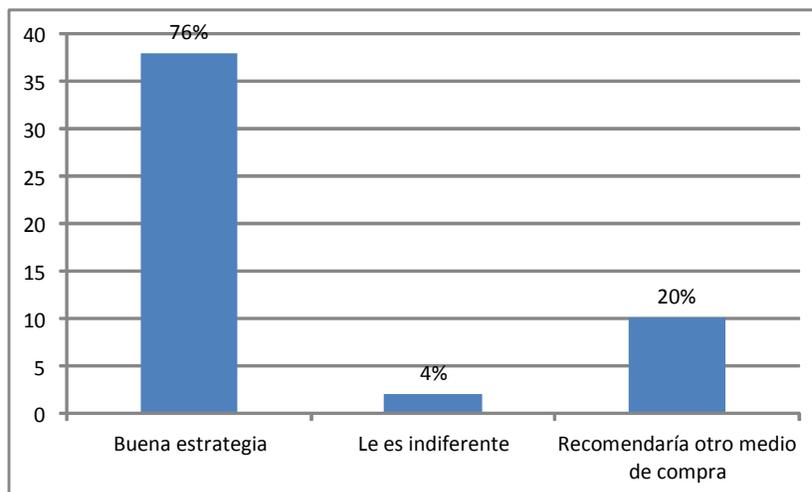
<b>QUE OPINA COMPRAR OSB VIA ONLINE</b>	
Buena estrategia	38
Le es indiferente	2
Recomendaría otro medio de compra	10
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**GRÁFICA # 18**

**COMPRAR VÍA ON LINE AL MISMO COSTO QUE EN EL ALMACÉN**



Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**TABLA # 20**

**ADQUIRIR PAPEL TISSUE EN DIFERENTES DIMENSIONES Y VARIEDADES.**

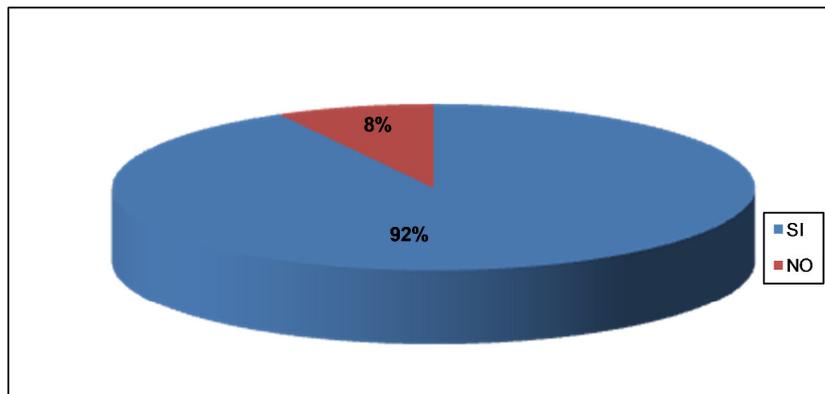
<b>LO ADQUIRIRIA EN DIMENSIONES Y VARIEDADES</b>	
Si	46
No	4
TOTAL	50

Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**GRÁFICA # 19**

**ADQUIRIR PAPEL TISSUE EN DIFERENTES DIMENSIONES Y VARIEDADES.**



Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**TABLA # 21**

**ACTUALMENTE ESTE TIPO DE PRODUCTO COMO LLEGA A SU DESTINO**

<b>COMO LLEGA A SU DESTINO</b>	
Lo retira el proveedor	35
Llega a sus locales	15
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**GRÁFICA # 20**

**ACTUALMENTE ESTE TIPO DE PRODUCTO COMO LLEGA A SU DESTINO**



Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**TABLA # 22**

**BENEFICIOS EXTRAS COMPARADO CON OTRAS IMPORTADORAS DE PAPEL**

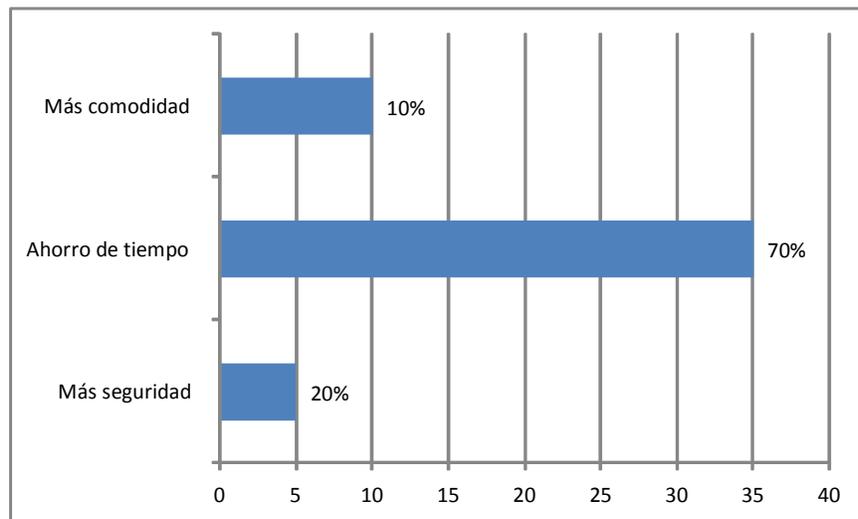
<b>BENEFICIOS EXTRAS</b>	
Mas seguridad	5
Ahorro de tiempo	35
Mas comodidad	10
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

**GRÁFICA # 21**

**BENEFICIOS EXTRAS COMPARADO CON OTRAS IMPORTADORAS DE PAPEL**



Elaborado por: El Autor

Fuente: Información proporcionada por los encuestados

### **3.3.2 Análisis de los resultados obtenidos.**

Luego de haber realizado la tabulación de las encuestas podemos dar como resultado que este papel de origen turco tendría buena acogida, ya que tanto hombres como mujeres lo catalogan como un papel de muy buena calidad, duradero para ser usado en la producción de las servilletas a nivel nacional con un costo razonable.

## **CAPÍTULO 4**

### **PLAN DE MARKETING**

#### **4.1 ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN DE VENTA Y PUBLICIDAD MARKETING MIX**

Promoción de Venta: Es una herramienta de la mezcla o mix de la promoción que se emplea para apoyar a la publicidad y a las ventas personales, de tal manera que la mezcla comunicacional resulte mucho más efectiva. Es decir que mientras la publicidad y las ventas personales dan las razones por las que se debe comprar un producto o servicio, la promoción de ventas da los motivos por los que se debe comprar lo más antes posible<sup>48</sup>.

##### **4.1.1 Estrategia de Ventas**

#### **PUBLICIDAD**

Nuestra publicidad será transmitida por diferentes medios como: radio, revista de negocios, trípticos y nuestra página Web, tendremos un convenio corporativo con la naviera MAERKS LINE, ellos nos darán publicidad en sus instalaciones.

---

<sup>48</sup> Análisis de la promoción de venta y publicidad Marketing Mix  
Fuente: Peñaloza, Marlene. El mix de marketing: una herramienta para servir al cliente.  
Venezuela: Red Actualidad Contable Faces, 2005. p 4.

#### **4.1.2 Desarrollo de nuestra campaña publicitaria**

##### **OBJETIVOS**

- Dar a conocer la existencia de la empresa importadora.
- Captar Clientes.
- Aumentar nuestro volumen de ventas.
- Crear nuevos productos para disposición del mercado.

#### **4.1.3 Medios de Publicidad.**

Antes de elaborar nuestro presupuesto, se hizo la debida investigación de los principales medios de comunicación, la cual presentamos a continuación:

CREACIÓN DEL MENSAJE.- Para poder cumplir con los objetivos antes planteados hemos decidido darnos a conocer con el siguiente mensaje.

*“Nuestra excelencia es servir con calidad,*

*“THUERKAUF S. A Importadora de Papel.”*

RADIO.- Se transmitirá el mismo mensaje.

En revistas especializadas ejemplo: En la revista de la Cámara de Comercio de Guayaquil.

Como estrategia de publicidad tenemos previsto participar en las ferias nacionales e internacionales para promocionar nuestra empresa y así mismo el papel.

## GRÁFICA # 22

### PUBLICIDAD



Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

#### **4.1.4 Estrategias de Promoción y Venta de Servicio.**

Para hacer conocer nuestra empresa hemos planteado una serie de estrategias en los diferentes métodos promocionales los cuales son:

Venta Personal.- En nuestra empresa habrá la presencia de un vendedor capacitado, el cual asesore de una manera adecuada a los clientes indicándoles los beneficios de cada uno del papel que venderemos. A continuación detallaremos qué promociones se utilizarán en todo el año para poder estimular a nuestra demanda a la compra de papel.

Promociones que se aplicarán durante el año son: Cuando exista demanda irregular aplicaremos las siguientes promociones:

Esta promoción consiste en aplicar el 20% de descuento una vez nuestro inventario se haya vendido en un 70%.<sup>49</sup>

### GRÁFICA # 23

#### PUBLICIDAD 20% DE DESCUENTO



Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

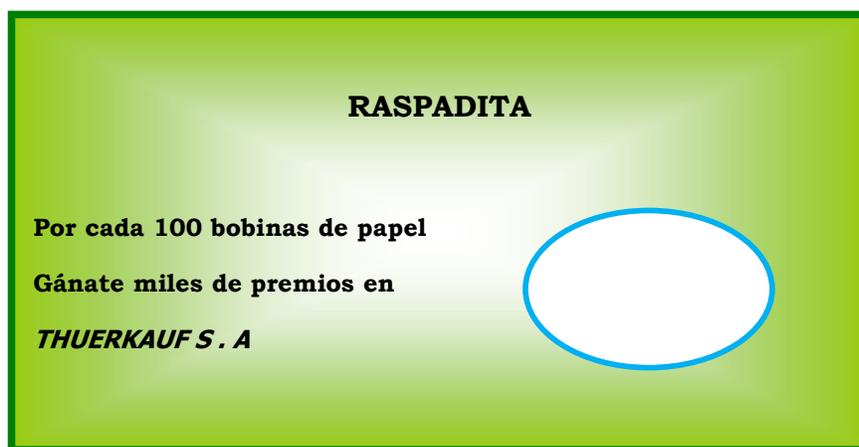
---

<sup>49</sup> Fuente: Ferrell, Hartline Lucas (2002) "Estrategias de marketing" 2da. Edic. Edit. Thomson, México. Editorial Thomson

Esta promoción se dará para fechas especiales utilizaremos como promoción que por cada 100 bobinas de papel el cliente tendrá opción a una raspadita en la cual habrán miles de premios como carros, viajes, cenas.

## **GRÁFICA # 24**

### **PUBLICIDAD RASPADITA**



Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

Nuestro boletín mensual en la cual mostraremos las ofertas, promociones y enviaremos a la Cámara de Comercio de Guayaquil y se entregarán a los empresarios mientras esperan en la sala de capacitaciones. Además resaltaremos las promociones al día, el servicio post venta y nuestra página Web. Esta publicidad será entregada en diferentes lugares de la ciudad como a las afueras de los centros comerciales, zona céntrica de Guayaquil.



compras on line por medio de una página Web. El sitio Web será [thuerkaufimportadora@gmail.com](mailto:thuerkaufimportadora@gmail.com),

Al iniciarse tendrán acceso todos los clientes, luego que inauguremos nuestra empresa, otras provincias podrán visitar esta página y estará disponible para ellos.

A continuación mostraremos un bosquejo de cómo será nuestra página Web y los servicios que prestará:

### **GRÁFICA # 26**

#### **PÁGINA WEB INICIO**



Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

## GRÁFICA # 27

### PÁGINA WEB DE PAPEL TISSUE



Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

Una vez que nuestros clientes ingresen a nuestro portal web contarán con una serie de opciones con solo dar un clic, como vemos en la gráfica el cliente puede conocer la historia de la empresa encontrando además la misión, visión, objetivos de la misma. Podrán visualizar las promociones, este servicio va dirigido para facilitar la futura compra de nuestros clientes, THUERKAUF S.A Importadora de Papel.

En la opción catálogo el cliente podrá encontrar las dimensiones, core y anchos de las bobinas de papel que necesita.

Así mismo cabe recalcar que el cliente solo nos hará llegar su orden de compra indicando las características y cantidad de papel tissue por medio de nuestra página web, de ahí nosotros procederemos con el pedido y compra directamente a nuestro proveedor en Turquía.

#### **4.2.1 Estrategias de atención al cliente**

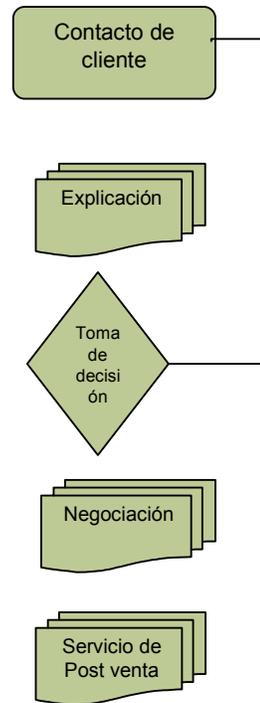
**Procesos del Servicio.-** El departamento de ventas que estará en las instalaciones de la empresa en busca de clientes potenciales de compra y su misión será guiarlos a que ellos encuentren el producto o servicio deseado, llamando telefónicamente, enviando mails etc. donde la responsabilidad será a su vez confirmando que se realice el cobro respectivo con cordialidad de manera que el cliente se sienta satisfecho y pueda volver pronto, de manera adicional el vendedor será quien acogerá quejas de los clientes si estas existiesen las cuales deberán ser resueltas y comunicadas al gerente general de la empresa. Manejaremos el servicio de post venta.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Estrategia de Servicio al Cliente  
Fuente: Fuente: Ferrell, Hartline Lucas (2002) “Estrategias de marketing” 2da. Edic. Edit. Thomson, México. Editorial Thomson

## GRÁFICA # 28

### PROCESO DE SERVICIO



Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

## **CAPÍTULO 5**

### **PROCESO DE IMPORTACIÓN DESDE TURQUÍA A ECUADOR.**

#### **5.1 DEFINICIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL**

Es un concepto más amplio, pues abarca el flujo de relaciones comerciales internacionales, sin embargo hace referencia a un país en específico. Es decir, “Es conjunto de movimientos comerciales y financieros, y en general todas aquellas operaciones cualquiera que sea su naturaleza, que se realicen entre naciones; es pues un fenómeno universal en el que participan las diversas comunidades humanas”<sup>51</sup>

##### **5.1.1 ¿Qué es una importación a Consumo?**

Una Importación a consumo es la nacionalización de mercancías extranjeras ingresadas al país para su libre disposición; uso o consumo definitivo, una vez realizado el pago respectivo de los tributos al comercio exterior. Pueden importar todas las personas naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país.<sup>52</sup>

##### **5.1.2 ¿Quiénes pueden importar?**

Pueden Importar todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

---

<sup>51</sup> Comercio Internacional

Fuente: Osorio Arcila, Cristóbal, Diccionario de Comercio Internacional, México, Grupo Editorial Iberoamérica, 1995, p, 48.

<sup>52</sup> Importación a Consumo

Fuente: [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_import.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action)

### **5.1.3 Registro del importador para iniciar sus actividades**

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

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

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>.

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>).

Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos.
2. Crear usuario y contraseña.
3. Aceptar las políticas de uso.
4. Registrar firma electrónica.

Revisar el boletín 32-2012, en el cual se encuentra un video demostrativo sobre el registro al portal ECUAPASS.<sup>53</sup>

### **5.1.4 Documentación requeridas para el proceso de importación.**

Los documentos digitales que acompañan a la DAI a través del ECUAPASS son:

---

<sup>53</sup> Requisitos del Importador  
Fuente: : [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_import.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action)

### **Documentos de acompañamiento**

Se constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos. (Art. 72 Reg. COPCI)

### **Documentos de soporte**

Constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (Art. 73 Reg. COPCI)

1. Factura Comercial.
2. Certificado de Origen (cuando proceda).
3. Documentos que el SENA o el Organismo regulador de Comercio Exterior considere necesarios.

Transmitida la Declaración Aduanera, el Sistema le otorgará un número de validación (Refrendo) y el canal de aforo que corresponda.

Previo al pago de los tributos del comercio exterior, ejecutado el aforo asignado y de no existir novedades la Aduana dispondrá el levante o retiro de las mercancías.

## **5.2 PROCEDIMIENTO Y PAGO DE TRIBUTOS**

### **Base Imponible en las Importaciones.**

Art. 14.- Base Imponible.- La base imponible de los impuestos arancelarios, en las importaciones es el valor CIF y en las exportaciones es el valor FOB de las mercancías, determinados según las normas del valor en aduana.

Para el cálculo de la base imponible, los valores expresados en moneda extranjera, serán convertidos a dólares de los Estados Unidos de América.

A continuación indicamos según la lo cual es la base imponible para la base de imponible para el pago de tributos en importaciones.

### **Componentes de la Base Imponible (M)<sup>54</sup>**

1. FOB.
2. Flete internacional.
3. Seguro.

Detallamos los tributos que se deben de cancelar en caso de importación a consumo como es la nuestra.

**AD-VALOREM** (Arancel Cobrado a las Mercancías) Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador. Porcentaje variable según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la Importación).

**FODINFA** (Fondo de Desarrollo para la Infancia) Impuesto que administra el INFA. 0.5% se aplica sobre la base imponible de la Importación.

---

<sup>54</sup> Base Imponible

Fuente: Art. 109 del Código orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

**ICE** (Impuesto a los Consumos Especiales) Administrado por el SRI. Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen.

**IVA** (Impuesto al Valor Agregado) Administrado por el SRI. Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE.

**SALVAGUARDIA POR BALANZA DE PAGOS,-** Son de 3 tipos: (Recargo Ad-Valorem, Recargo Arancelario Especial adicional al arancel vigente, y Restricción Cuantitativa de Valor - cupos) Impuesto que administra la Aduana del Ecuador. Restricciones temporales que se aplican solamente a ciertos productos importados.<sup>55</sup>

**IMPUESTO DE SALIDA DE DIVISAS** Impuesto que administra el SRI. 5% del valor en aduanas.

### **5.2.1 Transporte Marítimo.-**

El sistema portuario de Ecuador está compuesto de siete puertos estatales y diez muelles privados, especializados en carga general y petróleo. Puerto de Guayaquil. Guayaquil es el puerto principal de la República del Ecuador, a través del cual se moviliza el 70% del comercio exterior que maneja el Sistema Portuario Nacional. Fue construido durante el periodo 1959 - 1963. La ubicación privilegiada del puerto constituye un incentivo para la captación de tráficos de las rutas del lejano oriente y del continente americano, especialmente los relativos a la costa del Pacífico. Asimismo resulta altamente conveniente para la concentración de cargas latinoamericanas destinadas a cruzar el canal de Panamá con destino a la costa este del continente o hacia Europa y África.

---

<sup>55</sup> Salvaguardia por balanza de pagos

Fuente: Estas se dan como medida de defensa comercial, cuando se reúnan las condiciones de su aplicación, la misma que será notificada oportunamente ante OMC

El marco legal sobre el que desarrolla sus actividades, permite a las empresas privadas ejercer sin limitaciones la actividad portuaria. El Ecuador se encuentra inmerso en una exitosa acción de modernización tanto de puertos como de aduanas, generando un alto grado de confiabilidad para las inversiones que se realizan en el país. El puerto de Guayaquil posee una infraestructura adecuada para el desarrollo del comercio internacional, para lo cual cuenta con medios óptimos para la ejecución de las operaciones. En el puerto se prestan todos los servicios requeridos por las naves y las mercaderías a través de operadores privados de alta especialización que, bajo la supervisión de la Autoridad Portuaria, actúan en libre competencia para satisfacer los requerimientos de los usuarios más exigentes, logrando alta eficiencia y reducción de costos.

#### **5.2.2 Análisis del Artículo # 55 Ley del Régimen Tributario Interno,**

Luego de haber realizado el Análisis del artículo # 55, detallamos a continuación el listado de productos que gravan Tarifa 0%, por lo tanto nuestro papel tissue no se encuentra en el listado y este grava tarifa 12%.

Transferencias e importaciones con tarifa cero.- Tendrán tarifa cero las transferencias e importaciones de los siguientes bienes:

1. Productos Alimenticios de origen agrícola, avícola, pecuario, apícola, canícula, bioacuáticos, forestales, carnes en estado natural y embutidos y de pesca que se mantengan en estado natural es decir, aquellos que no hayan sido objeto de elaboración, proceso o tratamiento que implique modificación de su naturaleza. La sola refrigeración, enfriamiento o congelamiento para conservarlos, el pilado, el desmante, la trituración, la extracción por medios mecánicos o químicos para la

elaboración del aceite comestible, el faenamamiento, el cortado y el empaque no se consideraran procesamiento.

2. Leches en estado natural, pasteurizada, homogeneizada o en polvo de producción nacional, quesos y yogures, leches maternizadas, proteicos infantiles.
3. Pan, azúcar, panela, sal, manteca, margarina, avena, maicena, fideos, harinas de consumo humano, enlatados nacionales de atún, macarela, sardina y trucha, aceites comestibles, excepto el de oliva.
4. Semillas certificadas, bulbos, plantas, esquejes y raíces vivas, harinas de pescado y los alimentos balanceados, preparados forrajeros con adición de melaza o azúcar, y otros preparados que se utilizan como comida de animales que se críen para alimentación humana, fertilizantes, insecticidas, pesticidas, fungicidas, herbicidas, aceites agrícola utilizado contra la sigatoka negra, antiparasitarios y productos veterinarios así como la materia prima e insumos importados o adquiridos en el mercado interno, para producirlas, de acuerdo con las listas que mediante decreto establezca el presidente de la república.
5. Tractores de llantas de hasta 200 hp incluyendo los tipos de canguro y los que se utiliza en el cultivo del arroz, arados, rastras, surcadores y verteradores, cosechadoras, sembradoras, cortadoras de pasto, bombas de fumigación portables, aspersores y rociadores para equipos del riego y demás elementos de uso agrícola partes y piezas que se establezca por parte del presidente de la república mediante decreto.
6. Medicamentos y drogas de uso humano, de acuerdo con las listas que mediante el decreto establecerá anualmente el presidente de la república, así como la materia prima e insumos importados o adquiridos en el mercado interno para producirlas. En el caso de que por cualquier motivo no se realice las publicaciones antes

establecidas, registrarán las listas anteriores, los envases y etiquetas importados o adquiridos en el mercado local que son utilizados exclusivamente en la fabricación de medicamentos de usos humano o veterinario.

7. Papel bond, papel periódico, periódico, revistas, libros y material complementario que se comercializa con los libros.
8. En los casos de donaciones provenientes del exterior que se efectúen en favor de las instituciones del estado y las de cooperación institucional con instituciones del estado.
9. Los bienes que, con el carácter de admisión temporal o en tránsito, se introduzcan al país, mientras no sean objeto de nacionalización.
10. Los que adquieran las instituciones del estado y empresas publicas que perciban ingresos exentos del impuesto a la renta.
11. Energía Eléctrica
12. Lámparas fluorescentes
13. Aviones, avionetas y helicópteros destinados al transporte comercial de pasajeros, carga y servicios de pasajeros.
14. Vehículos híbridos
15. Los artículos introducidos al país bajo el régimen de tráfico postal y correos rápidos, siempre que el valor FOB del envío sea menor o igual al equivalente al 5% de la fracción básica desgravada del impuesto a la renta de personas naturales, que su peso no supere el máximo que establezca mediante decreto el presidente de la república, y que se trate de mercancías para uso del destinatario sin fines comerciales.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Artículo 55 Ley de Régimen Tributario Interno

### **5.2.3 Situación Geográfica**

El puerto marítimo de Guayaquil está localizado en la costa occidental de América del Sur, en un brazo de mar, el estero salado, a diez kilómetros al sur del centro comercial de la ciudad del mismo nombre y cuya situación geográfica es la siguiente<sup>57</sup>

Latitud 2° 16' 51'' S

Longitud 79° 54' 49'' O

### **5.3 PROCESO DE IMPORTACIÓN.**

THUERKAUF S.A Importadora de Papel compra a LEVENT KAGIT S.A. de Turkey:

**TABLA # 23**

#### **DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO A IMPORTAR**

<b>Partida Arancelaria</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
<b>4803.00.90.00</b>	2 FCL	LEVPEC SUPER (NAPKIN PAPER)

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

El término de negociación es FOB. Tomamos esa decisión porque analizamos la cotización enviada por el proveedor y encontramos que mejor y más conveniente tanto en costos del producto como el Flete Internacional corre a cuenta de THUERKAUF S. A, ya que mantenemos una tarifa corporativa con la naviera MAERKS LINE que nos han cotizado una buena tarifa la compra mensual de papel tissue y nos enviaran los contenedores de 40 High Cube desde Turkey Pto Izmir hasta Guayaquil- Ecuador.

---

<sup>57</sup> Transporte Marítimo  
Fuente: Cámara Marítima del Ecuador <http://www.camae.org>

### **5.3.1 Flete**

#### **Marítimo desde Turquía Puerto Izmir a Ecuador**

Tiempo de tránsito 30 días. (Puerto Izmir hasta el Puerto de Guayaquil)

El costo de la tarifa que nos ofrece MAERKS LINE 2000 USD por manejar el FLETE INTERNACIONAL POR CADA contenedor de 40” High Cube .

Salidas Semanales.



Fuente: Maerks Line

Autor: Maerks Line

#### **Otros Servicios que nos ofrecen:**

Justo a tiempo y justo en secuencia para proveedores de volúmenes grandes

Servicio de (transporte directo por ruta definida, con plazo, volumen y trayecto fijos) y servicios en grandes centros para proveedores con menos tiempo crítico.

Servicios de consolidación.

Recogida en origen.

Control de calidad.

Esquema de introducción de la producción.

Si es que hay añadir salvaguardia.

Si el producto amerita debemos incluir en la liquidación la salvaguardia antes del cálculo de IVA.

A continuación vamos a ilustrar un ejemplo de la importación de 2 contenedores de LEVPEC SUPER (NAPKIN PAPER)

**TABLA # 24**

**EJEMPLO**

Producto	Precio Unitario FOB	Cantidad	Total
LEVPEC SUPER (NAPKIN PAPER)	\$ 1125	43.908 TM	\$ 49.396.50
<b>Total</b>			\$ 49.396.50

Elaborado por: El Autor.

Fuente: El Autor

**TABLA # 25**

**CÁLCULOS.**

<b>FLETE</b>	<b>\$ 4.000,00</b>
<b>CFR</b>	<b>\$ 53.396,50</b>
<b>SEGURO 0,50%</b>	<b>\$ 160,16</b>
<b>CIF</b>	<b>\$ 53.556,66</b>

Elaborado por: El Autor.

Fuente: El Autor

## TABLA # 26

### BASE IMPONIBLE CIF EJEMPLO AUTOLIQUIDACIÓN

Partida Arancelaria	Derecho Arancelario	IVA
4803.00.90.00	10%	12%

Elaborado por: El Autor.

Fuente: El Autor

#### **5.3.2 Análisis de la partida arancelaria.**

Luego de haber realizado el respectivo análisis de la partida arancelaria que vamos a utilizar para liberar la carga en destino, detallamos las exigencias que se necesitan.<sup>58</sup>

Documentación INEN: No se necesita.

IVA: (Conforme al análisis realizado en el punto 5.2.2 del Artículo#55 de la ley del Régimen Tributario Interno, se encuentra detallado el listado de los productos que gravan tarifa 0%), por lo tanto nuestro papel tissue no se encuentra en el listado y grava tarifa 12%.

Restricciones: No aplica

Liberaciones de Ad Valorem: No aplica.

Preferencias: No aplica.

Excepciones: No aplica.

Ad Valorem que aplica: 10%

---

<sup>58</sup> Fuente: Arancel Nacional Integrado.

### **5.3.3 Anexos de Importación**

Adjunto documentos de importación. Utilizaremos como modalidad de pago de la negociación con el proveedor en Turquía un 50% anticipado sobre pedido y el 50% contra documentos.

## GRÁFICA # 29

### PARTIDA ARANCELARIA 10%

Arancel Nacio																													
Partida : <input style="width: 100px;" type="text" value="4803009000"/>	y/o																												
Descripción : <input style="width: 150px;" type="text"/>	<input type="button" value="Consultar"/>																												
<p><b>Sección X :</b> PASTA DE MADERA O DE LAS DEMAS MATERIAS FIBROSAS CELULOSICAS; PAPEL O CARTON PARA RECICLAR (DESPERDICIOS Y DESECHOS); PAPEL O CARTON Y SUS APLICACIONES</p> <p><b>Capítulo 48 :</b> Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón</p> <p><b>Partida Sist. Armonizado :</b></p> <p><b>SubPartida Sist. Armoniz. 480300 :</b> Papel del tipo utilizado para papel higiénico; toallitas para desmaquillar, toallas, servilletas o papeles similares de uso doméstico, de higiene o de tocador, guata de celulosa y napa de fibras de celulosa, incluso rizados (‘crepés’), plizados, go</p> <p><b>SubPartida Regional 48030000 :</b> - Los demás</p> <p><b>SubPartida Nacional 4803009000 :</b> LOS DEMAS</p> <p><b>Código Producto Comunitario (ARIAN) 4803009000-0000 :</b></p> <p><b>Código Producto Nacional (TNAN) 4803009000-0000-0000 :</b> Excepto: para el tipo de papel utilizado en la fabricación de toallitas para desmaquillar, toallas o papeles similares de uso en higiene o tocador, en rollos de anchura superior a 36 cm. impregnado con latex.</p>																													
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr><td><b>Código de Producto (TNAN)</b></td><td style="text-align: right;">0000</td></tr> <tr><td><b>Antidumping</b></td><td style="text-align: right;">0 %</td></tr> <tr><td><b>Advalorem</b></td><td style="text-align: right;">10 %</td></tr> <tr><td><b>FDI</b></td><td style="text-align: right;">0.5 %</td></tr> <tr><td><b>ICE</b></td><td style="text-align: right;">0 %</td></tr> <tr><td><b>IVA</b></td><td style="text-align: right;">12 %</td></tr> <tr><td><b>Salvaguardia por Porcentaje</b></td><td style="text-align: right;">0 %</td></tr> <tr><td><b>Salvaguardia por Valor</b></td><td></td></tr> <tr><td><b>Aplicación Salvaguardia por Valor</b></td><td></td></tr> <tr><td><b>Techo Consolidado</b></td><td style="text-align: right;">0 %</td></tr> <tr><td><b>Incremento ICE</b></td><td style="text-align: right;">0 %</td></tr> <tr><td><b>Afecto a Derecho Específico</b></td><td></td></tr> <tr><td><b>Unidad de Medida</b></td><td style="text-align: right;">Kilogramo Bruto (KG)</td></tr> <tr><td><b>Observaciones</b></td><td></td></tr> </tbody> </table>	<b>Código de Producto (TNAN)</b>	0000	<b>Antidumping</b>	0 %	<b>Advalorem</b>	10 %	<b>FDI</b>	0.5 %	<b>ICE</b>	0 %	<b>IVA</b>	12 %	<b>Salvaguardia por Porcentaje</b>	0 %	<b>Salvaguardia por Valor</b>		<b>Aplicación Salvaguardia por Valor</b>		<b>Techo Consolidado</b>	0 %	<b>Incremento ICE</b>	0 %	<b>Afecto a Derecho Específico</b>		<b>Unidad de Medida</b>	Kilogramo Bruto (KG)	<b>Observaciones</b>		
<b>Código de Producto (TNAN)</b>	0000																												
<b>Antidumping</b>	0 %																												
<b>Advalorem</b>	10 %																												
<b>FDI</b>	0.5 %																												
<b>ICE</b>	0 %																												
<b>IVA</b>	12 %																												
<b>Salvaguardia por Porcentaje</b>	0 %																												
<b>Salvaguardia por Valor</b>																													
<b>Aplicación Salvaguardia por Valor</b>																													
<b>Techo Consolidado</b>	0 %																												
<b>Incremento ICE</b>	0 %																												
<b>Afecto a Derecho Específico</b>																													
<b>Unidad de Medida</b>	Kilogramo Bruto (KG)																												
<b>Observaciones</b>																													

Elaborado por: El Autor.

Fuente: <http://sice1.aduana.gob.ec/aduana/arancel/>

Para efectos de esta importación que es a consumo tenemos que hacer la autoliquidación que ilustramos a continuación:

**5.4 BASE IMPONIBLE CIF.- \$ 53.556,66 (todos los impuestos se calculan de la base)**

**TABLA # 27**

**CÁLCULOS BASE IMPONIBLE CIF**

<b>ADV</b>	\$ 5.355,67
<b>FODINFA</b>	\$ 267,78
<b>SUBTOTAL</b>	\$ 59.180.11
<b>IVA</b>	\$ 7.101,61

Elaborado por: El Autor.

Fuente: El Autor

Impuestos a cancelar en aduana: sumatoria de impuestos: Ad Valorem + Fodinfra+ IVA

**TABLA # 28**

**CÁLCULOS BASE IMPONIBLE CIF FINAL**

<b>ADV</b>	\$ 5.355,67
<b>FODINFA</b>	\$ 267,78
<b>IVA</b>	\$ 7.101,61
<b>TOTAL</b>	\$ 12.725,06

Elaborado por: El Autor.

Fuente: El Autor

## CAPÍTULO 6

### ANÁLISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA

#### 6.1 ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA.

**Costo de la Infraestructura.-** El ubicar nuestra empresa, tiene un costo de **\$900.00**

**Tamaño.-** Las dimensiones de la empresa son 120 m2 de construcción, se arrendará 1 local de 120 m2, los cuales nos permiten distribuirlo de la siguiente manera:

Contrataremos un transporte quien nos hará los despachos locales a nuestros clientes:

**TABLA # 29**

#### **GASTOS OPERATIVOS**

<b>Arriendo</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Prec.Unit</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Anual</b>
<b>Local 120 m2</b>	1	900,00	900,00	10800,00
<b>Transporte</b>			1.200,00	<b>\$ 14.400,00</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

**TABLA # 30**

#### **VENTAS ANUAL.**

<b>Ventas</b>			
<b>Papel/bobina</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Cantidades</b>	<b>Total</b>
<b>Papel Tissue</b>	919,38	984	904.666,49
<b>Total</b>		984	<b>\$ 904.666,49</b>

Elaborado y Fuente por: El Autor

**TABLA # 31 COSTOS DE IMPORTACIÓN**

Costo	Costo unitario	Cantidades	Fob Total	Flete	FOB+Flete	Seguro (0.50%)	CF(Costo del bier	Impuestos AD	Fodinfra	Agente AD&GL	Collet Fee	Bodegaje	Imprevistos	Costo Total
Papel/hobina	753,59	984	592.758,00	48.000,00	640.758,00	1.921,92	642.679,92	64.267,99	3.213,40	12.268,80	960,00	3.600,00	14.539,80	741.529,91
Super Napkin Tissue		984	592.758,00	48.000,00	640.758,00	1.921,92	642.679,92	64.267,99	3.213,40	12.268,80	960,00	3.600,00	14.539,80	\$ 741.529,91

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

**TABLA # 32**

**GASTOS DE IMPORTACIÓN**

<b>Gastos de Importación</b>	
Fedatario \$100x cada contenedor	\$ 2.400,00
Estiba	\$ 1.200,00
Tasa corpei 0.025% del FOB	148,19
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 3.748,19</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

**TABLA # 33**

**SUELDOS**

Sueldos		a	b	c	d	e	f = (a - d)	g = (f x 12) + b + c	h = (e x 12)	i = (g + h)
Empleado	Cargo	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Personal IESS	Aporte Patronal IESS	Sueldo Neto Mes	Sueldo y Beneficios Anual	Aporte Patronal Anual	Gasto Sueldo Anual Neto
Ángela Guzmán	Gerente General	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 318,00	\$ 233,75	\$ 303,75	\$ 2.266,25	\$ 30.013,00	\$ 3.645,00	\$ 33.658,00
María de Lourdes Martínez	Asistente de Importaciones	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 318,00	\$ 65,45	\$ 85,05	\$ 634,55	\$ 8.632,60	\$ 1.020,60	\$ 9.653,20
Nicolás Guzmán	Contador	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 318,00	\$ 84,15	\$ 109,35	\$ 815,85	\$ 11.008,20	\$ 1.312,20	\$ 12.320,40
Luis Pérez	Bodeguero	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 29,73	\$ 38,64	\$ 288,27	\$ 4.095,20	\$ 463,64	\$ 4.558,85
Patricia Gómez	Vendedor	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 318,00	\$ 65,45	\$ 85,05	\$ 634,55	\$ 8.632,60	\$ 1.020,60	\$ 9.653,20
<b>TOTALES</b>		<b>\$ 5.118,00</b>	<b>\$ 5.118,00</b>	<b>\$ 1.590,00</b>	<b>\$ 478,53</b>	<b>\$ 621,84</b>	<b>\$ 4.639,47</b>	<b>\$ 62.381,60</b>	<b>\$ 7.462,04</b>	<b>\$ 69.843,65</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

**TABLA # 34****SERVICIOS BÁSICOS**

<b>Servicios Básicos</b>	<b>Mes</b>	<b>Año</b>
Luz	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Agua	\$ 35,00	\$ 420,00
Internet & Teléfono (Claro)	\$ 50,00	\$ 600,00
Celular	\$ 45,00	\$ 540,00
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 230,00</b>	<b>\$ 2.760,00</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

**TABLA # 35****SUMINISTROS DE OFICINA**

<b>Suministros de Oficina</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unit</b>	<b>Total</b>
Resmas de papel A4	4	3,00	12,00
Grapas	2	0,60	1,20
Borradores	2	1,00	2,00
Marcadores	2	2,00	4,00
Plumas	2	2,00	4,00
Resaltadores de colores	2 cajas	2,20	4,40
Lápiz	3 cajas	1,80	5,40
Sacapunta	4 cajas	2,50	10,00
Liquid Paper	5 cajas	3,00	15,00
Cinta Scotch	6 cajas	0,80	4,80
Rollos de papel para sumadora	2	1,50	3,00
Carpetas	3 paquetes	1,00	3,00
Sobre manilas	3 paquetes	1,00	3,00
Hojas impresas con logo	1 resma	5,00	5,00
Clic	12 cajitas	0,50	6,00
Sacagrapas	2	1,30	2,60
Goma	2	0,95	1,90
Separadores de colores	4 paquetes	1,00	4,00
Sellos	2	3,60	7,20
Grapadoras	4	2,50	10,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 108,50</b>

Elaborado y fuente por: El Autor

**TABLA # 36**

**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

<b>Gastos Administrativos</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Prec. Unit</b>	<b>Total</b>
Tachos de basura	1	2,00	2,00
Escobas	1	1,10	1,10
Trapeador	1	5,50	5,50
Balde	1	1,80	1,80
Fundas para basura	5 paquetes	1,50	7,50
Desinfectantes	2 galones	4,50	9,00
Ambientales	1	1,00	1,00
Café	2 frascos	3,00	6,00
Te	4 cajas	0,90	3,60
Azúcar	2 paquetes	1,50	3,00
Dispensador de agua	1	60,00	60,00
Papel Higiénico	1	0,60	0,60
Jabón	1	0,70	0,70
Botiquín	1	24,00	24,00
Microondas	1	80,00	80,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 205,80</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

**TABLA # 37**  
**BALANCE GENERAL**

<b>Balance General</b>			
<b>THUERKAUF S.A Importadora de Papel</b>			
<b>Del 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2013</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>CAJA BANCO</b>	81.242,37	OBLIGACIONES BANCARIAS	101.033,05
<b>CUENTAS POR COBRAR</b>	75.388,87	IVA POR PAGAR	14.293,96
<b>DOCUMENTOS POR COBRAR</b>	5.742,40		
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>162.373,65</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>115.327,01</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
<b>ACTIVOS FIJO</b>			
<b>MUEBLES DE OFICINA</b>	1.165,00		
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>	1.292,86	CAPITAL	800,00
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	80,00	UTILIDAD DEL EJERCICIO	48.233,35
<b>DEPRECIACION ACUMULADA</b>	-		
	551,14		
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>1.986,72</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>49.033,35</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>164.360,36</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$164.360,36</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

**TABLA # 38**

**ACTIVOS**

<b>Muebles de Oficina</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Prec. Unit</b>	<b>Total</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Depreciación</b>
Escritorio para cada área	4	120,00	480,00	10%	48,00
Muebles sala de espera	1	100,00	100,00	10%	10,00
Sillas de oficina	4	35,00	140,00	10%	14,00
Sillas sencillas	3	15,00	45,00	10%	4,50
Aires acondicionados	1	400,00	400,00	10%	40,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.165,00</b>		<b>\$116,50</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

**TABLA # 39**

**EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

<b>Equipos de Computación</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Prec. Unit</b>	<b>Total</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Depreciación</b>
Computadora	4	300,00	1.200,00	33%	396,00
Impresoras	2	46,43	92,86	33%	30,64
<b>TOTAL</b>			<b>1.292,86</b>		<b>\$426,64</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

**TABLA # 40**

**EQUIPOS DE OFICINA**

<b>Equipos de oficina</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Prec. Unit</b>	<b>Total</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Depreciación</b>
Telefax	1	40,00	40,00	10%	4,00
Teléfonos	4	10,00	40,00	10%	4,00
<b>TOTAL</b>			<b>80,00</b>		<b>\$8,00</b>

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

**TABLA # 41**

**FINANCIAMIENTO CFN**

<b>THUERKAUF S.A. Importadora de Papel</b>				
<b>Financiamiento</b>				
<b>Capital</b>	\$ 120.000,00			
<b>Plazo</b>	5 años			
<b>Tasa efectiva</b>	11,20%	anual	0,93%	mensual
<b>Pagos</b>	60 meses			
<b>Dividendo</b>	\$ 2.621,08			
<b>Total a pagar</b>	\$ 157.264,54			
<b>Préstamo Comercial</b>				
<b>Tabla de Amortización Gradual</b>				
<b>Periodos</b>	<b>Intereses</b>	<b>Capital</b>	<b>Dividendos</b>	<b>Saldo</b>
<b>0</b>				120.000,00
<b>1</b>	1.120,00	1.501,08	2.621,08	118.498,92
<b>2</b>	1.105,99	1.515,09	2.621,08	116.983,84
<b>3</b>	1.091,85	1.529,23	2.621,08	115.454,61
<b>4</b>	1.077,58	1.543,50	2.621,08	113.911,11
<b>5</b>	1.063,17	1.557,91	2.621,08	112.353,21
<b>6</b>	1.048,63	1.572,45	2.621,08	110.780,76
<b>7</b>	1.033,95	1.587,12	2.621,08	109.193,64
<b>8</b>	1.019,14	1.601,94	2.621,08	107.591,70
<b>9</b>	1.004,19	1.616,89	2.621,08	105.974,82
<b>10</b>	989,10	1.631,98	2.621,08	104.342,84
<b>11</b>	973,87	1.647,21	2.621,08	102.695,63
<b>12</b>	958,49	1.662,58	2.621,08	101.033,05
<b>13</b>	942,98	1.678,10	2.621,08	99.354,95
<b>14</b>	927,31	1.693,76	2.621,08	97.661,18
<b>15</b>	911,50	1.709,57	2.621,08	95.951,61
<b>16</b>	895,55	1.725,53	2.621,08	94.226,09
<b>17</b>	879,44	1.741,63	2.621,08	92.484,45
<b>18</b>	863,19	1.757,89	2.621,08	90.726,57
<b>19</b>	846,78	1.774,29	2.621,08	88.952,27
<b>20</b>	830,22	1.790,85	2.621,08	87.161,42
<b>21</b>	813,51	1.807,57	2.621,08	85.353,85
<b>22</b>	796,64	1.824,44	2.621,08	83.529,41
<b>23</b>	779,61	1.841,47	2.621,08	81.687,94
<b>24</b>	762,42	1.858,65	2.621,08	79.829,29
<b>25</b>	745,07	1.876,00	2.621,08	77.953,28
<b>26</b>	727,56	1.893,51	2.621,08	76.059,77
<b>27</b>	709,89	1.911,18	2.621,08	74.148,59
<b>28</b>	692,05	1.929,02	2.621,08	72.219,56

29	674,05	1.947,03	2.621,08	70.272,54
30	655,88	1.965,20	2.621,08	68.307,34
31	637,54	1.983,54	2.621,08	66.323,80
32	619,02	2.002,05	2.621,08	64.321,75
33	600,34	2.020,74	2.621,08	62.301,01
34	581,48	2.039,60	2.621,08	60.261,41
35	562,44	2.058,64	2.621,08	58.202,77
36	543,23	2.077,85	2.621,08	56.124,92
37	523,83	2.097,24	2.621,08	54.027,68
38	504,26	2.116,82	2.621,08	51.910,86
39	484,50	2.136,57	2.621,08	49.774,29
40	464,56	2.156,52	2.621,08	47.617,77
41	444,43	2.176,64	2.621,08	45.441,13
42	424,12	2.196,96	2.621,08	43.244,17
43	403,61	2.217,46	2.621,08	41.026,70
44	382,92	2.238,16	2.621,08	38.788,54
45	362,03	2.259,05	2.621,08	36.529,50
46	340,94	2.280,13	2.621,08	34.249,36
47	319,66	2.301,42	2.621,08	31.947,95
48	298,18	2.322,89	2.621,08	29.625,05
49	276,50	2.344,58	2.621,08	27.280,48
50	254,62	2.366,46	2.621,08	24.914,02
51	232,53	2.388,54	2.621,08	22.525,47
52	210,24	2.410,84	2.621,08	20.114,64
53	187,74	2.433,34	2.621,08	17.681,30
54	165,03	2.456,05	2.621,08	15.225,25
55	142,10	2.478,97	2.621,08	12.746,27
56	118,97	2.502,11	2.621,08	10.244,16
57	95,61	2.525,46	2.621,08	7.718,70
58	72,04	2.549,03	2.621,08	5.169,66
59	48,25	2.572,83	2.621,08	2.596,84
60	24,24	2.596,84	2.621,08	0,00

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor



**TABLA # 43**

**ESTADO DE RESULTADO.**

<b>Estado de Resultados Proyectado</b>	
THUERKAUF S.A Importadora de Papel	
Del 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2013	
<b>Ventas</b>	<b>904.666,49</b>
<b>Costo de Bienes Vendidos</b>	741.529,91
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>163.136,58</b>
<b>Gastos Operativos</b>	
<b>Sueldos &amp; Salarios</b>	69.843,65
<b>Servicios Básicos</b>	2.760,00
<b>Arriendo</b>	10.800,00
<b>Transporte</b>	14.400,00
<b>Suministros de oficina</b>	108,50
<b>Depreciación</b>	551,14
<b>Gastos Varios</b>	205,80
<b>Gastos de Importación</b>	3.748,19
<b>Gastos Operativos</b>	102.417,28
<b>Gastos financieros</b>	12.485,95
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$48.233,35</b>

Elaborado por: El Autor

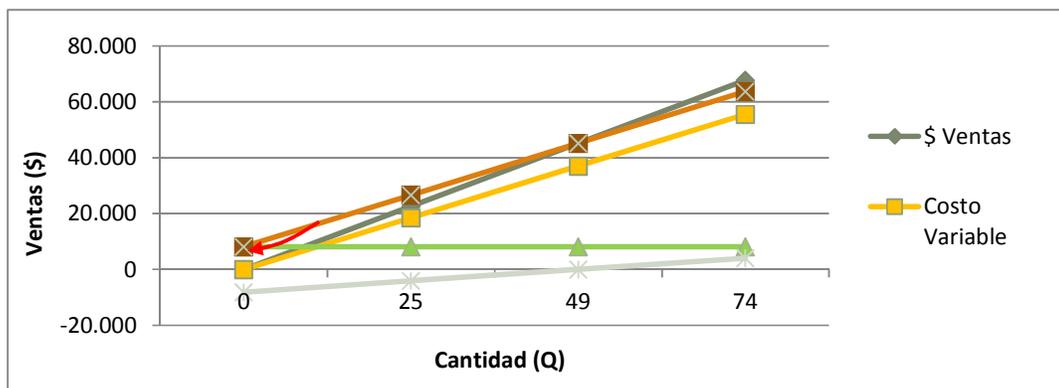
Fuente: El Autor

TABLA # 44

PUNTO DE EQUILIBRIO

Datos		
Precio Venta	919,38	
Coste Unitario	753,59	
Gastos Fijos Mes	8.150,30	
Pto. Equilibrio	49	unidades al mes
Ventas Equilibrio	45.197	dólares

		PÉRDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	25	49	74
\$ Ventas	0	22.599	45.197	67.796
Costo Variable	0	18.523	37.047	55.570
Costo Fijo	8.150	8.150	8.150	8.150
Costo Total	8.150	26.674	45.197	63.721
Beneficio	-8.150	-4.075	0	4.075
Para alcanzar el punto de equilibrio se debe vender 49 unidades por mes				
es decir 588 bobinas anuales				



Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

**TABLA # 45**

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

<b>VENTAS</b>	904.666,49				
<b>COSTOS FIJOS</b>	97.803,65	Disminuye 15%	Disminuye 10%	Aumenta 10%	Aumenta 15%
<b>COSTOS VARIABLE</b>	758.629,49	<b>VENTAS</b>			
<b>GANANCIA</b>	48.233,35				
		768.966,52	814.199,85	995.133,14	1.040.366,47
<b>COSTOS VARIABLE</b>	644.835,07	26.327,80	71.561,13	252.494,43	297.727,75
	682.766,54	-	33.629,65	214.562,95	259.796,28
	834.492,44	-	-	-	-
		163.329,57	118.096,25	62.837,05	108.070,38
	872.423,92	-	-	-	-
		\$201.261,05	\$156.027,72	\$24.905,58	\$70.138,90

Elaborado por: El Autor

Fuente: El Autor

## **CAPÍTULO 7**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **7.1 CONCLUSIONES**

Para concluir, a continuación se detallará varios puntos destacados durante el desarrollo del Plan de Marketing e introducir el Papel Tissue de la Empresa Levent Kagit domiciliada Turquía, en el Mercado Ecuatoriano.

El presente proyecto ha sido desarrollado en base a la función que tiene la mayoría de las empresas dedicadas a la producción y comercialización de servilletas a nivel nacional, para satisfacer las necesidades de sus clientes brindando un producto de calidad a un precio no bajo sino razonable acorde al nuestro Mercado.

En el desarrollo del presente del FODA se establecieron las diferentes oportunidades y amenazas que se presentan en el mercado las cuales se transforman en directrices que disminuyen las posibilidades de fracaso gracias a un análisis situacional, el mismo que también permite definir la situación actual, es decir delinea sus fortalezas y debilidades para con el entorno, logrando una orientación al cumplimiento de los objetivos, en los diversos escenarios que surjan para la empresa.

Finalmente la evaluación financiera realizada en base al proyecto permite determinar la viabilidad del mismo, tomando en cuenta los resultados, en los cuales los parámetros manejados como la TIR del 95.80%; el VAN \$ 521.408,19; muestran resultados muy alentadores para poner en marcha al proyecto, logrando que la empresa siga creciendo.

Aplicar y desarrollar el plan de marketing para introducir el papel y darnos a conocer a nivel nacional al mercado con el fin de obtener rentabilidad y alcanzar el objetivo planteado.

## **7.2 RECOMENDACIONES**

Es de vital importancia para nuestra empresa plantearse estrategias adecuadas que le permita desarrollarse de tal manera que cumpla con todas las expectativas de nuestros clientes, planteándose objetivos y estrategias pertinentes para seguir creciendo y posicionarnos en el mercado ecuatoriano.

Es recomendable trabajar puntualmente en las debilidades que posee, de tal forma que podamos enfrentarnos al mercado y por ende aprovechar las oportunidades que se le presentan en el mismo.

En base a lo expuesto anteriormente se recomienda poner en marcha el Plan de Marketing, debido a que es un proyecto viable, el cual permitirá posicionar de mejor manera el Papel Tissue y de esta manera alcanzar una mayor participación en nuestro mercado.

Se recomienda dar cumplimiento a los tiempos de tránsitos de las cargas hasta el Puerto de Guayaquil cumpliendo a cabalidad el cronograma de la producción del papel en Turquía respaldado con una orden de compra, de tal modo que nuestros objetivos puedan ser alcanzados en base a lo planificado, sin incurrir en costos extras que no se hayan sido tomados en cuenta, evitando sobrepasar el presupuesto.

Aprovechar al máximo los requerimientos con nuestro proveedor para abastecernos de materia prima para tener un stock grande en nuestras bodegas y poder así ofrecer a los clientes una adecuada eficiencia que permitirá fidelizar y captar nuevos clientes.

### 7.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO			
	SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
REVISIÓN Y ANÁLISIS DE LA IDEA DEL PROYECTO			X													
PRESENTACIÓN DEL PERFIL				X												
APROBACIÓN DEL PERFIL			X	X												
INICIO DE LA REALIZACIÓN DE TESIS			X	X	X											
REALIZACIÓN DE ENCUESTAS A PERSONAS DE GUAYAQUIL							X									
REUNIONES CON EL TUTOR				X	X		X	X		X			X		X	
OBSERVACIÓN DE CAMPO								X								
INVESTIGACIÓN EN UNIVERSIDADES LOCALES Y BIBLIOTECAS									X							
OBTENCIÓN DE DATOS										X						
ESTRUCTURA COMPLETA DE LA TESIS											X					
COSTEO DEL PROYECTO														X		
TESIS REVISADA Y APROBADA POR EL TUTOR PARA SU PRESENTACIÓN															X	
PRESENTACIÓN DE LA TESIS																X

## 7.4 FUENTE DE TEXTOS BIBLIOGRÁFICOS

1. García Hortal, José a. (2007). fibras papeleras. Barcelona. Ediciones UPC
2. Principios de mercadeo / Alberto Céspedes Sáenz. -- 5a ed. -- Bogotá: Ecoe Ediciones, 2008. 407 p.: il. ; 24 cm. 1. Marketing 2. Segmentación del mercado 658.8 C48
3. Peñaloza, Marlene. El mix de marketing: una herramienta para servir al cliente. Venezuela: Red Actualidad Contable Faces, 2005. p 4.
4. Ferrell, Hartline Lucas (2002) “Estrategias de marketing” 2da. Edic. Edit. Thomson, México. Editorial Thomson
5. Osorio Arcila, Cristóbal, Diccionario de Comercio Internacional, México, Grupo Editorial Iberoamérica, 1995, p, 48.
6. Art. 109 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones
7. Art. 55 Ley del Régimen Tributario Interno
8. Corporación Financiera Nacional, “Estudio del sector productor de papel en el Ecuador 2012
9. Arancel Nacional Integrado. Partida 48.03.09.00.

## 7.5 FUENTES DE INTERNET

1. [http://www.ecured.cu/index.php/Papel\\_tissue](http://www.ecured.cu/index.php/Papel_tissue)
2. [http://es.wikipedia.org/wiki/Servilleta\\_de\\_papel](http://es.wikipedia.org/wiki/Servilleta_de_papel)
3. [www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml](http://www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml)
4. <http://www.iesg.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>
5. <http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa/>
6. <http://www.sri.gob.ec>
7. <http://www.bce.fin.ec/>
8. [:http://www.ekosnegocios.com/negocios/](http://www.ekosnegocios.com/negocios/)
9. [: http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_import.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action)
10. [Cámara Marítima del Ecuador http://www.camae.org](http://www.camae.org)
11. [http://sice1.aduana.gob.ec/aduana/arancel/.](http://sice1.aduana.gob.ec/aduana/arancel/)

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**  
**FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO DE LA TESIS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TÍTULO: Importación de Papel Tissue de Origen Turco y su Aplicación en el Desarrollo de Producción de Servilleta a Nivel Nacional.

Autor: Ángela Stefany Guzmán Muñoz.

Director: Eco. Lucia Pico, MBA

Entidad que auspicio la tesis

Financiamiento: SI      NO: X      PREPAGADO:      POSGRADO:

FECHA DE ENTREGA DE TESIS: 17 de Septiembre del 2013

GRADO ACADÉMICO OBTENIDO

176 páginas, 9 libros, 11 fuentes de consulta en internet, 7 anexos.

**RESUMEN EJECUTIVO**

Se trata de un análisis en el sector servilletero, implementado en septiembre del 2013, en la provincia del guayas, En el primer capítulo analizaremos las generalidades y el producto, conoceremos la historia del papel tissue, las características, composición y producción en la planta de Levent Kagit en Turquía, Así mismo conoceremos la marca del papel y sus aplicaciones. Para el segundo capítulo realizaremos un análisis efectivo de la empresa con sus descripciones indicando su misión, visión, valores empresariales, aspectos legales y estructura orgánica con su respectivo organigrama y manual de funciones por departamento y además se realiza un análisis del propio entorno mediante un FODA, estableciendo los objetivos y estructura como empresa. En el tercer capítulo se realiza un adecuado análisis del estudio de mercado, determinando la demanda potencial y realizando un análisis del mercado de proveedores en el exterior, el mercado ecuatoriano,

importaciones en el Ecuador y la competencia. También se realizaron encuestas para conocer la aceptación del producto y la empresa y justificar la importación del mismo. En el cuarto capítulo conoceremos el plan de marketing que llevaremos a cabo, en el cual implementaremos estrategias de ventas, de posicionamiento del mercado, atención al cliente, proceso de servicios y los medios de publicidad para la introducción de nuestra empresa. En el quinto capítulo refleja el proceso para la importación del papel, en el cual detalla los requisitos necesarios que esto conlleva como es los documentos de acompañamiento, registro del importador, así mismo detallamos el procedimiento y pago de tributos, forma de negociación con el proveedor, modalidad de pago, convenio de pago del flete internacional, ilustraremos un ejemplo de esta importación a consumo y de la autoliquidación los valores generados a cancelar a la aduana, analizaremos la partida arancelaria que utilizaremos y finalmente anexaremos los documentos utilizados como es la factura, packing list, BL, certificado de origen, póliza de seguros y fotos del contenedor. En el sexto capítulo nos presenta todo lo referente al análisis financiero de la empresa. En el séptimo capítulo se establecieron las conclusiones y recomendaciones que fueron encontradas durante el desarrollo de cada uno de los capítulos, para aportarlo a las futuras investigaciones.

**PALABRAS CLAVES:** “IMPORTACION DE PAPEL TISSUE DE ORIGEN TURCO Y SU APLICACIÓN EN EL DESARROLLO DE PRODUCCION DE SERVILLETAS A NIVEL NACIONAL”, Importación, Papel Tissue, Estudio de Mercado, Análisis FODA.

**UNIVERSITY INTERNATIONAL OF ECUADOR**  
**FACULTY AND REGISTRATION FORM OF THE THESIS**  
**THE FACULTY CIENCIE ADMINISTRATIVE**  
**INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL**

TITLE: Tissue Paper Import of Turkish origin and its app on Napkin Production  
Development Nationwide

Author: Ángela Stefany Guzman Muñoz

Directed by: Lucia Eco Pico, MBA

Entity that sponsored the thesis

Funding: YES                      NO:    X                      :PREPAID                      :GRADUATE:

THESIS DUE DATE: September 17, 2013

ACADEMIC DEGREE OBTAINED

176 pages, 9 books, 11 online reference sources, seven annexes

**EXECUTIVE SUMMARY**

This is a napkin sector analysis, implemented in September 2013, in the province of Guayas

The first chapter covers the general aspects of the product such as the history of tissue paper, its characteristics, composition and production at plant Levent Kagit in Turkey as well as paper brands and current applications.

The second chapter will attain to carry out an effective analysis of the company description such as mission, vision, corporate values , legal and organizational structure which is backed up by organizational charts as well as manuals per department plus a SWOT analysis which sets up goals and structures of the company.

The third chapter will conduct an adequate market research analysis by determining the potential demand, providers located abroad, Ecuadorian market, imports in Ecuador and

competition. Also surveys on both product and company acceptance have been conducted the latter will justify the quantity of material to be imported.

In the fourth chapter will raise awareness of marketing plan to be carried out, which will implement sales strategies, market positioning, customer service, process services as well as media advertising as a tool to introduce our company.

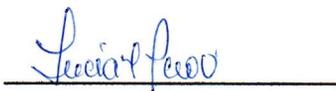
Fifth chapter will reflect the import process of the paper, which details the requirements involved in all the accompanying documentation such as registration of the importer, foreign trade taxes procedure, negotiation on payment conditions with the provider , payment method , payment agreement on international freight fees, we will illustrate with an example the process of import reverse-charge mechanism as well as generated values to be cancelled to customs, we will analyze the tariff heading to be applied in this case and finally will attach documentation such as commercial invoice , packing list , BL (Bill of Lading) , certificate of origin, insurance policy and pictures of the container.

Sixth chapter shows a complete scenario of the financial analysis of the company

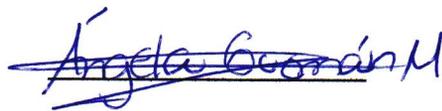
In the seventh chapter set out the conclusions and recommendations that were found out throughout each of the chapters, as a contribution to future research.

KEY WORDS: "IMPORT OF TURKISH TISSUE PAPER AND ITS APPLICATION IN THE DEVELOPMENT OF NAPKIN PRODUCTION NATIONWIDE" Import, Tissue Paper , Market Research, SWOT Analysis .

#### **FIRMAS**



**DIRECTOR**



**GRADUADO**

**ANEXOS DOCUMENTOS**  
**DE IMPORTACIÓN**

**ANEXO # 1**

**ORDEN DE COMPRA**



KM. 10 ½ VIA A DAULE Mz 404, Solar 3

Teléfonos: 04 2277168 - 04 2103619; Telefax: 04 2103673

e-mail: [thuerkaufimportadoradepapel@gmail.com](mailto:thuerkaufimportadoradepapel@gmail.com)

Guayaquil, Junio 01 del 2013

PEDIDO ST-01 15-06-2013

**PROVEEDOR:** LEVENT KAGIT (TURKEY)

**Atención:** Sr. Mehmet Onguen

Las necesidades del Papel son las que detallo a continuación:

PAPEL		CANTIDAD	PRECIO	VALOR
Ancho	Gramaje	(T.M.)	FOB T.M. (USD)	TOTAL (USD)
20 cm.	21 gr.	43.9	1125.00	49387.50
TOTAL		43.9	1125.00	49387.50

**PRODUCTO:** LEVPEC SUPER (NAPKIN PAPER)

**DERECHOS ARANCELARIOS:** 10%

**FORMA DE PAGO:** 50% Pedido, 50% Contra embarque

**TOLERANCIA/EMBARQUE:** +- 5%, en unidades y valores.

**FECHA DE EMBARQUE:** 1RA SEMANA DE JULIO DEL 2013

**DIAMETRO EXTERIOR DE BOBINAS:** 110 CM.

**DIAMETRO INTERIOR:** 7.62cm. (3 pulgadas)

Atentamente,

**ÁNGELA GUZMAN MUÑOZ**

ANEXO # 2

FACTURA

**LEVENT KAGIT SANAVI VE TICARET A.S**  
**Kemapalsa Yolu 25 Km, 35170**  
**Ulucak Koyu Kemapalsa IZMIR- TURKEY**  
**Tel: +90-232-877 04 16 - Fax: +90-232-877 06 74**  
**e-mail: leventkagit@leventkagit.com.tr**

**DATE:** 01/07/2013  
**No.** 145

**Name: THUERKAUF IMPORTADORA DE PAPEL S.A**  
**RUC: 0926132358001**  
**Direccion: Km 10,5 Via a Daule Mz 404 Solar 03,Guayaquil- Ecuador**  
**Tel 593-4-2277168**

**INVOICE**

QUALITY	PRICE	Q (TM)	TOTAL(USD)
LEVPEC SUPER (NAPKIN PAPER)	1125	43,9	49.387,50
1 PLY			
WEIGHT: 21 GSM			
R.W: 20 CM, O.D: 115 CM			
HS CODE: 48,03			
	TOTAL USD	43,9	49.387,50

**FOB- IZMIR**

PAYMENT	21693,75 USD Advance payment, 21693,75 USD BEFORE
BANK	LOADING
ACCOUNT	HALKBANKAS Pinarbasi Ticari Branch /609
SWIFT CODE	LEVENT KAGIT SAN TIC A.S No. 53000535
BANK No	TRHBTR2A
SHIPMENT	TR94 001 2009 6090 0053 0005 35
LOADING	2 X 40 HIGH CUBE
	WEEK 1 JULY

ANEXO # 3  
PACKING LIST

<b>LEVENT KAGIT SANAVI VE TICARET A.S</b>				<b><u>PACKING LIST</u></b>
Kemapalsa Yolu 25 Km, 35170 Ulucak Koyu Kemapalsa IZMIR- TURKEY Tel: +90-232-877 04 16 - Fax: +90-232-877 06 74 e-mail: <a href="mailto:leventkagit@leventkagit.com.tr">leventkagit@leventkagit.com.tr</a>				Page 1 of 1
ref. # : ST-01 15-06-2013				DATE: July 5, 2013
				CONTAINER NO.: MEDU8322140
For: THUERKAUF S.A IMPORTADORA DE PAPEL Port: Guayaquil - Ecuador				SEAL NO.: 2187606
<b>Description:</b> LEVPEC SUPER ( NAPKIN PAPER)				
Q T	Product description	Roll #	Net & Gross Weight/kg	Manifest#
1	Napkin Paper 21 gsm WIDTH 20" CM	TCKU913599 1	21950	6792
1	Newsprint 45 gsm WIDTH 48" (122CM)	TR140992914	21950	6792
<b>82</b>	<b>ROLLS</b>		<b>43900</b>	<b>kgs</b>

**ANEXO # 4**  
**PÓLIZA DE SEGURO QBE**



1012326

THUERKAUF S. A

LEVENT KAGIT

Turquía

Guayaquil

Bodega del Asegurado

Marítimo

Levent	82	Rolls	\$ 49.387,50
		LEVPEC SUPER (NAPKIN PAPER)	
		Flete Internacional	\$ 4.000,00
		Total USD	\$ 53.387,50
		Según Factura 145	

160,16 USD

Cobertura: Todo Riesgo  
Cobertura: Todo Riesgo

**ANEXO # 5**

**CERTIFICADO DE ORIGEN**

1. Ihracatci	<b>No J 262808</b>		
	<b>ORIGINAL</b>		
Consignator			
Expedietur			
	<b>MENSE SAHADETNAMENSI</b>		
LEVENT KAGIT SAN VETIC A.S			
KEMAPALSA ASFALTI 25 KM 15 35170			
KEMAPALSA TURKEY	<b>CERTIFICATE OF ORIGIN</b>		
	<b>CERTIFICAT D ORIGINE</b>		
<i>Ahci</i>	<b>3. Mense Ulkesi</b>		
Consignee	<b>Country of origin</b>		
Destinataire	<b>Pays d origin</b>		
			<b>TURKEY</b>
<b>THUERKAUF S.A IMPORTADORA DE PAPEL</b>	<b>5. Gozlemler</b>		
KM 10,5 VIA A DAULE MZ 404 SOLAR 03- GUAYAQUIL ECUADOR	Remarks		
RUC: 0926132358001 TELF: 593 4 2277168	Remarques		
	<b>ORIGINAL</b>		
4, Tasimaya Iskin Bilgiler ( Tercihe Bagil )			
Transport Details ( Optional)			
<b>By Ship</b>			
6. Sira No Kolilerin marku ve isarelieri sayi ve ulreli esyanin tanimi	7, Miktar		
Item number, marks, numer and kind of packages, description of goods	Quantity		
Numero d ordre- Marques, numeros, nombre et nature des colis Designation des marchandises	Quantitie		
82 ROLLS	43900 KG		
LEVPEC SUPER ( NAPKIN PAPER)			
8. TURKEY			
IZMIR CHMABER COMMERCE	06/07/2013		
IZMIR 06/07/2013			



# ANEXOS FOTOS DE LA CARGA EN FCL HC 40”



