



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

TEMA:

Factibilidad para la exportación de calzado de cuero para caballeros desde el cantón
Guano a Chile

AUTORAS:

Escalante Sellán, Daniella Lissette
Villanueva Briones, Madelyne Beatriz

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

TUTOR:

Ec. Coello Cazar, David, Mgs.

Guayaquil, 13 de septiembre del 2019



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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Escalante Sellán, Daniella Lissette y Villanueva Briones, Madelyne Beatriz,** como requerimiento para la obtención del título de Ingenieras en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe

TUTOR:

Ec. Coello Cazar, David, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

Guayaquil, 13 de septiembre del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Escalante Sellán, Daniella Lissette

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: Factibilidad para la exportación de calzado de cuero para caballeros desde el cantón Guano a Chile, previo a la obtención del título de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, 13 de septiembre del 2019

LA AUTORA

Escalante Sellán, Daniella Lissette



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Villanueva Briones, Madelyne Beatriz

DECLARO QUE:

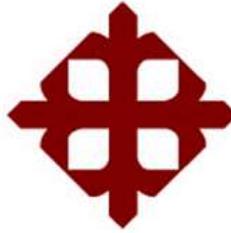
El Trabajo de Titulación: Factibilidad para la exportación de calzado de cuero para caballeros desde el cantón Guano a Chile, previo a la obtención del título de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, 13 de septiembre del 2019

LA AUTORA

Villanueva Briones, Madelyne Beatriz



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

AUTORIZACIÓN

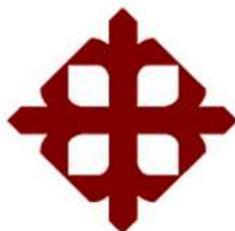
Yo, Escalante Sellán, Daniella Lissette

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Factibilidad para la exportación de calzado de cuero para caballeros desde el cantón Guano a Chile, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 13 de septiembre del 2019

LA AUTORA:

Escalante Sellán, Daniella Lissette



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

AUTORIZACIÓN

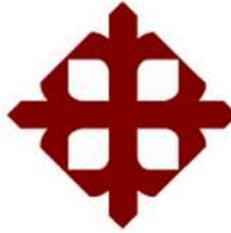
Yo, Villanueva Briones, Madelyne Beatriz

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Factibilidad para la exportación de calzado de cuero para caballeros desde el cantón Guano a Chile, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 13 de septiembre del 2019

LA AUTORA:

Villanueva Briones, Madelyne Beatriz



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

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado: Factibilidad para la exportación de calzado de cuero para caballeros desde el cantón Guano a Chile, presentado por las estudiantes **Escalante Sellán, Daniella Lissette y Villanueva Briones, Madelyne Beatriz** fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 1% por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND

Documento	Trabajo de titulación Escalante-Villanueva final.doc (D54992745)
Presentado	2019-08-23 20:15 (-05:00)
Presentado por	David Coello (david.coello@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	david.coello.ucsg@analysis.orkund.com

1% de estas 57 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.


Ec. Coello Cazar, David, Mgs.
TUTOR

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme la sabiduría y la capacidad para cumplir mis metas, a mis padres, Maritza Sellán y Fernando Escalante, por ser mi apoyo incondicional y darme ánimos para seguir adelante, agradezco infinitamente a mi abuelita Isabel Moreira porque aun desde el cielo es y será mi total motivación.

De manera especial agradezco a mi enamorado, Brian Blakman, porque él fue un constante apoyo durante éste proceso.

Quiero agradecer a mi compañera de tesis Madelyne, por trabajar juntas para culminar nuestra carrera y al mismo tiempo por ser mi mejor amiga de toda la vida.

De igual forma agradezco a mi tutor el Econ. David Coello por sus enseñanzas y por ser un excelente guía para la realización del presente trabajo.

Daniella Escalante Sellán

En primer lugar, le doy gracias a Dios por todas las experiencias vividas tanto buenas como malas que me llevaron a este momento tan importante de mi vida, como lo es la culminación de mi carrera universitaria.

A mis padres, Julio Villanueva y Beatriz Briones, por siempre estar junto a mi brindándome su apoyo y amor incondicional; a mis hermanas, Doménica y Ashley Villanueva, por ser parte de mi vida y reconfortarme en momentos difíciles; y a mis tías, Mónica Briones y Eva Medina, por cuidarme desde muy pequeña, demostrándome siempre su cariño y apoyo.

Un agradecimiento especial a mí enamorado, Kevin Terán, por siempre buscar sacarme sonrisas en los momentos difíciles de mi vida y más que nada por estar conmigo en cada paso de este camino, demostrándome su amor y confianza en mí.

Quiero agradecer también a mi mejor amiga y compañera de tesis, Daniella, por todos los momentos y recuerdo compartidos durante todos estos años.

Finalmente agradezco a mi tutor el Ec. David Coello por ser un gran maestro y guía durante el desarrollo de este trabajo.

Madelyne Villanueva Briones

DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente trabajo a mi mamá quien ha sido mi pilar fundamental toda la vida, a mi papá por su constante apoyo.

De manera muy especial le dedico éste logro con todo el amor del mundo a mi abuelita que desde el cielo espero se sienta muy orgullosa de mi, y por culminar ésta etapa de mi vida.

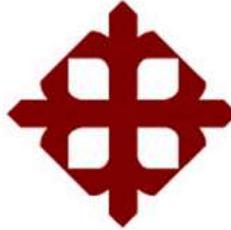
A mi enamorado por sus palabras de aliento cada vez que lo necesitaba, por su paciencia e incondicional amor a lo largo del camino.

Daniella Escalante Sellán

Dedico el presente trabajo a mis padres quienes son la principal razón de mí existir; a mis hermanas por brindarme su apoyo en todo momento. A mis tías por siempre confiar en mí y demostrarme de cualquier forma su cariño.

De manera especial le dedico el presente trabajo a mi enamorado por todas las fuerzas, el aliento y el amor brindado durante todo este camino.

Madelyne Villanueva Briones



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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ec. Coello Cazar, David, Mgs.

TUTOR

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Econ. Guim Bustos, Paola, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA

Ab. Amasilia Ycaza de Emén

OPONENTE



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

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Escalante Sellán, Daniella Lissette	
Villanueva Briones Madelyne Beatriz	

Econ. Coello Cazar, David, Mgs.

TUTOR

Tabla de Contenidos

Introducción	2
Capítulo Uno: Generalidades del Trabajo.....	4
Antecedentes	4
Justificación	5
Planteamiento y Formulación del Problema	6
Objetivos	7
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos.	7
Preguntas de investigación.....	7
Delimitación.....	8
Limitaciones.....	8
Capítulo Dos: Marco Conceptual, Referencial y Metodológico	9
Marco Conceptual.....	9
Estudio de Factibilidad.....	9
Estudio de mercado.....	9
Las cinco fuerzas de Porter.	9
Análisis PESTEL.	11
Mercado meta.....	11
Oferta.	11
Demanda.	12
Estudio técnico.....	12
Plan de Exportación.	12
Estudio Económico Financiero	12
Código armonizado	13
Incoterms.....	13
Free on Board (FOB)	13
Cost Insurance and Freight (CIF).....	13
Less than Container load (LCL).....	13
Full Container Load (FCL)	13
Marco Referencial.....	14
Teoría del Mercantilismo.	14
Teoría de la ocupación, el interés y el dinero.....	14
Teoría Ventaja Comparativa	14
Teoría de la Firma.	15

Cooperativismo y Gestión de Operaciones.....	16
Estudios y trabajos relacionados con producción y exportación de calzado de cuero.	16
Instituciones, leyes, normas y reglamentos que norman la producción y exportación de calzado de cuero.....	17
Marco Legal Ecuador.....	17
<i>Instituciones</i>	17
<i>Leyes</i>	19
<i>Normas y Reglamentos</i>	19
Marco Legal Chile	19
<i>Instituciones</i>	19
<i>Normas y Reglamentos</i>	20
Reglamento de rotulación de calzado	20
Preferencias arancelarias para Ecuador.....	20
Acuerdo Comercial Ecuador – Chile	21
Marco Metodológico.....	22
Método.	22
Enfoque.....	22
Alcance.	22
Diseño.	22
Población y Muestra.	23
Instrumentos.....	23
Capítulo Tres: Estudio del entorno y del mercado meta	25
País importador: Chile	25
Análisis Político, Económico y Social.....	25
Análisis político.	25
Análisis económico.....	27
Análisis social.	29
Cinco Fuerzas de Porter del Mercado de Destino.....	29
Mercado Meta	31
Segmentación.....	31
Hábitos de consumo.	32
Estimación de la demanda y precio del producto.....	32
Capítulo Cuatro: Estudio Técnico.....	37
Estudio de Localización.....	37
Sector artesanal.	38
Diseño y descripción del producto.....	38

Proceso de producción.....	39
<i>Diseño</i>	39
<i>Modelaje o patronaje</i>	39
<i>Corte</i>	39
<i>Desbaste</i>	40
<i>Costura</i>	40
<i>Montaje</i>	41
<i>Acabado</i>	43
Capacidad de Producción.....	43
Especificaciones del producto.....	45
Sistema de control de calidad.....	45
Plan de Exportación.....	46
Estrategia de negociación.....	47
Incoterm.....	49
Registro de exportador.....	50
<i>Como obtener el registro de exportador</i>	50
Estudio Logístico.....	51
<i>Afianzador de aduana</i>	51
<i>Freight forwarder o consolidador</i>	51
<i>Almacenaje</i>	52
<i>Transporte local</i>	52
<i>Embalaje</i>	52
<i>Presentación del producto</i>	52
Proceso de exportación.....	53
<i>Etapa de pre embarque</i>	53
<i>Etapa de post embarque</i>	53
Preferencia arancelaria en Chile.....	54
Certificado de origen.....	54
Financiamiento.....	55
Corporación Financiera Nacional (CFN).....	55
BanEcuador.....	56
<i>Microcrédito</i>	56
<i>Pyme</i>	56
Capítulo Cinco: Estudio Financiero.....	58
Costos de producción.....	58
Otros Costos y Gastos.....	58

Precio de Venta al Público	60
Precio en FOB.....	60
Proyecciones de Ingresos y Egresos	61
Flujo de caja.....	62
Rentabilidad del Proyecto	62
Estimación de la tasa de descuento para el proyecto	62
Tasa Interna de Retorno	63
Valor Presente Neto	63
Análisis de sensibilidad.....	63
Conclusiones y Recomendaciones	65
Conclusiones.....	65
Recomendaciones	67
Referencias.....	68
Apéndices.....	73

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Análisis comparativo situación de la Industria del calzado 1991-2017</i>	27
Tabla 2 <i>Indicadores de crecimiento de Chile</i>	28
Tabla 3 <i>Principales países exportadores de calzado desde 2014 hasta 2018</i>	33
Tabla 4 <i>Variación Porcentual anual desde 2014 hasta 2018</i>	35
Tabla 5 <i>Exportaciones Ecuador partida 640351 del 2014 - 2018</i>	36
Tabla 6 <i>Producción de calzado de cuero</i>	44
Tabla 7 <i>Materia Prima para la elaboración de calzado</i>	45
Tabla 8 <i>Empresas importadoras de calzado por categoría</i>	48
Tabla 9 <i>Lista de las empresas importadoras en Chile para el siguiente categoría de productos (zapaterías)</i>	48
Tabla 10 <i>Costos de producción de calzado (semanal-mensual)</i>	58
Tabla 11 <i>Costos de embalaje</i>	59
Tabla 12 <i>Costos de Transporte local</i>	59
Tabla 13 <i>Costos de Exportación</i>	59
Tabla 14 <i>Gastos de Feria Internacional</i>	60
Tabla 15 <i>Precio de exportación</i>	61
Tabla 16 <i>Flujo de caja</i>	62

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Las cinco fuerzas que dan forma a la competencia. Tomado de “Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia”, por Michael Porter, 2008.	10
<i>Figura 2.</i> Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Chile. Tomado de Trade Map, (2019).	35
<i>Figura 3.</i> Afiche Promocional de Guano. Tomado del Municipio de Guano, (2019).	37
<i>Figura 4.</i> Proceso de Producción de calzado de cuero. Elaborado por autoras	39
<i>Figura 5.</i> Proceso de Producción – Corte.	40
<i>Figura 6.</i> Proceso de Producción – Desbaste.	40
<i>Figura 7.</i> Proceso de Producción – Costura.	40
<i>Figura 8.</i> Proceso de Producción – Montaje.	41
<i>Figura 9.</i> Proceso de Producción – Montaje.	41
<i>Figura 10.</i> Proceso de Producción – Montaje.	42
<i>Figura 11.</i> Proceso de Producción – Montaje.	42
<i>Figura 12.</i> Proceso de Producción – Montaje.	42
<i>Figura 13.</i> Proceso de Producción – Montaje.	43
<i>Figura 14.</i> Proceso de Producción – Acabado.	43
<i>Figura 15.</i> Registro de exportador en el Ecuapass – Tomado de ProEcuador, 2017.	51
<i>Figura 16.</i> Análisis de sensibilidad.	63

Índice de Apéndices

Apéndice A: RTE INEN 08	90
Apéndice B: Reglamentos Técnicos en Chile.....	98
Apéndice C: Ejemplo de Certificado de Origen	102
Apéndice D: Cotizaciones.....	103
Apéndice E: Visita a Guano.....	109

Resumen

El presente trabajo de investigación buscó determinar la factibilidad de la exportación de calzado de cuero para caballeros desde el cantón Guano a Chile. Debido al ingreso desmedido de calzado proveniente principalmente de China y Brasil, la producción de calzado nacional se ha visto afectada ya que los ecuatorianos prefieren adquirir el producto importado de otra nación sobre el local debido a sus bajos costos en el caso de los chinos y a calidad en el caso de los brasileros. A través de una investigación sobre el mercado de calzado del país destino y entrevistas realizadas a algunos productores del cantón Guano, se determinó que el mercado chileno es una buena oportunidad para la exportación del calzado de cuero elaborado en el cantón Guano, debido a que Chile presenta una demanda que no es abastecida por su producción nacional. Al final con los resultados obtenidos en el estudio financiero se concluyó que éste proyecto resulta rentable y beneficioso para los productores de calzado del cantón Guano.

Palabras Clave: (factibilidad, calzado de cuero, Guano, exportación, Chile,)

Abstract

The present research work looked for to determine the feasibility of exporting leather footwear for men from Canton Guano to Chile. As a consequence, to the excessive income of footwear mainly from China and Brazil, the production of domestic footwear has been affected; due to Ecuadorians prefer to purchase imported products from another nation over the local because of its low costs in the case of Chinese products and quality in the case of Brazilians products. Through research on the footwear market in the destination country and interviews with some producers in Guano, it was determined that the Chilean market is a good opportunity for the export of leather footwear made in Guano, because Chile has a demand that is not supplied by its domestic production. At the end with the results obtained in the financial study it was concluded that this project would be profitable and beneficial for the footwear producers of Guano.

Keywords: *(feasibility, leather footwear, Guano, exports, Chile,)*

Introducción

Ecuador por muchos años ha sido catalogado como un país agrícola y consumidor de productos terminados importados. Se le ha atribuido este término debido a que con el paso de los años hasta la actualidad el total de sus exportaciones siempre han sido menores al total de sus importaciones. Con el afán de que exista una mejora en la economía del país, por medio del impulso de las exportaciones no tradicionales, este trabajo busca analizar y determinar la factibilidad de exportar calzado de cuero para caballero elaborado en el Canto Guano con destino a Chile.

El trabajo se enfocó en este sector debido a que esta ha sido uno de los más afectados debido a la entrada desmedida de calzado proveniente del exterior como China y Brasil. Por otro lado, se eligió a Chile como mercado destino debido a las buenas relaciones comerciales que existen en la actualidad entre Ecuador y Chile, y a la situación actual del sector de calzado.

Para una mejor comprensión del trabajo, en el capítulo dos de la investigación se definen algunos términos técnicos necesarios los cuales se detallan en el marco conceptual; con respecto al marco teórico se menciona la Teoría del Mercantilismo, de la Ocupación – el interés y el dinero, la Ventaja Comparativa, entre otras. En el ámbito legal se tomó en cuenta ciertos artículos del INEM, SENA, Servicio Nacional de Aduana de Chile, Acuerdo de Complementación Económica y de la Súper Intendencia de Economía Popular y Solidaria relacionados con la exportación y al calzado. En cuanto a la metodología utilizada para la elaboración de este trabajo es deductiva, con un enfoque mixto, con alcance descriptivo-explicativo, debido a que los mismos ayudan a especificar los factores relacionados con el tema investigado. El diseño empleado en este trabajo es el no experimental y las herramientas a utilizar son la entrevista y la encuesta; aunque debido a la falta de información no se pudieron llevar a cabo las encuestas como se planeó.

Para determinar si el mercado destino elegido es la opción indicada se realizó un estudio del entorno, el cual se encuentra detallado en el capítulo tres del presente trabajo. Para tener una perspectiva completa sobre el mercado al que se desea ingresar se realizó un análisis político, económico y social sobre la situación actual de Chile en cada uno de los mismos; de acuerdo a estos se determinó que el país elegido representa una buena oportunidad para la entrada del producto ecuatoriano en base al crecimiento económico que ha presentado los últimos años, el consumo constante de calzado de sus habitantes, entre otros. Adicional a esto se realizó un análisis de las cinco fuerzas de Porter sobre el mercado de calzado chileno como es su

comportamiento frente a nuevos competidores la rivalidad entre los mismos, los compradores, los proveedores. En este capítulo se determinó el mercado meta y la segmentación del mismo; se detallaron los hábitos de consumo de calzado en Chile basándose en datos recolectados por la FEDECAL; para finalizar el capítulo se estimó la posible demanda en base a los datos de las importaciones de zapatos de Chile en los últimos cinco años, al promediar las variaciones porcentuales de los valores importados se concluyó que la demanda chilena podría incrementar en un 9.09% anualmente.

Ya determinada la posible demanda, el capítulo cuatro se enfocó en la producción de calzado en Guano para esto se tomó en cuenta los datos obtenidos en las entrevistas realizadas a los cinco de los productores acerca del tiempo en el mercado, sus costos, precios, los proveedores, etc. En este capítulo también se habla acerca del proceso de producción, se estimó la producción mensual y se detallaron las especificaciones del producto y las normas a acatar para que el producto entre sin ningún problema a Chile. Para finalizar el capítulo se detalló el plan de exportación planteándose la estrategia de negociación; eligiendo el incoterm que se va a utilizar que en este caso será el FOB; se detalló el proceso de exportación paso a paso junto con los documentos necesarios y las diferentes opciones de financiamiento.

En el capítulo final de esta investigación se habla sobre los costos de producción de calzado como se obtuvieron adicional se calcula la producción estimada tanto semanal como mensual, se establece el precio de exportación del producto según el incoterm FOB. Se calculan otros costos y gastos incurridos para poder exportar el producto como el embalaje y los costos de transporte nacional. En base a estos datos se realizó el flujo de caja del proyecto para determinar su Tasa Interna de Retorno o TIR y así determinar la rentabilidad del mismo.

Capítulo Uno: Generalidades del Trabajo

Antecedentes

Ecuador, a través de la historia, se ha caracterizado por ser un país dedicado a la exportación de materia prima a diferentes lugares del mundo y al mismo tiempo importar productos y servicios listos para el consumo o de mayor valor agregado. Debido a esto, una de las principales metas u objetivos de la nación en los últimos años ha sido el lograr un notable crecimiento y mejora en la economía del país a través de la planeación e implementación de diferentes estrategias que le permitan recuperar el saldo de la Balanza Comercial.

Para esto, una de las principales acciones que se llevó a cabo fue el cambio de la matriz productiva que a partir del año 2010 cuenta con un movimiento significativo en el país. En esencia, este proyecto busca que Ecuador comercialice a nivel internacional productos listos para el consumo, es decir productos con un valor agregado, y así de esta manera darle un giro a la situación dando como resultado la generación de mayores ingresos. La denominada Matriz Productiva toma a consideración y al mismo tiempo como prioridad a 14 sectores productivos como lo son: alimentos, biotecnología, confecciones y calzado, energía renovable, industria farmacéutica; entre otros y 5 industrias estratégicas como: son la refinería, el astillero, petroquímica, metalurgia y la siderúrgica (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012).

La participación del sector del calzado dentro del mercado merece un alto grado de atención así como también de exactitud ya que últimamente ha sido variada; el ingreso masivo de zapatos asiático a Ecuador a inicio de este milenio fue de tal magnitud que el mercado nacional se vio claramente afectado, y se reflejó en la perdida de participación del calzado nacional. En parte se debió a que los costos de estos productos importados eran considerablemente bajos para provenir de otro continente debido a que hace en ese entonces no existía ningún tipo de barreras que impidan o generen ciertas restricciones en el ingreso de estos productos al país. A pesar de que en los últimos años la producción nacional ha recuperado parte del territorio, es claro notar que tampoco se ha establecido como un producto de buena calidad en el mercado lo cual se ve en la clara preferencia de la población por el zapato extranjero.

En el sector artesanal se han buscado diferentes maneras para poder lograr un incremento en su producción pero hay muchas barreras que lo impiden tales como la falta de conocimientos técnicos en los procedimientos requeridos, la falta de estudios, la ignorancia ante los requerimientos en cuanto a documentación se refiere, principalmente la falta de recursos

económicos para estas personas que por lo general recurren a un préstamo bancario para poder poner en marcha un negocio, los cuales en algunos casos son negados.

En Ecuador existen varias comunidades, localizadas principalmente en la región Sierra, que por años han sido considerados como lugares que cuentan con un alto potencial de producción pero que lastimosamente no tuvieron la oportunidad de crecer ni recibieron el apoyo de las respectivas entidades públicas de cada uno de los pueblos a los cuales les pertenecía. El cantón Guano es el principal exponente para productos de este tipo, y es conocido como la capital Artesanal del Ecuador. Está geográficamente localizado en la provincia de Chimborazo, y es protagonista de ésta problemática, cuenta con un reconocimiento a nivel nacional de producir hermosas artesanías y calzado de cuero.

De acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021; en el objetivo número uno (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades, 2017) se establece el mejorar la calidad de vida de la población y para lograr esto es necesario que exista una justa remuneración por el trabajo que con esfuerzo generan día a día los pobladores del cantón Guano con la elaboración y comercialización de sus propios productos a base de cuero; aunque ante la posibilidad de que el mercado nacional no sea la mejor opción para llevar a cabo este plan, no es descabellado el fijar un mercado fuera de la nación, el cual a pesar de que no haya nada que asegure la factibilidad de esto pueda generar el incentivo necesario para sacar adelante este sector.

Justificación

En la actualidad, uno de los temas de gran relevancia e impacto es la globalización ya que para ciertas personas genera aceptación mientras que para otras genera rechazo, pero por otro lado se le debe de reconocer que esta ha contribuido de cierta forma al crecimiento económico, social y cultural de los pueblos. Las transacciones comerciales con otros países son vistas como una puerta abierta de acceso a tratados con países de primer mundo, últimamente el Ecuador se ha enfocado en seguir desarrollando la exportación de materias primas y elaboradas de los principales productos no tradicionales: frutas, flores, textiles, cuero, etc.

En la presente investigación se va a trabajar con la primera línea de investigación de la carrera de Comercio y Finanzas Internacionales que comprende la identificación, estudio y análisis de sectores exportadores no tradicionales en el Ecuador, la relevancia de esta es el proceder con un análisis de factibilidad para la exportación de un producto no tradicional a un nuevo mercado con la finalidad de expandirse y crear nuevos puntos de destino a donde pueda

llegar el producto ecuatoriano. En este caso el sector en el que se va a trabajar es en el de cuero y sus derivados, que a su vez ocupa un importante lugar en la economía de nuestra nación y es uno de los principales elementos del desarrollo social de las comunidades artesanales que se dedican a la fabricación y comercialización de estas manufacturas.

Cuando se implementa una participación de transacciones comerciales entre dos o más países es importante establecer o determinar las normas bajo las cuales se va a trabajar, es decir los acuerdos que vayan a regular dicha actividad comercial, y que ambos países en este caso Ecuador y Chile se vean beneficiados con el único fin de incrementar el comercio y sus ganancias (Agencia EFE, 2018).

En una reunión llevada a cabo en el Palacio de Carondelet el 24 de Octubre del 2018 se manifestó que las relaciones comerciales entre estas dos naciones han incrementado en un 40% durante los dos últimos años debido al intercambio bilateral de inversiones además de los buenos lazos comerciales, según lo manifestado por el Presidente de la Cámara de Comercio chilena, Peter Hill (Agencia EFE, 2018).

A su vez en dicha reunión se anunció la firma de un acuerdo entre la Cámara de Comercio de Quito y Chile con el fin de que el intercambio comercial entre ambos países aumente.

Es así que pasa a ser importante el realizar este análisis de exportación del calzado de cuero del cantón Guano en la Provincia de Chimborazo para que se puedan dar a conocer los productos que elaboran al mercado extranjero en este caso Chile, con el fin de incrementar sus ingresos y a su vez elevar la calidad de vida. La presente investigación tiene como finalidad beneficiar a los artesanos que laboran en el sector mediante un análisis a las exportaciones del calzado de cuero al mercado chileno.

Planteamiento y Formulación del Problema

Este trabajo aborda un problema con enfoque positivo, ya que busca evaluar, y crear nuevas plazas de empleo a través de la industria de calzado, cabe destacar que tal industria fue afectada por la entrada desmedida de calzado importado, en su mayoría de origen chino, por lo que el Gobierno tomó una medida arancelaria para el calzado que provenga del extranjero, inicialmente consistió en la aplicación de una salvaguardia para los zapatos de USD 5 la unidad, más un 10% de recargo sobre el valor, un año después el Gobierno decidió aplicar un arancel mixto de USD 3 por cada unidad de zapatos más 10% sobre el valor del producto. Posteriormente en junio del año 2017 con la eliminación de las salvaguardias, los productos

provenientes de varios países volvieron a escalar. China fue el principal origen de las importaciones con \$ 38 millones y una participación en el mercado de 31% (Diario El Comercio, 2017).

La idea surge debido a la expansión que se ha venido dando en el sector de calzado, que genera empleo de forma directa o indirecta a un aproximado de 100.000 personas. Como era de esperarse con ese tipo de medidas arancelarias, la demanda de calzado ecuatoriano aumentó. A pesar de que aún existen nichos que se resisten al calzado nacional, pequeños y medianos talleres de calzado se han visto beneficiados por este aumento en la demanda, pero requieren de más tecnología y capacitación para lograr un mejor resultado.

Por lo antes expuesto, la formulación del problema es la siguiente ¿Qué tan factible es exportar calzado de cuero del cantón Guano al mercado chileno?

Objetivos

Objetivo general.

Determinar la factibilidad para la exportación de calzado de cuero para caballeros desde el cantón Guano a Chile.

Objetivos específicos.

En base al objetivo general, se plantean los siguientes objetivos específicos que serán desarrollados a lo largo del presente trabajo de titulación:

- 1) Revisar la fundamentación teórica, conceptual y metodológica en la que se basa el proyecto de factibilidad.
- 2) Realizar un estudio del entorno y del mercado para determinar la demanda del producto.
- 3) Determinar la capacidad de producción y la localización del proyecto mediante un estudio técnico.
- 4) Determinar la rentabilidad financiera de la exportación de calzado al mercado de destino bajo diferentes escenarios.

Preguntas de investigación

- 1) ¿Cuál es la fundamentación teórica, conceptual y metodológica en la que se basa el proyecto de factibilidad?
- 2) ¿Cuál es la demanda del calzado de cuero para hombre en el mercado destino?
- 3) ¿Cuál es la producción de calzado de cuero para hombre en el cantón de Guano para exportar?

- 4) ¿Es factible financieramente la exportación de calzado de cuero para caballero al mercado destino?

Delimitación

Se llevará a cabo un análisis que indique la factibilidad o no de la exportación, de calzado de cuero para caballero desde Guano, provincia de Chimborazo República del Ecuador. Al ser este un análisis no se ve la necesidad de la creación de una empresa para llevarlo a cabo ya que para esto se hará base en datos que serán recolectados directamente de los artesanos de este lugar por medio de entrevistas. El estudio iniciará desde Mayo del año 2019 hasta agosto del año 2019.

Este trabajo está diseñado bajo la perspectiva de brindarles el presente trabajo de investigación a los productores de calzado del cantón Guano para que puedan utilizar el mismo como una guía que les ayude a expandir su producción a un mercado internacional. Esto quiere decir que el presente trabajo de titulación no desarrolla la creación de una empresa intermediaria entre los productores de calzado y el mercado chileno. Por lo tanto, en el capítulo financiero se incluirán los costos de producción promedio, datos generales de inversión inicial y un detalle de todos los costos y gastos de exportación con el incoterm FOB.

Limitaciones

La falta de datos probablemente es un aspecto que puede llegar a limitar el alcance de este trabajo de investigación, debido a que no es de fácil accesibilidad obtener estadísticas actualizadas correspondientes a los últimos años las cuales permitirían tener una idea más clara del movimiento actual en el mercado, de cierta forma puede llegar a ser un obstáculo significativo para poder encontrar una tendencia.

La disponibilidad de los productores de Guano y la predisposición para acceder a ellos a través de entrevistas o encuestas es una limitación que se espera encontrar durante la etapa de trabajo de campo. Tanto la disponibilidad como la predisposición pueden afectar el tamaño de muestra de las encuestas que se esperan realizar y de las cuales se detalla en el siguiente capítulo.

Capítulo Dos: Marco Conceptual, Referencial y Metodológico

Marco Conceptual

En el presente trabajo de titulación se incluye la descripción de los principales conceptos en los que se fundamenta el estudio. Estos conceptos serán utilizados y analizados en el presente capítulo en los posteriores.

Estudio de Factibilidad.

Un estudio de factibilidad se lo define como un medio de para determinar la viabilidad de un proyecto basándose en los diferentes posibles riesgos con el fin de evitar cualquier mala inversión de fondos o recursos.

Todos los objetivos impuestos en cualquier estudio de factibilidad o viabilidad se los puede resumir en tres puntos, en la investigar y comprobar la existencia de un mercado potencial o de una necesidad sin satisfacer, probar que se dispone de todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto y por último ratificar que existan beneficios social, económico, financiero o ambiental ya sea en la producción de determinado bien o en un servicio (Miranda, 2005).

Por otro lado, un estudio de factibilidad además de determinar si un proyecto es viable o no, se lo usa también para distinguir entre diferentes opciones o alternativas y así tener la capacidad de aceptar o rechazar el proyecto (Sapag Chain, Sapag Chain, & Sapag Puela, 2008).

Estudio de mercado.

Un estudio de mercado es el conjunto de actividades que se realizan con el fin de determinar la posible aceptación de un producto o servicio (Oferta) en determinado mercado (Demanda), analizando los diferentes canales de distribución y precios.

En cualquier estudio de mercado se busca comprobar la viabilidad de lanzar al mercado el producto o servicio, investigar y determinar que canales se usan o se podrían usar para distribuir o comercializar el producto y establecer la demanda, saber las características y la ubicación de los consumidores potenciales. (Sapag Chain, Sapag Chain, & Sapag Puela, 2008)

Las cinco fuerzas de Porter.

Las 5 fuerzas de Porter es un análisis de la estructura de una industria, el cual determina la viabilidad de comercializar cierto producto en la industria que se investiga, basándose en los 5 factores de este método.

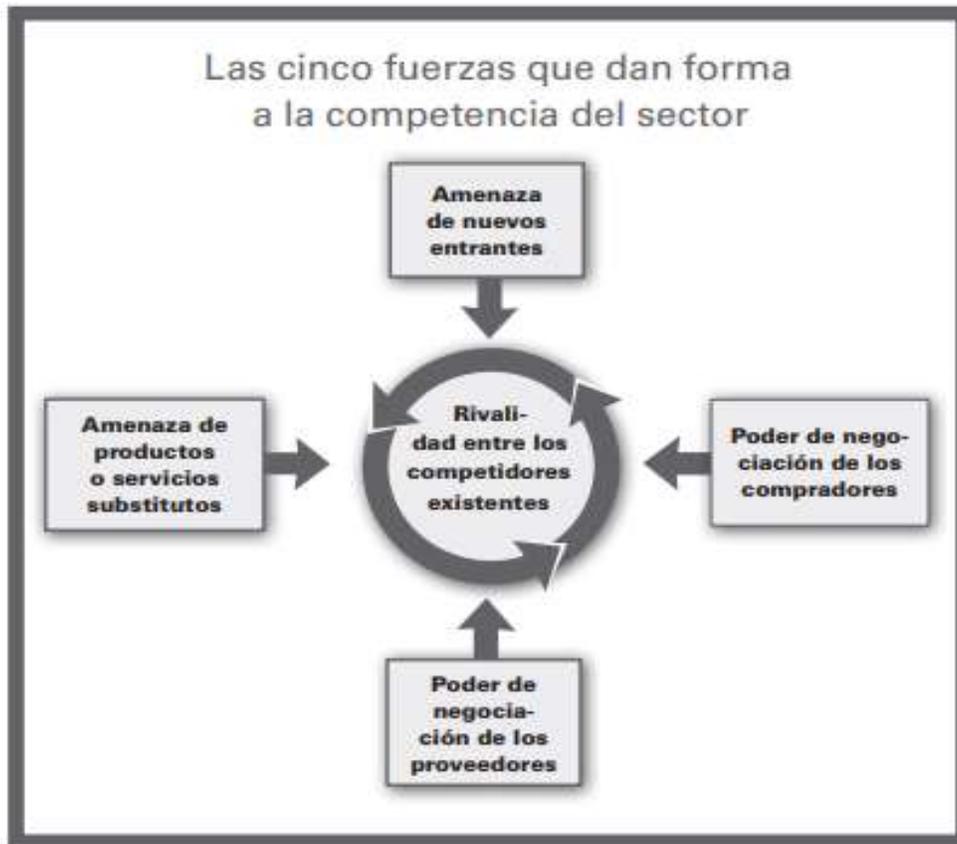


Figura 1. Las cinco fuerzas que dan forma a la competencia. Tomado de “Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia”, por Michael Porter, 2008.

Amenaza de entrada: De acuerdo con Porter la entrada de nuevos competidores a una industria influencia en el comportamiento de los precios, costos y en la tasa de inversión para competir (Porter, 2008).

El poder de los proveedores: Según Porter los proveedores poderosos o que dominan el mercado suelen subir sus precios e imponerlos obteniendo mayor rentabilidad para ellos (Porter, 2008).

El poder de los compradores: Por otro lado, están los clientes poderosos cuyo objetivo es satisfacer sus necesidades ya sea con un producto de excelente calidad o servicio, lo cual implica mayores costos, pero pagando el menor precio posible (Porter, 2008).

La amenaza de los sustitutos: Los productos sustitutos son aquellos que pueden cumplir la misma función o una similar de un productor por diferentes medios. Esto representa un gran problema de rentabilidad para el producto a no ser que se le imponga una barrera de distinción ya sea por el desempeño o la publicidad (Porter, 2008).

La rivalidad entre los competidores existentes: el problema con la rivalidad entre los competidores es que limitan la rentabilidad debido a que lanzan ofertas o descuentos nuevos productos o que emplean sus recursos en mejorar la publicidad de los mismos (Porter, 2008).

Análisis PESTEL.

Un análisis PESTEL nos ayuda a realizar un estudio a nivel macroeconómico de un proyecto o empresa, las oportunidades que puedan tener y las amenazas que se puedan presentar. Este análisis toma en cuenta seis factores que son: político, Económico, social, Tecnológico, ecológico y legal.

Aspectos Políticos: son todos los aspectos políticos tanto local, regional o nacional que rijan o guarden relación con las actividades que vayas a llevar a cabo (Villacorta Tilve, 2010).

Aspectos Económicos: Son aquellas variables que afecten directamente el poder adquisitivo del mercado al que se desea dirigir (Villacorta Tilve, 2010).

Aspecto Social: Se lo relaciona a todos los aspectos como la cultura, costumbres, entre otros que afectan que puedan influir en sus decisiones de compra (Villacorta Tilve, 2010).

Aspecto Tecnológico: Se relaciona a la tecnología que se utiliza o es necesaria para llevar a cabo el producto o el servicio que se plantea ofrecer al mercado (Villacorta Tilve, 2010).

Aspecto Ecológico: Esto envuelve a la relación que exista, ya sea directa o indirectamente, entre las actividades que se llevan a cabo para producir el bien o servicio a ofrecer y el medio ambiente.

Aspecto Legal: Son todas las leyes o normativas que afecten al proyecto o la empresa.

Mercado meta.

El mercado meta es el segmento de mercado que se desea satisfacer o captar por medio de un programa de marketing, con el objetivo final de obtener una utilidad.

De acuerdo a (Kotler, 2013) el mercado meta "consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir".

Oferta.

La oferta es la cantidad de un bien o servicio que una persona o empresa tiene disponible para la venta a cambio de un valor monetario.

Según (Fisher & Espejo, 2011), la oferta se refiere a "la cantidad de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado".

Demanda.

Es la cantidad que los individuos del mercado objetivo están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades.

De acuerdo a (Fisher & Espejo, 2011) "la cantidad de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado".

Estudio técnico.

Un estudio Técnico es aquel en donde se consideran los aspectos técnicos necesarios en el uso eficiente de los recursos en la producción de un bien o producto y determina la localización óptima, los procesos técnicos y análisis administrativo.

De acuerdo a (Miranda, 2005) un estudio de mercado se define como:

Diferentes opciones de tamaño y su relación con el mercado; alternativas de localización y criterios para su definición; identificación y selección de procesos técnicos utilizables; aproximación al modelo administrativo tanto para el período de ejecución como para la operación; y definición en lo posible de las actividades que se desarrollarán en la etapa de ejecución y su cronología, para determinar en lo posible el momento de puesta en marcha.

Plan de Exportación.

El plan de exportación es un documento que asiste en la planeación de la viabilidad del emprendimiento o proyecto, también ayuda a definir competencia, precios del mercado exterior al que se planea dirigir, productos demandados, logística y otras actividades realizadas durante la exportación.

Según (Lerma Kirchner & Marquez Castro, 2010) un plan de exportación es un documento que ayuda al empresario a tener una perspectiva más clara sobre hacia donde conducir su trabajo y como poder competir con su producto o servicio en un mercado internacional.

Estudio Económico Financiero

Un estudio financiero es un análisis que busca establecer la capacidad de una empresa o si un nuevo emprendimiento o inversión podrá ser rentable o viable financieramente.

Según (Miranda, 2005) el estudio financiero es un "presupuesto y cronología de las inversiones, estimadas en forma agregada y basadas en cotizaciones actualizadas".

Código armonizado

De acuerdo al (Ministerio de Comercio Exterior, 2017) en la Nomenclatura de Designación y Codificación de mercancías del Ecuador:

Sección XII: calzado, sombreros y demás tocados, paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas, y sus partes; plumas preparadas y artículos de plumas; flores artificiales; manufacturas de cabello.

Capítulo 64 Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos.

64.03 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.

6403.51 Que cubran el tobillo (p.227).

La subpartida arancelaria que se va a aplicar en el presente trabajo de titulación es la 6403.51

Incoterms

Su acrónimo significa International Commercial Terms, son términos internacionales con los cuales se determinan o se acuerda las condiciones de la entrega de la mercadería entre el importador y el exportador, cada uno de estos términos tiene 3 letras (Siatigroup, 2011).

Free on Board (FOB)

El incoterm FOB que significa franco a bordo se lo usa cuando el vendedor toma la responsabilidad de la mercadería hasta que la misma está a bordo del buque (Siatigroup, 2019).

Cost Insurance and Freight (CIF)

El CIF es un incoterm que lo usa cuando el vendedor se encarga de contratar el flete marítimo y el seguro del mismo, es decir que el vendedor se hace responsable de la mercadería hasta que la misma llegue al puerto destino (Siatigroup, 2019).

Less than Container load (LCL)

De acuerdo a (iContainers, 2018) este modo de envío es cuando la mercadería enviada no llega a llenar un contenedor por lo cual es enviada junto con la mercadería de otros exportadores o importadores.

Full Container Load (FCL)

De acuerdo a (iContainers, 2018), FCL es cuando la mercadería enviada ocupa el espacio total de un contenedor, es decir que no comparte espacio con ninguna mercadería de otro exportador o importador.

Marco Referencial

Teoría del Mercantilismo.

La teoría del mercantilismo nace entre el siglo XVI y el siglo XVII, la cual se basa a la definición de que el oro y la plata son los componentes más importantes que conforman el patrimonio económico de un país y que a su vez existe la necesidad de incrementar la exportación antes que la importación, ésta teoría mencionaba que mientras más exportaciones existan en una nación se incrementaría su riqueza y por ende mayor sería el poder que adquiriera.

La teoría hace referencia a que con las ganancias que generen las exportaciones se pagarían las importaciones, y coloca al Estado en un papel fundamental frente a la restricción de importaciones para que ésta teoría se pueda cumplir (Lavados, 2017).

Teoría de la ocupación, el interés y el dinero.

En el siglo XX Keynes fue uno de los economistas que más protagonismo ha tenido, él insistía en rechazar lo que anteriormente había sido planteado por los grandes economistas clásicos, quienes no aplicaban según la economía que se estaba viviendo en el momento y concluían que cualquiera que intente aplicar supuestos o verlo de una manera diferente estaría cometiendo un error. Keynes consideraba que un empresario debe contar con previsiones al para poder comercializar un producto, haciendo referencia a la teoría general de la ocupación, el interés y el dinero en la cual afirma como toda producción tiene como finalidad la satisfacción de algún consumidor. Keynes en su libro de la teoría general de la ocupación, el interés y el dinero afirma que toda producción va a tener como finalidad la satisfacción de algún consumidor (Keynes, 2014).

Teoría Ventaja Comparativa

Luego de la aparición de la teoría de la ventaja absoluta de Smith, al no estar de acuerdo con todo el contexto de dicha teoría David Ricardo en 1817 postuló una alternativa la cual denominó como teoría de ventaja comparativa. Éste economista de origen británico afirmaba que un país no tenía una ventaja absoluta en la producción de ningún bien sin embargo debía sacar provecho de aquellos bienes en los que tenía una mayor ventaja comparativa. Un ejemplo claro de ésta teoría es el siguiente: existen dos países Alemania y Francia, y solo existen dos productos, cerveza y perfume, Alemania tarda 80 horas en producir una unidad de cerveza y 70 horas en producir una unidad de perfume mientras que Francia tarda 90 horas en producir una unidad de cerveza y 110 horas en producir una unidad de perfume. (Policonomics, 2017)

Como conclusión del ejemplo mencionado, Alemania es un país que tiene ventaja absoluta en la producción de ambos productos por lo tanto si nos basamos en la teoría planteada por Adam Smith estos países no deberían ejercer intercambios comerciales, pero para David ambos países deberían especializarse en el bien el que son más eficientes producir. De esta manera se busca incrementar el comercio internacional empleando menos horas en la producción del bien en el cual son más eficientes.

Según un estudio realizado en la ciudad de México demostró que al medir las ventajas comparativas se pudo ver el incremento en las exportaciones realizadas, las mismas que lo ubicarían al país en un nivel de competitividad, es decir éste método aun es aplicado en artículos y temas de investigación de actualidad. (Salazar Cantú, 2015)

En la ciudad de Colombia un estudio aplicado para analizar el comportamiento competitivo de las empresas productoras de calzado, reflejó una desventaja según los índices en cuanto a ventaja comparativa ya que las empresas no están capacitadas ni con el suficiente equipo tecnológico para asumir un escenario de internalización. En este caso la teoría fue aplicada se realizó el estudio pero las conclusiones mostraron un resultado no favorable para ésta nación (García Luna , 2013).

Teoría de la Firma.

La intención para emprender de las personas generalmente se materializa cuando se crea una empresa (Klein, 2016), o cuándo la empresa ya existe, dentro de la empresa se generan nuevos productos en lo que se conoce como intraemprendimiento (Trujillo & Guzman, 2008). Como toda empresa con fines de lucro, sus operaciones estarán encaminadas a maximizar sus beneficios y a corto plazo, “las empresas de una industria eligen el nivel de producción que maximiza sus beneficios” (Pindyck & Rubinfeld, 2009). Este trabajo de titulación estudia la situación de la comercialización de los productores de calzado del cantón Guano en Ecuador, que en su totalidad trabajan como artesanos/microempresarios. Esto significa que no existen el problema de agencia (Ross, 1973), puesto cada uno es propietario de su propio negocio.

Por lo mencionado anteriormente, el problema de maximización de los productores de calzado del cantón Guano se centra en la cantidad de producción, los costos derivados de producir y los demás costos fijos y variables relacionados a la exportación del bien al mercado de destino.

Cooperativismo y Gestión de Operaciones.

Como el propósito del trabajo es determinar si es factible la exportación de calzado de cuero para caballeros desde la Cámara Artesanal del cantón Guano a un mercado externo como Chile, se hace necesario buscar un mecanismo mediante el cual la cantidad demandada por dicho mercado pueda ser cubierta por la oferta ecuatoriana, ya que la producción de un solo microempresario no podrá abastecer los pedidos del exterior. Incluso si cada uno de los productores planifica individualmente su capacidad de producción, pueden presentarse problemas con el “ajuste entre la demanda real disponible y la capacidad disponible de producción” (Heizer & Render, 2007, p.366).

Se entiende por cooperativismo a la “tendencia a organizar un régimen de cooperación, especialmente en el orden económico y social” y al “movimiento tendente a promover sociedades cooperativas” (Real Academia Española, 2019). La Asamblea General de las Naciones Unidas declaró al 2012 como el año internacional de las cooperativas y se propusieron tres grandes metas: 1) Aumentar la conciencia pública sobre las cooperativas y sus contribuciones al desarrollo socioeconómico, 2) Promover la formación y crecimiento de cooperativas, y 3) Alentar a los gobiernos a establecer políticas, leyes y regulaciones que favorezcan la formación, el crecimiento y la estabilidad de las cooperativas (Saner, Yiu, & Filadoro, 2012).

Estudios y trabajos relacionados con producción y exportación de calzado de cuero.

Para el presente trabajo se tomó en consideración varios trabajos realizados con anterioridad similares al tema investigado en los cuales se observó que llegaron a conclusiones similares a favor de nuestro propósito ya que en ellas se demuestra que la exportación de calzado de cuero es factible.

Con respecto al mercado destino se lo cataloga como una buena oportunidad en la exportación de este tipo de producto, debido a que en Chile hay nichos de demanda insatisfecha de acuerdo al trabajo realizado en ese tiempo (Arguello Flores & Espinoza Ruiz, 2012).

Por otro lado, en algunos trabajos se mencionó que el mejor INCOTERM a utilizar en este tipo de proyecto es el FOB, justificando esto al hecho de que este brinda mayores beneficios y menos riesgos a ambas partes y también se menciona el hecho de que la mayoría de los brokers trabajan únicamente con este Incoterm (Elizalde Gonzales, 2016)

Actualmente en la Región Sierra del país existen más de cinco mil empresas pequeñas dedicadas a la elaboración de calzado, y para su elaboración es necesario el tener cuero

disponible, pero solo del 5% al 10% del ganado es empleado para esta actividad. En este trabajo indican que en Ambato el produce anualmente 24 millones de pares de zapatos el cual representa el 60% de la producción nacional (Tierra Piedra & Vargas Santana, 2019).

Es importante el recalcar que es estas investigaciones plantean que el promover este tipo de exportaciones a otros mercados generan nuevas fuentes de ingresos, así como también fuentes de trabajos (Elizalde Gonzales, 2016).

De acuerdo a los estudios financieros realizados en los trabajos de investigación revisados se pudo observar con positivismo que fueron a favor de las mismas, tanto el análisis de VAN como de la TIR fueron en beneficio de los proyectos, lo cual brinda una perspectiva favorable para la investigación que desarrollaremos (Cañizares Negrete, 2016).

Instituciones, leyes, normas y reglamentos que norman la producción y exportación de calzado de cuero.

Marco Legal Ecuador

Instituciones

Instituto Ecuatoriano de Normalización - INEN

En el Ecuador existe una entidad principal que es la encargada de las reglamentaciones técnicas se le denomina Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN, además es el principal eje del Sistema Ecuatoriano de Calidad, tiene como objetivo controlar la regulación que los bienes deben cumplir para que estos puedan ser distribuidos y comercializados dentro de el mismo territorio nacional, es la forma de cuidar y brindar mayor seguridad al consumidor, así como también el cuidado del medio ambiente y los derechos de seguridad que tienen todos los ciudadanos. En Enero del 2015 se publicó en el registro oficial ecuatoriano el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE 080 “Etiquetado de Calzado” mismo que entro en vigencia a partir de Enero del mismo año; aplicable para el calzado de producción nacional o importado que se comercialice dentro del territorio nacional, en el que se establece que la colocación de las etiquetas debe ser en ambos zapatos, adheridas sin opción a que estas se puedan desprender; de igual manera debe detallar los materiales del que están elaboradas cada una de las partes que componen estos artículos; la información del material deberá regirse acorde a lo descrito en la norma; el nombre del fabricante o importador también debe ser incluida en la etiqueta, así también el número de RUC y el país donde se fabrica el calzado. (Instituto Ecuatoriano de Normalización , 2017) Ver Apéndice A: RTE INEN 080Apéndice A: RTE INEN 08

Ministerio de Industrias y Productividad – MIPRO

Impulsar el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo. (MIPRO, 2015)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC

Es la institución pública encargada de toda la actividad estadística realizada en el Ecuador, dicha entidad proporciona datos estadísticos reales y actualizados que se realicen dentro del territorio ecuatoriano.

Súper Intendencia de Economía Popular y Solidaria

La Súper Intendencia de Economía Popular y Solidaria es una entidad técnica de supervisión y control de las organizaciones de la economía popular y solidaria, con personalidad jurídica de derecho público y autonomía administrativa y financiera, que busca el desarrollo, estabilidad, solidez y correcto funcionamiento del sector económico popular y solidario. (Super Intendencia de Economía Popular y Solidaria, 2019)

La economía popular y solidaria está conformada por integrantes los cuales organizan y desarrollan la comercialización, los procesos de producción, el financiamiento, el consumo todo con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores y generar futuros ingresos. (Súper Intendencia de Economía Popular y Solidaria, 2019)

La Economía Popular y Solidaria está integrada por diferentes organizaciones, en éste caso de estudio aplica la del sector asociativo, que según el artículo 18 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (2019) indica que éste sector es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada.

Leyes

Ley de comercio exterior e inversiones-LEXI

La ley de comercio exterior e inversiones más conocida como LEXI tiene como objeto: “Que el comercio exterior ecuatoriano mantiene una excesiva dependencia de las exportaciones petroleras y por tanto es prioritario impulsar el incremento y diversificación de exportaciones de otros productos, especialmente de los no tradicionales”. (Ley de Exportaciones e Importaciones , 1997)

Normas y Reglamentos

Requisitos de envasado y etiquetado para calzado

Según el Decreto N° 17 dictado el 13 de Enero del 2016 por el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, el rotulado del calzado es un requisito de gran importancia para que el producto se pueda exportar sin ningún inconveniente (Pedro Serrano Agencia de Aduana, 2019).

Código orgánico de la producción, comercio e inversiones

Libro V - Capítulo II - Del fomento y promoción de las industrias básicas

(Agregado por el Art. 36 de la Ley s/n, R.O. 405-S, 29-XII-2014).-Sin perjuicio de los incentivos para el desarrollo productivo y fomento a las exportaciones establecidas en el presente Código, el Estado promocionará las industrias básicas que aprovechen las materias primas provenientes de los recursos naturales renovables y no renovables, transformándolos en productos que luego sean requeridos por otras industrias para la fabricación de productos intermedios y finales. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2019)

Marco Legal Chile

Instituciones

Servicio Nacional de Aduanas de Chile

El Servicio Nacional de Aduanas de Chile es la entidad encargada de regular las operaciones de importación y exportación que se manejan en el país, es la encargada de dar a conocer los documentos que se requieren para una importación. (Pedro Serrano Agencia de Aduana, 2019)

Normas y Reglamentos

Instituto Nacional de Normalización

Toda la actual oferta de las Pymes ecuatoriana desde la agroindustria hasta los diferentes grupos de la manufactura debe cumplir con normas técnicas específicas por producto, establecidas por el organismo de normalización oficial denominado Instituto Nacional de Normalización – INN. (ALADI, 2012)

Reglamento de rotulación de calzado

Según la última modificación del reglamento de rotulación de calzado, realizada el 27 de abril del año 2006, Decreto 17, se indica que la marca debe ser permanente y la etiqueta autoadhesiva, ambas deben ser colocadas en un lugar visible, la información escrita en ellas debe estar en idioma castellano. La marca debe contener el número de calzado referido a su tamaño, el país de fabricación. La etiqueta debe tener un tamaño no inferior a 2 por 3 centímetros, se colocará en ambos calzados y contendrá el nombre, dirección y rol único tributario del fabricante nacional o importador, y el tipo de material, indicando por separado el material utilizado en la capellada, el forro y planta. Todo calzado que ingrese al país o se fabrique internamente y se comercialice en el mercado interno, cualquiera sea su procedencia, debe ser rotulado en el país de origen. En el caso de las importaciones la rotulación deberá estar incorporada en el calzado al momento de aceptarse a trámite la declaración de ingreso definitiva. (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2006). Ver Apéndice B: Reglamento de rotulación de calzado en Chile

Preferencias arancelarias para Ecuador

El Acuerdo de Complementación Económica establece que el 96,6% de los productos están libres de arancel, mientras que el 3,4% restante no es parte de dichos beneficios arancelarios tratados en éste acuerdo. Las importaciones se encuentran sujetas al pago de los siguientes impuestos:

- Arancel general o derecho ad valorem sobre el valor CIF (que incluye el costo de la mercancía + prima de seguro + valor del flete). El arancel general es del 6% para mercancías originarias de países sin acuerdo comercial con Chile.
- Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA): 19% aplicado sobre el valor CIF + derecho ad valorem.
- Además del arancel general y el IVA algunos productos requieren el pago de:

- Derechos específicos. Tal es el caso de los productos sometidos a bandas de precios (trigo, harina de trigo, azúcar).
- Derechos antidumping y derechos compensatorios
- Verificación de aforo: 1% sobre el valor CIF. Existe la posibilidad de diferir el pago, durante siete años, del derecho ad valorem para la importación de ciertos bienes de capital.
- Los productos de software pagan un impuesto del 15%.

Estos están previstos en el arancel de importaciones de mercancías y en el caso del Ecuador es la Nomenclatura Andina (NANDINA) y son aplicables para todas las mercaderías comprendidas en el arancel de importaciones.

Sólo hay dos tipos de aranceles, los ad-valorem y los específicos, de ellos se desprenden otras combinaciones:

- Arancel de valor agregado o ad-valorem es el que se calcula sobre un porcentaje del valor del producto (CIF), Ejemplo: 5% del valor CIF.
- Arancel específico, se basa en otros criterios como puede ser el peso, por ejemplo, USD 5 por cada kilo de ropa nueva. Es un pago establecido por cada unidad de medida del bien importado.
- Arancel anti-dumping es un arancel que se aplica a la importación de productos que reciben subvenciones de los países donde se producen. Estas subvenciones les permiten exportar por debajo del costo de producción.
- Arancel mixto es el que está compuesto por un ad-valorem y un arancel específico que se gravan simultáneamente a la importación.

Acuerdo Comercial Ecuador – Chile

Actualmente, Ecuador y Chile forman parte del Acuerdo de Complementación Económica (ACE-65) el cual fue firmado en el 2010, de acuerdo a lo expuesto por dicha alianza se indica que el ingreso del producto de éste proyecto de investigación que es el calzado de cuero bajo la partida 640351 tiene un 0,00% de arancel para entrar a Chile.

Es importante mencionar que todo acuerdo comercial se hace valido al momento de presentar el Certificado de Origen que confirme que la procedencia del producto en mención en éste caso el calzado de cuero sea ecuatoriana. (Ministerio de Comercio Exterior, 2017)

Marco Metodológico

Método.

En el presente trabajo de titulación se aplicará el Método Deductivo debido a que éste busca ir de proposiciones generales a algo más específico a través de un análisis o desglose de hechos que nos lleve a las conclusiones o resultados de la investigación (Bernal Torres, 2010). En esta investigación se buscará corroborar la veracidad de los objetivos, tanto generales como específicos, planteados a través de la obtención de datos recolectados mediante herramientas como la entrevista y encuestas que se realizarán a los productores de calzado de cuero del Cantón Guano.

Enfoque

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque mixto, ya que tiene características cualitativas, debido a que este es un método indagatorio que busca recabar información o datos a través de la observación, entrevistas, entre otras para así analizarla y llegar a las conclusiones (Bernal Torres, 2010). Por otro lado, también consta de particularidades cuantitativas, debido a que el objeto de estudio son variables cuantificables que se pueden medir a través de una encuesta (Bernal Torres, 2010).

Es por esto que en la siguiente investigación se busca analizar y determinar la potencial demanda chilena en calzado de cuero, cuantificar el nivel producción del artículo ya mencionado elaborado en el cantón Guano, examinar el nexo probable entre estas variables y descubrir la posibilidad de comprobar si se cumple o no el supuesto planteado en esta investigación.

Alcance.

El alcance que presenta la investigación es Descriptiva en la parte del estudio del entorno, ya que el objetivo de la misma es el de describir el tema a investigar en este caso es de la oferta y demanda del producto sin tomar en cuenta el “por qué” del mismo (Bernal Torres, 2010).

Por otro lado, también se la toma como Explicativa en la determinación de la rentabilidad ya que, en este tipo de investigación, a diferencia que, en la descriptiva, si se busca hallar el “por qué” y el “para que” de lo investigado a través de un análisis cuantitativo (Bernal Torres, 2010).

Diseño.

Esta investigación se la toma como No experimental, debido que se busca determinar la factibilidad de exportar calzado de cuero hacia Chile mas no se va a llevar acabo. Es decir, se

desea probar que la exportación de este producto es viable y una buena fuente de ingresos para los productores de esta población que generen nuevos empleos y mejor calidad de vida, adicional contribuir a las exportaciones no tradicionales del país.

Población y Muestra.

De acuerdo al último censo el total de población en Chile, hasta el año 2018, era de 17.925.262 con una tasa de crecimiento anual del 0.75% (PRO ECUADOR, 2019).

Chile en la actualidad es un país netamente importador de calzado. En los últimos treinta años el sector de calzado se ha visto afectado por la entrada desmedida de calzado extranjero, procedente de varias partes del mundo, los cuales resultan ser más baratos que los de fabricación nacional. En 30 años se ha visto una considerable reducción en la producción de calzado dentro del mercado chileno ya que paso de producir 35 millones de pares de calzado a tan solo 5 millones de acuerdo a reportes emitidos por la FEDECCAL (Muñoz, 2019). En el año 2017, según un informe de la FEDECAL Chile estableció su record en importaciones de calzado en toda su historia con un total de 114.4 millones de pares de calzado importado lo cual representa un monto mayor a los mil millones de dólares. Se estableció que las importaciones fueron realizadas por un total de 1188 empresas (FEDECCAL, 2018).

La muestra del presente trabajo se enfocara en Bata Chile S.A. debido a que es una empresa grande dedicada a la importacion y comercializacion de prendas de vestir, entre las cuales estan incluidos diferentes tipos de calzado, tanto para hombres y mujeres. Bata se lo considerará como el intermediario que se encargue de vender el producto al consumidor final. En otras palabras, los productores de calzado de cuero de Guano le venderían sus productos a esta empresa y esta se encargaría de venderlos en su mercado local.

Instrumentos.

Los instrumentos que se han planificado utilizar en el presente trabajo son dos: la entrevista y la encuesta. Las entrevistas se realizarán a uno de los productores de calzado de cuero en Guano y a un Agente aduanero.

Las entrevistas fueron diseñadas con un total de 9 preguntas la cual fue realizada vía correo electrónico, se la envió el 18 de Julio y fueron contestadas y reenviadas el 24 de Julio del 2019. Por otro lado, las encuestas serán realizadas a un grupo de productores de calzado en Guano en una visita programada para el día sábado seis de junio del año 2019.

La encuesta fue diseñada con un total de once preguntas, las cuales fueron preguntas cerradas en las cuales se necesitaba respuestas concretas, como el número de años que se ha

dedicado a la producción de calzado, si tiene maquinaria para la producción, el estimado de su producción semanal, el origen de su materia prima, el costo y precio unitario de sus productos, sobre sus ventas, si ve como una opción el expandirse a un mercado internacional y factores que son necesarios para llevar esto a cabo. Para la entrevista se decidió utilizar las mismas preguntas de la encuesta con la variable de adicionarle dos preguntas al final, las cuales fueron preguntas abiertas en las cuales se necesitaba la opinión de la persona encuestada en ellas se solicitaba nos indicaran cuales son las principales dificultades que tienen en la producción de calzado y que considera que necesita para poder vender en otro país.

En la visita realizada el día programado, el sábado seis de junio del presente año 2019, se recorrió el cantón para ponerse en contacto con los productores de calzado. Sin embargo, como se mencionó en el capítulo uno –sección Limitaciones– los productores localizados no tuvieron la disponibilidad o predisposición para llenar los datos de la encuesta. En algunos casos, esto se dio porque la persona que se encontró en el local no es el dueño sino un encargado o empleado del mismo.

Ante la dificultad de encontrar datos recabados por la vía de la encuesta, se procedió a combinar las preguntas de la entrevista con la de la encuesta para poder realizar una entrevista más completa con ciertos productores que sí tuvieron la disponibilidad y predisposición para atender los requerimientos de la investigación. Los resultados de la entrevista modificada se muestran en los capítulos tres y cuatro.

La entrevista al Agente Aduanero, como se mencionó anteriormente, fue realizada vía correo electrónico debido a que el entrevistado no tenía disponibilidad en su agenda. La persona entrevistada fue la Ing. Adriana Adrián quien trabaja en el Dpto. de Operaciones de la compañía María Teresa Bueno quienes se dedican a las funciones de Operador Logístico y Aduana. Las preguntas realizadas en esta entrevista están direccionadas al proceso de exportación, los documentos, requisitos, permisos y certificados que se necesitan, los costos a considerar en una exportación bajo el incoterm FOB, el tiempo que dura un proceso de exportación, sobre la viabilidad de usar un contenedor compartido, la información obtenida de esta entrevista se usara en el capítulo cuatro.

Capítulo Tres: Estudio del entorno y del mercado meta

País importador: Chile

Este país se lo considera el más largo y delgado del mundo, y se expande entre la Cordillera de los Andes y el Océano Pacífico, comparte fronteras con Argentina, Perú y Bolivia. Gracias a que posee territorio en la Polinesia y en la Antártica Chile es considerada como una nación tricontinental (Chile Travel, 2019).

Su capital es Santiago de Chile, los chilenos son catalogados como personas enérgicas, cálidas y amables y que comparten el amor por su tierra. La moneda oficial de este país es el peso, y aun a pesar de que si se acepta el dólar o el euro en muchos de sus locales comerciales se recomienda realizar el cambio de moneda antes de realizar cualquier compra para que así sea menor la diferencia en la conversión (Chile Travel, 2019).

La religión tiene un papel importante dentro de este país, siendo el catolicismo la religión que predomina dentro del mismo. Con respecto a su idioma, la lengua oficial es el español el cual fue heredado de los conquistadores españoles, pero con el paso de los años los habitantes de este país le han integrado sus propios rasgos fonéticos, sintácticos y léxicos, creando chilenismos los cuales son palabras creados por ellos. Sus tradiciones y costumbres son muy diversas ya que se basan en sabiduría y expresiones que se transmiten de generación a generación; poseen muchas fiestas celebradas de diversas maneras, pero las principales son las Fiestas Patrias que se celebran entre el 18 y 19 de septiembre en ellas se conmemora su independencia, los habitantes se reúnen en “Fondas” y disfrutan de comidas típicas y bailan al compás de “cueca” entre otras canciones populares (Chile Travel, 2019).

Análisis Político, Económico y Social

Se procederá a realizar un análisis del país destino basándose en los aspectos político, económico y social. En este análisis no se tomará en cuenta el ámbito tecnológico y ambiental debido a que en el aspecto tecnológico el proceso de producción calzado ecuatoriano en el cantón Guano no se emplea maquinaria de manera significativa; por otro lado, en lo ecológico la producción de este tipo de producto no afecta significativamente al medio ambiente.

Análisis político.

En Chile actualmente existe una institución que se encarga de agrupar y apoyar a todas las empresas chilenas dedicadas a la producción de artículos de cuero la cual es conocida según sus siglas como FEDECCAL F.G. la cual significa Cámara de Industriales del Cuero, Calzado y

Afines Federación Gremial, esta entidad agrupa a 4 Asociaciones Gremiales de la Industria del Cuero y calzado de Chile las cuales son: ACHIQTEC, APICCAL, ASINCAL y ASINCUR (FEDECCAL, 2019).

Esta institución se dedica a apoyar la planeación e implementación de diferentes proyectos que impulsen el crecimiento de este sector, entre los cuales se incluyen capacitaciones, asesoría en trámites oficiales y en comercio exterior. Entre los proyectos que han llevado en los últimos años los más relevantes han sido los siguientes:

- ¡Seminario “A paso firme!” Impacto total para la industria, el cual se llevó a cabo el 25 de abril del 2013, en el cual reunieron a las micros, pequeñas, medianas y grandes empresas productoras de este sector para que, basándose en los datos históricos recolectados de este sector se puedan plantear estrategias que al emplearlas puedan apoyar al crecimiento del mismo. En dicha reunión se destacó la importancia de una alianza estratégica entre Chile y México que les brinde la oportunidad de abrir nuevos mercados en ambas partes que individualmente no podrían (FEDECCAL, 2013).

En esta reunión también se hizo énfasis en la notoria reducción de la producción de calzado en Chile, en los últimos años, lo cual afecta las operaciones del sector. Para contrarrestar esto se recaló la necesidad imperiosa de que se lleve a cabo un plan estratégico para el fortalecimiento de la industria (FEDECCAL, 2013).

- Cursos de Formación básica y actualización avanzada en las empresas productoras “Calzados Gino S.A.” y “Bío Bío S.A.” (FEDECCAL, 2013).

A pesar de todos los proyectos que se plantean en el 2013 esta industria no tuvo mejoría de acuerdo a varias fuentes la reducción en la producción de calzado ha continuado cayendo mientras que las importaciones de este producto han incrementado. Se estima que en el periodo de 1991 al 2017 la producción local de calzado en Chile se ha reducido en un 50% (Flores & Orellana, 2019).

Una de las causas de este hecho es el Tratado de Libre comercio que Chile firmo con China en el 2010 lo cual permitió la entrada de calzado con ningún arancel, esto hace que los precios de estos productos importados puedan competir libremente con los productos nacionales lo que llevo al cierre de muchas productoras de zapatos, así como también de empresas proveedoras. Siendo pequeñas empresas dedicadas o especializadas al diseño las únicas que se mantienen en el mercado (SERMA, 2019).

Para Para ilustrar esto que se acaba de exponer a continuación se presentara un gráfico en el cual se compara la producción, importación y exportación de calzado entre 1991 y 2017.

Tabla 1
Análisis comparativo situación de la Industria del calzado 1991-2017

ITEM	1991	2017	Diferencia
Producción de calzado (millones de pares)	35,7	5	-30,7
Importación de calzado (millones de pares)	2,2	114,5	112,3
Exportación de calzado (millones de pares)	6,1	0,31	-5,79
Nro. de trabajadores ocupados en el sector	35000	13145	-21,855

Nota: Tomado de “Chile: mercado de zapatos”, por Banco Central – Dirección Nacional de Aduanas – SII – FEDECCAL F.G., citado en SERMA.2019.

Las diferencias entre la producción, importación y el número de trabajadores ocupados en el sector presentadas en la tabla 1 son considerables. De acuerdo a los datos Chile paso de producir 35.7 millones de pares de zapatos en 1991 a tener una producción tan solo de 5 millones para el 2017.

Por otro lado, están las importaciones y exportaciones de este producto, Chile paso de importar 2.2 millones de pares de zapatos en 1991 a importar 114.5 millones para el 2017 dejando una diferencia en positivo de 112.3. Las exportaciones en 1991 eran de 6.1 millones de pares de zapatos, mayores a las importaciones de ese mismo año, pero para el 2017 solo exportaron 0.31 pares lo cual muestra una reducción considerable.

Con la reducción en la producción de calzado es natural que el número de trabajadores que se ocupaban para la misma disminuya, esto se refleja en el hecho de que en el año 1991 eran 35000 personas que se ocupaban en la producción de calzado y para el 2017 esa cifra bajo a más de la mitad con un total de 13145 personas que trabajan en la elaboración del producto mencionado.

Lo cual nos lleva a la conclusión de que a pesar de que uno de nuestros competidores es China el mercado chileno es una buena oportunidad para Ecuador, ya que nuestro el producto a ofrecer es de cuero y de mejor calidad, en comparación con el calzado chino que naturalmente es de productos sintéticos lo cual llega a resultar incómodo.

Análisis económico.

En la última década el crecimiento económico acelerado que ha mostrado Chile ha sido algo notable mostrando siempre su transparencia en el aspecto financiero. A continuación, se presenta una tabla que muestra los principales indicadores de crecimiento con los resultados de los tres últimos años y las estimaciones para el próximo año (Santander Trade Portal, 2019).

Tabla 2

Indicadores de crecimiento de Chile

Indicadores de crecimiento	2016	2017	2018 e	2019 e	2020 e
PIB (miles de millones de USD)	249,92	276,99	299,89	305,56	322,9
PIB (crecimiento anual %, precio constante)	1,3	1,5	4	3,4	3,2
PIB per cápita (USD)	13738	15068	16143	16277	17022
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-1,1	-2	-1,8	-1,6	-1,4
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	21	23,6	24,8	26	26,7
Tasa de Inflación (%)	3,8	2,2	2,4	3	3

Nota: Tomado de “Chile: Política y Economía”, por IMF – World Economic Outlook Database, citado en Santander, 2019.

Según lo que muestra la tabla expuesta podemos ver que el Producto Interno Bruto o PIB de Chile ha presentado un crecimiento continuo en los últimos años y se estima que continúe así. Para el 2018 el PIB quedó en 299.89 que con relación al del año anterior presentó un crecimiento del 4%; para el 2019 a pesar de que el crecimiento de este indicador sigue presente el incremento sería en menor proporción siendo una tasa estimada del 3.4%. Este crecimiento económico es principalmente el resultado del incremento de la inversión privada, el aumento de los salarios, tasas de intereses bajas, el incremento en la producción minera y la confianza en el sector privado (Santander Trade Portal, 2019).

De acuerdo a las evaluaciones del Fondo Monetario Internacional en el 2018 la inflación alcanzó un 2.4% y para el 2019 y 2020 se espera que aumente a un 3% pero estos porcentajes deberían mejorar principalmente al recorte de gastos de 1.6% del PIB para los próximos cuatro años.

Con respecto a la deuda bruta del Gobierno en el 2018 se calculó un 24.8% del PIB y se espera incremente a un 26 % para el 2019 y para el 2020 incremente un poco más a un 26.7%.

Gracias al crecimiento en la economía de Chile la tasa de desempleo del mismo cayó a un 6.9% para el 2018, se estima que para el 2019 caiga a un 6.5% y para el 2020 a un 6.2%. A pesar de que este país muestra uno de los más altos PIB per-cápita de la región, también existen altos niveles de desigualdad e informalidad, dentro de las causas para esta desigualdad incluye al sistema impositivo actual, el cual desfavorece principalmente a las clases de ingresos medios y bajos.

Los principales sectores de actividad de Chile son la minería, los productos manufacturados y la agricultura; también cabe recalcar que esta nación ha invertido considerablemente en energía renovable, que se estima que genere hasta el 20% de energía para el 2020 (Santander Trade Portal, 2019).

Al notar el notable crecimiento económico de este país, podemos ver que esto muestra que un gran porcentaje de la población de Chile posee estabilidad financiera la cual les puede permitir el comprar lo que ellos juzguen necesario.

Análisis social.

Se estima que el consumo de calzado anual por habitante en Chile, hasta el año 2017, alcanzó los seis pares de zapatos por persona. De un total de diez millones de pares de zapatos consumidos solo el 10% es de origen chileno mientras que el 90% es importado (SERMA, 2019).

De acuerdo a datos provenientes de la FEDECCAL, según una encuesta realizada a los consumidores en el 2015, el lugar predilecto para comprar este tipo de producto son los tradicionales como las multitiendas, tiendas personalizadas o de marcas propias; pero de igual manera las compras por internet también tienen su relevancia; las mujeres son más propensas a gastar más en zapatos que los hombres; las características que son más consideradas al comprar zapatos son la calidad, diseño, comodidad y precio; y finalmente la estimaciones de gastos en calzado de clases baja a media es de 30 a 80 dólares, entre clases media a alta de 80 a 150 dólares y finalmente en la clase alta esta entre 150 hasta 300 dólares (SERMA, 2019).

Al revisar estos datos se puede determinar que Chile es una buena opción para dirigir la producción de calzado de Guano tanto en características como en precios. Por otro lado, a pesar de que los hombres no son de comprar mucho en zapatos no significa que no exista el interés, y si lo pensamos por otro lado este producto también se puede comprar como regalo para un padre, hijo, esposo o incluso a un novio.

Cinco Fuerzas de Porter del Mercado de Destino

Amenaza de nuevos entrantes: Toda empresa que tiene la posibilidad de acceder a un nuevo mercado suele enfrentarse a inconvenientes que se denominan barreras de entrada, que en su mayoría son creadas por empresas de gran participación en el mercado, existen diferentes tipos de barreras entre las cuales está una economía de escala que representan al manejo eficiente de los costos que pueden llegar a tener empresas de calzado en Chile, es decir tiene bajos costos en los procedimientos internos de la empresa, lo que genera un precio cómodo y accesible para el consumidor. Por otra parte, se considera que la amenaza de entrada a Chile es media, debido a un acuerdo firmado entre ambos países Ecuador y Chile, en el cual se establece que el producto que estamos exportando entra con 0 % de arancel al país destino, es decir

gracias al acuerdo que hay de por medio se nos facilita la entrada como nuevo competidor en el mercado chileno.

Se concluye que hay que aprovechar el acuerdo que está vigente entre ambos países, sin embargo, el concepto de zapatos de cuero para caballero con lleva un arduo trabajo en todos los aspectos del producto, por lo que es importante siempre innovar en cuanto a diseño y mantener la buena calidad del zapato en cuanto a cuero se refiere, de ésta manera se busca establecer una fidelidad entre los clientes y el producto.

El poder de los proveedores: Toda organización necesita materia prima para producir un bien lo cual crea necesariamente la relación comprador – vendedor, en la cual intervienen el mercado y los proveedores, es importante evaluar el equilibrio que existe en cuanto a poder se refiere dentro del mercado como parte del modelo de Porter, definido desde un punto de vista en base a qué tan fuerte o que tan débil puede ser el poder que poseen los proveedores, esto siempre va a depender de las condiciones del mercado, en el presente proyecto de estudio los principales proveedores de la materia prima que es el cuero se encuentran localizados en la ciudad de Ambato en la provincia de Tungurahua, es por esto que se considera que los proveedores tiene un alto poder, existen diferentes clientes para un solo grupo de proveedores, en el caso de que llegue a existir una variación en la materia prima ya sea en costo o calidad, se crearía una gran afectación que se vería reflejado en el producto al fijar su precio venta ya que el objetivo no es generar pérdidas.

El poder de los compradores: Este campo hace referencia a la presión que pueden llegar a ejercer los compradores o clientes sobre las empresas para poder obtener los productos, a un menor precio y de buena calidad, cuando un comprador es fuerte puede hacer que la industria esté en constante movimiento y crecimiento, lo cual la hace más competitiva. Se considera que el poder que tienen los compradores es medio ya que no existe la suficiente oferta en zapatos de cuero y por lo tanto no podrán negociar en forma significativa el precio del calzado. Sin embargo, a pesar de contar con poca oferta existe una competencia por la cual los compradores podrán comparar precio, diseño y calidad.

La amenaza de los sustitutos: Un mercado en el cual existen productos sustitutos se lo considera como no atractivo, especialmente si aquellos que remplazan a los originales cuentan con características tecnológicas avanzadas , en el presente proyecto de investigación se considera la amenaza de estos productos es alta, esto se debe a que en el mercado existen varios tipos de calzado los cuales podrían ser usados de la misma manera que el calzado de cuero en

estudio, la amenaza más importante son los proveedores de calzado de materiales sintéticos los cuales imitan al cuero como son en su gran mayoría los productos chinos ya que dichos productos son muy atractivos por su gran parecido y por sus bajos precios, en la actualidad otro de los calzados que ha tenido y aún mantiene una gran acogida es aquel que proviene de Brasil, que a pesar de contar con precios no muy económicos son solicitados por su buena calidad.

La rivalidad entre los competidores existentes: El grado de rivalidad es alto ya que en la actualidad en el mercado chileno existe mucha oferta de competidores que ofrecen diferentes tipos de calzado que debido a sus bajos costos son muy apetecidos en el mercado chileno, se convierte más difícil al competir en un mercado donde los competidores se encuentran muy bien posesionados, es aquí donde intervienen muchas más factores que solo la calidad del producto, intervienen principalmente la campaña publicitaria que se le dé por los diferentes medios posibles.

Conclusión: En el análisis de Porter se puede apreciar que la fuerza más influyente es la del poder de los proveedores, por lo que se deben tomar las medidas necesarias para disminuir su impacto durante el desarrollo del proyecto. El potencial de rentabilidad en esta industria estaría dado por quien tenga el liderato del control de costos apropiado, es por esto que resulta muy importante el manejo de costos de los proveedores. Para alcanzar economías de escala atractivas para el negocio, es necesario estimar la demanda necesaria, por lo que el modelo de negocio debe plantear un crecimiento sostenible en el corto plazo.

Mercado Meta

El presente trabajo enfoca como su mercado objetivo a Chile, específicamente a la ciudad de Santiago de Chile, ya que debido a la afectación que tiene la industria nacional de calzado se han convertido en un país mayormente consumista de productos internacionales de esta índole. Otros factores a considerar para la selección de este mercado es la similitud que ambos países tienen en relación a su cultura, también se toma en consideración que Chile cuenta con una considerable demanda o cliente potenciales que es lo que nos interesa para esta investigación.

Segmentación.

Para la segmentación del mercado se tomará en cuenta tres criterios los cuales son: demográfico, socioeconómico y geográfico.

Geográfico: Como se mencionó anteriormente el mercado meta elegido para este trabajo es Chile, específicamente se dirigirá a la capital de este país es decir a Santiago de Chile.

Demográfico: El producto será dirigido a los habitantes masculinos de 21 años de edad en adelante que residan en Santiago de Chile.

Socioeconómico: El producto será destinado a toda persona de clase media-baja a alta cuyos ingresos le permitan adquirir el producto.

Hábitos de consumo.

De acuerdo con datos obtenidos en Pro Ecuador Chile hasta el 2018 tiene una población de 17.9 millones de habitante con una tasa de crecimiento del 0.75% (PRO ECUADOR, 2019). Según una encuesta realizada a los consumidores por la Federación del cuero y calzado de Chile o según sus siglas FEDECAL en el año 2015 el consumo anual de zapatos por habitante o persona en Chile alcanzo los seis pares. De todos los pares de calzado que se consumen anualmente el 90% son importados de diferentes partes del mundo (SERMA, 2019).

De acuerdo a la mencionada encuesta se determinó que los lugares predilectos de los chilenos para realizar sus compras de calzado son los tradicionales como los locales las tiendas y multitiendas, tiendas especializadas o de marcas propias, mientras que las compras por internet no son relevantes para los chilenos (SERMA, 2019).

Otro dato que salió a relucir en la encuesta es que las mujeres son las que tienden a gastar más en calzados que los hombres. A pesar de que esto se puede tomar como algo desalentador hay que rescatar que el producto que se busca ofrecer al mercado chileno es algo que se puede dar como un obsequio y que las mujeres tienden a comprar ya sea para sus parejas, amigos o familiares. Por otro lado, se determinó que las principales características que los chilenos buscan al comprar calzado son la calidad, comodidad, diseño y precio (SERMA, 2019).

Con respecto al gasto en calzado se determinó que los habitantes pertenecientes a la clase baja-media gastan en zapatos entre un rango de 30 a 80 dólares el par, en la clase media-alta gastan entre 80 a 150 dólares y por último la clase alta gasta entre 150 a 300 dólares el par (SERMA, 2019).

Estimación de la demanda y precio del producto.

La siguiente tabla muestra a los 13 principales países proveedores de calzado de cuero, según la partida arancelaria 640351, de Chile y su comportamiento en los cinco últimos años. Como se puede apreciar en la tabla el comportamiento de las importaciones de cada uno de estos países varía en cada año de manera diferente.

Entre los principales países proveedores de este producto podemos ver a la India en primera posición seguido por Italia en segunda, China en tercera, Argentina en cuarta, España en

quinta y Brasil en sexta posición; estos seis países son aquellos que muestran cantidades significantes en las importaciones de Chile de calzado. Por otro lado, se encuentran Portugal, Reino Unido, Estados Unidos de América, Zona Nep, Francia, Panamá y Uruguay cuyas exportaciones de calzado a Chile no son de la misma magnitud como la de los seis países mencionados en primer lugar pero que aun así son considerables.

Tabla 3
Principales países exportadores de calzado desde 2014 hasta 2018

Exportadores	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018
Mundo	2327	1696	963	1639	1305
India	755	730	123	344	491
Italia	94	87	220	216	214
China	754	146	70	224	211
Argentina	158	211	141	168	90
España	232	189	121	243	79
Brasil	246	168	139	148	72
Portugal	5	4	3	81	39
Reino Unido	5	19	41	25	33
Estados Unidos de América	20	40	20	89	22
Zona Nep	17	54	17	58	18
Francia	6	34	27	9	13
Panamá	0	0	13	0	7
Uruguay	11	3	6	3	5

Nota: Tomado del portal Trade Map, (2019).

Para establecer la posible demanda que se podría tener del producto se tomara en consideración los datos obtenidos de los seis principales proveedores de Chile, los cuales son India, Italia, China, Argentina, España y Brasil, como se mencionó anteriormente. En los últimos cinco años los valores importados de cada uno de los países mencionados han variado positiva y negativamente.

India es el país cuyos valores importados superan al resto, las exportaciones de este país hacia Chile aun a pesar de ser mayores que la de las otras cinco naciones han decaído gradualmente en estos cinco años, esto queda claro al apreciar que en el 2014 el valor importado fue de 755 miles de dólares americanos y para el 2018 el valor callo a 491. El caso de Italia es lo contrario, aunque este país no posee los mismos valores que India, se ha visto un crecimiento

considerable reflejado en que en el año 2014 Chile importó 94 miles de dólares americanos en zapatos provenientes de este país y para el 2018 este valor subió a 214.

Por otro lado China en el 2014 tuvo un valor exportado a Chile de 754 miles de dólares americano, tan solo un punto abajo que India, pero en el transcurso de los años hasta llegar al 2018 se pueden observar muchas variaciones, en los años 2015 y 2016 sus valores cayeron hasta llegar a 70 mil dólares pero para el año 2018 se aprecia una recuperación al tener un total de 211 miles de dólares en valor importado, el cual a pesar de que no iguala al resultado del 2014 es mejor al resultado del 2016.

Argentina es un país que tuvo un crecimiento entre los años 2014 y 2015, pero después de este año sus valores cayeron hasta obtener en el 2018 un total de valor importado de 90 miles de dólares. En el caso de España las fluctuaciones entre los valores exportados de calzado a Chile varían en cada año entre incrementos y caídas, pero con un resultado para el 2018 de 79 miles de dólares.

Finalmente, las exportaciones de calzado de Brasil hacia Chile entre los años 2014 al 2018 solo reflejan la disminución de las mismas. A pesar de que el calzado brasileño es uno de las causas por las cuales el Ecuador se ha visto afectado en esta industria las importaciones de Chile a Brasil se ven reducidas, esto se puede apreciar al comparar el resultado del 2014, que fue de 246 miles de dólares americanos, con el del año 2018, que fue de tan solo de 72 mil dólares.

Todo lo expuesto de cada país se puede apreciar en la figura 2, en el cual se muestra el comportamiento, es decir los incrementos y caídas, de las importaciones de Chile a cada uno de estos países.

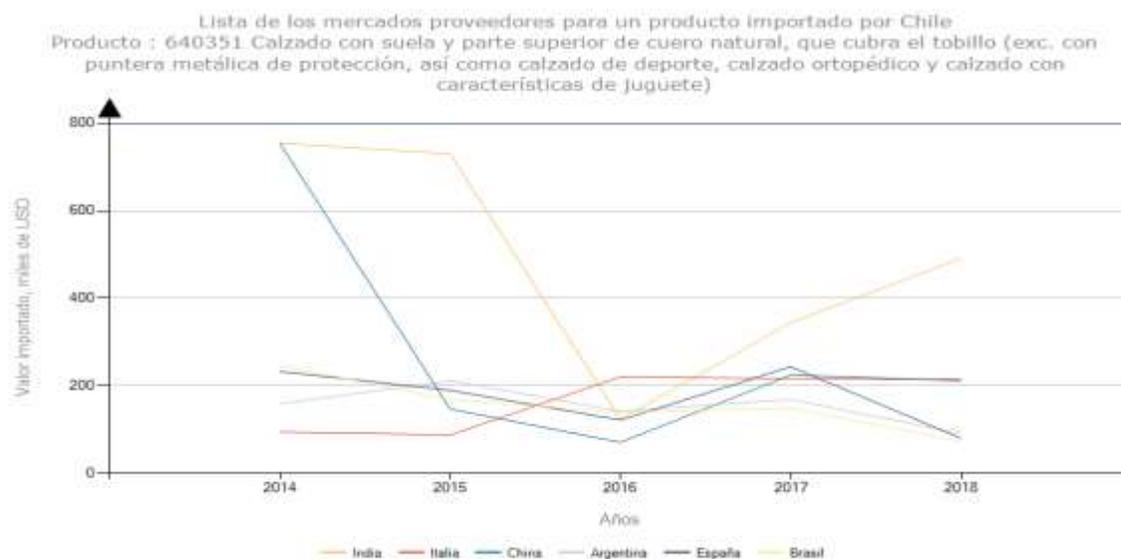


Figura 2. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Chile. Tomado de Trade Map, (2019).

Al realizar las variaciones porcentuales de los valores que Chile ha importado de cada país, anteriormente mencionados, se puede ver si los mismo han tenido un crecimiento positivo o negativo en cada periodo, y al promediar las cuatro variaciones obtenidas de cada país se puede obtener la tasa de crecimiento de las exportaciones de los seis países analizados hacia Chile entre los años 2014 al 2018; lo cual se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 4
 Variación Porcentual anual desde 2014 hasta 2018

Exportadores	Variación porcentual 2014 - 2015	Variación porcentual 2015 - 2016	Variación porcentual 2016 - 2017	Variación porcentual 2017 - 2018	Promedios
India	-3,31%	-83,15%	179,67%	42,73%	33,99%
Italia	-7,45%	152,87%	-1,82%	-0,93%	35,67%
China	-80,64%	-52,05%	220,00%	-5,80%	20,38%
Argentina	33,54%	-33,18%	19,15%	-46,43%	-6,73%
España	-18,53%	-35,98%	100,83%	-67,49%	-5,29%
Brasil	-31,71%	-17,26%	6,47%	-51,35%	-23,46%
Promedio total					9,09%

Nota: Tomado del portal Trade Map, (2019).

Como se puede apreciar en la tabla 4 el país con una mayor tasa de crecimiento fue Italia con un 35.67%, seguido por India con una tasa del 33.99%, el siguiente en la lista vendría a ser China con una tasa del 20.38%. Los tres países restantes como son Argentina, España y Brasil muestran un crecimiento en negativo con tasas del -6.73%, -5.29% y -23.46% respectivamente,

lo cual se podría tomar como la pérdida de mercado frente a India, Italia y China. De entre todos ellos el que presenta una situación peor es Brasil con la tasa más baja.

De acuerdo a los datos obtenidos por medio de Trade map Ecuador no exporta calzado de cuero, según partida arancelaria 640351, hacia Chile. De acuerdo a la tabla presentada a continuación Ecuador en el periodo 2014-2016 exporto este producto a dos países los cuales son Zona NEP y a España, y en los dos últimos años (2017-2018) la exportación ha sido nula.

Tabla 5
Exportaciones Ecuador partida 640351 del 2014 - 2018

Importadores	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018
Mundo	20	16	9	0	0
Zona Nep	18	5	6	0	0
España	2	11	2	0	0

Nota: Tomada del portal Trade Map, (2019).

Como se puede apreciar en la tabla las exportaciones hacia Zona Nep de calzado de cuero en el 2014 fueron de 20 mil dólares americano y hasta el 2016 bajo a 9 mil dólares, pero para el 2018 la exportación paso a 0. Por otro lado, en el caso de la exportación hacia España en el 2014 dio un valor total de 2 mil dólares, en el siguiente año (2015) subió a 11 mil millones de dólares, pero en el 2016 volvió a bajar a 2 mil para en los siguientes dos años terminar en 0.

Como se mencionó con anterioridad, no hay ningún dato sobre la exportación de calzado de cuero, según la partida mencionada anteriormente, hacia Chile que brinde una mejor perspectiva de cómo se comportaría la demanda del producto. Es por ello que tomando como base las importaciones de Chile en los últimos 5 años, específicamente en el promedio de los promedios de las variaciones porcentuales presentada en la tabla, se procederá a determinar que anualmente la demanda de calzado de cuero por parte del mercado chileno podría crecer un 9.09% (ver tabla 4).

Capítulo Cuatro: Estudio Técnico

Estudio de Localización

El presente trabajo de titulación se realizará desde el cantón Guano en la República del Ecuador. El cantón Guano es parte de la provincia de Chimborazo desde el 17 de diciembre de 1845. A finales del siglo XX, se generó un incremento masivo en la actividad artesanal del cual surgió una amplia gama de diferentes tipos de artesanías, la mayoría de los pequeños talleres funcionaban en las casas de los habitantes es por esto que la ciudad se la conocía como cuna de talleres artesanales, esto le mereció la denominación de “Capital Artesanal del Ecuador”. (Municipio de Guano, 2019)

En cuanto a su ubicación geográfica el cantón cuenta con un clima templado con características del valle andino, limita al norte con la provincia de Tungurahua, el río Huahua Yacu y el río Mocha, al este con el río Chambo y el cantón Penipe, al sur con el cantón Riobamba y la quebrada las Abras, al oeste con la Provincia de Bolívar y el cantón Riobamba.

Con respecto a su población de acuerdo con el último censo de Población y Vivienda realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), realizado en el país en el año 2010, asciende a 42.900 donde el 52.2 % son mujeres y el 47.8% son hombres. El 15.7% se dedica a industrias manufactureras. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

En el año 2012 el Impuesto a la Renta recaudado en el cantón Guano representó el 1.3% del total de la provincia Chimborazo con respecto al 2010 creció en 60.9% (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).



Figura 3. Afiche Promocional de Guano. Tomado del Municipio de Guano, (2019).

Sector artesanal.

El cantón Guano es denominado como la “capital artesanal” del Ecuador, debido a su fama por la producción de artículos de cuero de buena calidad y a un buen precio, lo cual genera un incremento constante en el número de visitas turísticas. Entre las actividades productivas que tiene Guano, se puede decir que al sector artesanal se lo considera como generador de ingresos económicos sobre todo en las parroquias La Matriz y El Rosario que forman la parte urbana.

En la actualidad la entidad que se debe de encargar de apoyar al sector productor de Guano es la Cámara Artesanal de Guano, entre sus funciones está el realizar actividades en beneficio de los productores del sector que la conforman, tales como: capacitaciones, charlas de carácter informativo, talleres entre otras. Con ellas se trata de incentivar al habitante guaneño a que continúe en el sector artesanal y haga de esta actividad su fuente de trabajo sustentable ya que en los últimos años este sector se ha visto altamente afectado por el desplazamiento de los habitantes más jóvenes a ciudades aledañas al cantón como Riobamba y otras regiones del país.

No obstante, la realidad dista mucho de esto ya que, de acuerdo a los datos obtenidos en las entrevistas realizadas a cinco productores de zapatos de cuero de Guano, La Cámara Artesanal de Guano no brinda ningún tipo de apoyo al sector productor de calzado, es decir que no lleva a cabo nada de lo mencionado anteriormente, como por ejemplo las charlas, capacitaciones, etc. Todos los entrevistados concordaron en que esta entidad no funciona como debería y mencionaron que dentro de lo poco que esta entidad hace es solo para apoyar a los productores de alfombras del cantón; también se comentó que esta entidad normalmente pasa vacía y nunca encuentran ningún tipo de ayuda cuando la buscaron.

Diseño y descripción del producto.

El calzado o zapato de cuero es considerado como un accesorio de vestir y su principal función es el proteger y dar comodidad al pie mientras la persona que lo usa realiza cualquier actividad. Con respecto al diseño del zapato, este producto es diseñado siguiendo diferentes fines estéticos, pero con el pasar de los años y el cambio de cultura el diseño del zapato ha variado; es decir que en la actualidad son diseñados para cumplir sus funciones, pero de acuerdo a los diseños que estén de moda.

En la actualidad los mocasines elaborados con cuero son un tipo de calzado que además de brindar protección y confort, que gracias a su suela ergonómica ayuda a que el pie no sufra al caminar. Este tipo de calzado viene en todas las tallas y colores, los cuales pueden ser usados tanto para trabajar como para ir a alguna reunión.

Proceso de producción.

El proceso de elaboración de calzado consta de varios pasos que son el diseño, el modelaje o patronaje, el corte, desbaste, costura, montaje y acabado.

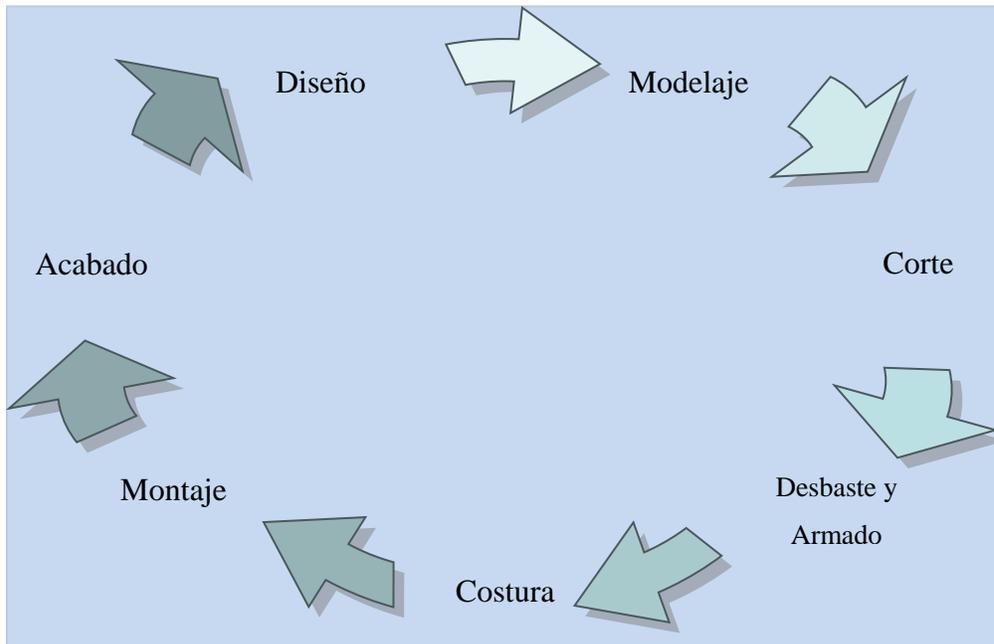


Figura 4. Proceso de Producción de calzado de cuero. Elaborado por autoras

A continuación, se procederá a explicar en brevedad cada paso del proceso de elaboración de calzado según lo explicado por uno de los productores de Guano.

Diseño.

En este paso se realizan uno o varios dibujos o bocetos del zapato que se desea elaborar.

Modelaje o patronaje

Seguido se realizan los moldes en cartulina de cada parte del diseño final del zapato a elaborar, también se definen todas las partes que confirman el zapato.

Corte

Se continúa colocando los moldes de cartulina realizados anteriormente sobre el cuero y se los corta de acuerdo a los mismos con un estilete.



Figura 5. Proceso de Producción – Corte.

Desbaste

Esta parte del proceso consiste en rebajar la contextura de los filos de los moldes de cuero para que sea más fácil de unir con pegamento para calzado.



Figura 6. Proceso de Producción – Desbaste.

Costura

Se unen todos los moldes de cuero realizados en el paso anterior y se procede a coserlos con la ayuda de máquina de coser. De ser necesario se pasan por segunda vez las costuras para que queden bien unidas. Seguido de esto se procede a martillar para que todas las costuras queden planas.



Figura 7. Proceso de Producción – Costura.

Montaje

Ya cocido el zapato se procede a colocar el forro y los avíos y contrafuertes que están ubicados en las puntas y en la talonera del calzado respectivamente, los cuales ayudan a dar forma al zapato y proteger el pie. A continuación, se coloca el zapato en la máquina formadora de contrafuertes que dan forma final al talón del calzado.



Figura 8. Proceso de Producción – Montaje.

Finalizado esto se procede a colocar el calzado en la horma y con la maquina armadora de puntas se le arma la punta del zapato según se ve en la figura 9.



Figura 9. Proceso de Producción – Montaje.

Luego con la ayuda de las maquinas armadora de enfranques y armadora de talones, se procede a moldear los lados del zapato con la primera y a moldear la parte inferior de los talones con la segunda de acuerdo a la figura 10.



Figura 10. Proceso de Producción – Montaje.

Se vuelve a martillar para proceder al cardado, lo cual consiste en removerle al cuero el brillo en la parte donde irá colocado el pegamento según la figura 11.



Figura 11. Proceso de Producción – Montaje.

Seguido de esto se coloca el pegamento tanto en el zapato como en su suela, para luego colocarlo en la máquina reactivadora de pegamentos como se muestra en la figura 12.



Figura 12. Proceso de Producción – Montaje.

Se une manualmente el zapato con su suela para proceder a colocarlo en la máquina de presión; que se encarga de fijar de manera firme ambas partes.



Figura 13. Proceso de Producción – Montaje.

Acabado.

Ya fijado todas las partes, se quita todo el pegamento sobrante que pudiera estar sobre el calzado con la ayuda de una pulidora de pegamentos; se le da brillo al zapato con cremas; se colocan las plantillas y se obtiene finalmente un par de zapatos listo para ser embalado y comercializado. Como se ve en la figura 14.



Figura 14. Proceso de Producción – Acabado.

Capacidad de Producción.

Para lograr obtener una estimación de la producción mensual que se puede obtener, se tomaron como referencias los datos obtenidos por medio de la entrevista realizada a los productores de calzado de cuero (mocasines), en específico sus cantidades de producción semana máxima, cada uno de estos valores fue multiplicado por las cuatro semanas que tiene el mes para obtener la producción mensual de cada productor, finalmente se sumó los cinco valores y así se obtuvo una estimación de la oferta o producción que Guano podría ofrecer al mercado Chileno. Según se muestra en la tabla 6.

Tabla 6

Producción de calzado de cuero

Productor	Producción semanal	Producción mensual
Calzado Creaciones Cristhian	30	120
Calzado Jefferson	60	240
Calzado Leman's	110	440
Zapatitos	140	560
Calzado Belén	200	800
Producción mensual estimada		2160

De acuerdo a la tabla se puede llegar a decidir la producción estimada mensual de Guano. Según las condiciones actuales, son 2160 pares de zapatos y esta producción puede incrementar en el caso de que este sector mejore.

Es importante mencionar que la producción de ciertos negocios ha bajado notablemente debido a muchos factores como la competencia internacional provenientes de Brasil y China principalmente, también la diferencia de los precios, etc. Se topó con un caso específico el cual es de la empresa “Calzado Guijarro”, quienes son uno de los pioneros en la producción de calzado de cuero en guano, esta empresa hasta hace 10 años atrás producía hasta 120 pares de zapatos al día, pero debido a lo mencionado anteriormente dejaron de producir y en la actualidad ellos mandan a hacer sus diseños a otro lado y solo comercializan tanto calzado nacional como importado como brasileño y chino.

Toda la producción de este cantón en lo que a calzado de cuero para caballeros se refiere es artesanal o semi-artesanal debido al uso de cierta maquinaria para elaborar sus productos. Según lo indicado en las entrevistas el costo de producir un par de zapatos de cuero para caballero esta entre 20 y 30 dólares; sus ventas son nacionales y en uno de los casos provinciales y son realizadas al por mayor, al por menor y bajo pedido. La materia prima usada en la elaboración del calzado es nacional, según lo que se habló los insumos usados provienen principalmente de Ambato.

Cuando se los interrogó sobre si estarían dispuestos a expandir su mercado fuera del país a través de la exportación todos concordaron en que si tomarían esa oportunidad si se les presentara. Pero al mismo tiempo recalcaron que para llegar a eso es necesario recibir apoyo por parte del gobierno, tener acceso a fuentes de financiamiento, recibir capacitaciones desde en temas técnicos como en tema de ventas y negociación hasta temas relacionados a los procesos de producción que les permita mejorar la calidad de sus productos.

Especificaciones del producto.

Debido a la gran competencia que presenta actualmente el mercado chileno es necesario que el calzado que se ofrecerá al mismo sea de la misma o mejor calidad que los competidores, adicional a esto se debe tener en cuenta que los zapatos posean un diseño conservador que atraiga al consumidor y que cubra todas las necesidades y exigencias del mismo, ya que al final del día el consumidor es el que tiene la última palabra.

En la fabricación de este producto se emplea como materia prima los insumos presentados en la tabla 7

Tabla 7
Materia Prima para la elaboración de calzado

Materia Prima
Piel – cuero
Suela
Forro
Material termo-adherible (talón - punta)
Material de planta
Material punto diamante (suela)
Entretelado
Contrafuerte
Platilla de armado
Etiqueta

Con respecto a la maquinaria que se usa en la fabricación de calzado, tal cual como se lo explicó en el proceso de producción, son las máquinas de coser; la máquina formadora de contrafuertes; armadora de puntas, enfranques y talones; la reactivadora de pegamento, la máquina de presión, la de enfriamiento y la pulidora. Una vez este elaborado el calzado es necesario que se le coloque la respectiva etiqueta al mismo donde este la información necesaria y su marca.

Sistema de control de calidad.

Para llegar a posicionar el calzado ecuatoriano dentro del mercado chile es necesario que los productores creen una marca que los represente que sea llamativa para que así el consumidor se le grave fácilmente, esto se lo podría tomar como una estrategia. Otra buena manera de brindarle la confianza al producto es a través del sello “Mucho mejor si es hecho en Ecuador” ya que este avala la calidad y de brinda identidad al mismo, lo cual le da un valor agregado al mismo.

De acuerdo al Decreto 17 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción de Chile, en los artículos 4, 5 y 6 del mismo, todo calzado que se comercialice dentro del país debe estar debidamente etiquetado ya sea mediante de una marca permanente indeleble, una etiqueta impresa o bordada cosida al producto o una etiqueta autoadhesiva o soporte atado al calzado; en las cuales los rótulos (inscripciones o leyendas) expuestas en la etiqueta deben de ser visibles, estar bien sujetas, accesibles y estar al menos en el zapato del pie derecho. Lo indicado en el rotulo debe estar en castellano con caracteres legibles, y la información brindada en el mismo no puede inducir a ningún tipo de engaño al consumidor. La información que contendrá la etiqueta es la siguiente: 1) Numero de calzado, 2) País de fabricación, 3) Tipo de material. Además, se indica por separado el material usado en las siguientes partes: Capellada, Forro, Planta, y 4) Nombre y Rol Único Tributario del fabricante nacional o importador. Cabe mencionar que en cuantos a las marcas y a las etiquetas lo establecido en el NCh1808.Of2004 será aplicable (Ministerio de Economía, Fomento Y Reconstrucción, 2006).

Plan de Exportación

Una vez realizada la investigación necesaria referente al mercado meta, se puede establecer la poca participación que ha tenido el país en cuanto a exportaciones del producto en mención, a continuación se propone un plan para la oferta exportable de calzado de cuero que brinda el mercado ecuatoriano hacia el mercado chileno, según lo investigado en los capítulos anteriores es un plan de exportación en el cual se detalla la logística necesaria para que se realice un correcto despacho de mercadería.

Durante el proceso de investigación de éste proyecto y el estudio de campo realizado se han obtenido datos los cuales muestran que la cantidad de productores de calzado ubicados en el cantón Guano no es alta, por lo tanto se crea dificultad al momento de querer exportar en grandes cantidades, ya que un solo productor no abastecería un pedido de gran volumen al no contar con los requisitos suficientes tanto en maquinaria como en dinero, por ello se piensa y determina que la mejor opción para iniciar con este proyecto de exportación es que los productores del cantón se unan y de esta manera creen una asociación entre ellos mismos, en base al Art. 18 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (2019), para que de ésta manera puedan trabajar en conjunto y alcancen un volumen alto de producción el cual pueda exportarse.

De acuerdo a (Súper Intendencia e Economía Popular y Solidaria, 2019) para constituir una organización se necesita en primer lugar la Reserva de Denominación, con la cual al ser presentada se busca validar el nombre que se le dará a la asociación, en segundo lugar se debe llenar y presentar el Formulario Único de constitución de Asociaciones, junto con el Certificado de depósito del aporte al fondo inicial y la obtención de las claves de acceso al “Casillero SEPS” (por parte del Representante Legal).

Según el Art. 13 del oficio circular número 831 emitido el 31 de Julio de 2013 dirigido a asociaciones de la economía popular y solidaria, la Junta directiva debe estar conformada con un presidente, un secretario y tres vocales elegidos por votación secreta por la junta general, los miembros durarán dos años en sus funciones y solo podrán ser reelegidos una sola vez consecutiva (Súper Intendencia de Economía Popular y Solidaria, 2019).

Los requisitos para registrar la directiva son los siguientes: a) Solicitud de registro de directiva (Suscrita por el Administrados o el Representante legal); b) Declaración y certificación del secretario/a sobre la elección de los vocales, tanto principales como suplentes, de las Juntas Directivas y de Vigilancia del Presidente, Secretario y Administrador; y c) Copia legible de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación del administrador electo (solo en caso de que no sea miembro de la organización) (Súper Intendencia e Economía Popular y Solidaria, 2019).

Al formase la asociación de los productores de calzado de Guano esta será la persona jurídica bajo la cual se realizarán las exportaciones.

Estrategia de negociación.

El presente trabajo busca medir la factibilidad de exportar un producto a un mercado meta, el cual se encuentra fuera del territorio ecuatoriano. Por ello la estrategia de entrada al mercado puede ser un paso decisivo, como estrategia para llevar acabo esto se propone contactar directamente con un distribuidor local del país destino, en éste caso Chile, con el cual se realizarán todas las negociaciones, es decir esta empresa compraría directamente el calzado de los productores, y la misma a su vez se encargaría de la distribución y comercialización de la mercadería en su país.

Para llegar a esto se realizó la respectiva investigación del mercado del cual se tomó como principal y única fuente de información la plataforma Trade Map, página en la cual se puede acceder a datos tanto de importaciones como de exportaciones de los diferentes países del

mundo y las empresas que hacen parte de estos intercambios. Al buscar las empresas los resultados fueron que existen 13 empresas chilenas dedicadas netamente a la importación de calzado femenino (exceptuando el deportivo) y 38 zapaterías chilenas que importan calzado de acuerdo a la partida 6403.51, mencionada anteriormente, como se muestra en la siguiente tabla 8.

Tabla 8
Empresas importadoras de calzado por categoría

Categoría de productos	Número de empresas importadoras disponibles en Trade Map
Calzado para mujeres, excepto el deportivo	13
Zapaterías	38

Nota: Tomada del portal Trade Map, (2019).

Se enfocó únicamente en las zapaterías que importan el producto ya que el calzado que se busca exportar es direccionado a los caballeros; al abrir el listado de la categoría mencionada se desplegó un listado de un total de 38 empresas chilenas que han importado calzado según la partida 6403.51 en los últimos cinco años. Se filtró esta información enfocándose principalmente las que se encuentran ubicadas en Santiago de Chile reduciendo la lista a 24 empresas, de ellas nos enfocamos en aquellas que poseen mayor cantidad de trabajadores y que por ende son empresas grandes. Como se muestra en la tabla 9.

Tabla 9
Lista de las empresas importadoras en Chile para la siguiente categoría de productos (zapaterías)

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos comercializados	Número de empleados	País	Ciudad
Forus S.A. - Hush Puppies	3	2819	Chile	Santiago
Bata Chile S.A.	1	1500	Chile	Santiago
Fábrica De Calzados Gino S.A. - Gino S.A.	4	650	Chile	Santiago
Comercial Casado Ltda. - Shopping Group	3	600	Chile	Santiago
Cía. Gral. De Calzados S. A. - Calzados Mingo	3	400	Chile	Santiago
Nuevos Almacenes Internacionales S.A.	2	300	Chile	Santiago

Nota: Elaborada por autores – Información obtenida en Trade Map, (2019).

De entre las empresas mostradas en la tabla 9 se optó por seleccionar a Bata Chile S.A., ya que es uno de los principales distribuidores de zapatos en Santiago de Chile, es una multinacional que cuenta con 120 años de existencia en el mercado, cuenta con aproximadamente 1500 empleados, es conocida en algunos países por la variedad y sobre todo la calidad de calzado que ofrece (Bata , 2019).

Política de pago.

Es importante definir una política de pago con los respectivos proveedores, en la cual se obtenga un beneficio de tiempo para poder realizar el proceso de la negociación y desarrollar liquidez en la asociación, por lo que será adecuado establecer un crédito de treinta días plazo, desde la fecha en la que el proveedor emita la factura, de esta forma se crea un plazo de tiempo en el cual sigue en constante movimiento la producción, generando los ingresos para poder cancelar a los respectivos proveedores en su momento, dicha política debe ser tratada desde el comienzo, se debe ganar un poder de negociación frente a los proveedores.

Cotización de exportación.

La cotización de exportación es un documento en el cual se establecen los derechos y obligaciones tanto del exportador como del importador con el objetivo de evitar inconvenientes en el proceso, en dicha cotización se deben considerar las características del producto, la política de cobro, el embalaje seleccionado y la entrega de la mercadería la cual dependerá según el incoterm bajo el que se realice la negociación.

Política de cobro.

En el mundo internacional del intercambio de bienes y servicios es importante establecer la condición de pago bajo la cual se van a regir ambos países tanto Ecuador como Chile para cumplir con las transacciones previamente acordadas, a pesar de que en este tipo de negociación siempre va a existir cierto riesgo se recomienda trabajar bajo una política de cobro al cliente del 60% del valor previo al embarque y el 40% del valor se cancele a 30 días plazo. Se recomienda utilizar el método de cuenta abierta en donde el exportador le envía los documentos de embarque directamente al importador y éste le transfiere el pago correspondiente al exportador por medio de una transferencia bancaria.

Incoterm

Este proyecto de investigación cuenta con un mercado meta cuyo destino está fuera del territorio ecuatoriano, se ha decidido para la exportación trabajar con el incoterm FOB, son las siglas de Free on Board, lo que en español significa "libre a bordo", los costos de las operaciones desde que la mercancía llega al puerto hasta que se carga en el buque se denominan gastos FOB, y son los gastos de recepción, acarreo y carga; es decir consiste en que el vendedor debe cumplir

con la entrega de la mercadería en el puerto de embarque, una vez que la carga aborda el buque todos los riesgos ya sea de daño, pérdida o cualquier percance que se pueda presentar, se traspasan al comprador. En éste tipo de incoterm el comprador asume todos los costos posteriores a la carga tales como: el flete, la descarga de la mercadería cuando llegue al puerto de destino que para este proyecto es el Pto. San Antonio de Chile, el cual se encuentra ubicado a 100km de Santiago de Chile, los trámites de aduana que se aplican para la importación de la mercadería a Chile, el comprador tiene la opción de adquirir un seguro que cubra el riesgo que tiene la carga mientras es transportada en el barco (Internacionalmente, 2019).

Registro de exportador.

Como obtener el registro de exportador.

Según el Servicio Nacional de Aduana en el Ecuador (2017), los requisitos que se deben cumplir previos a realizar el proceso de exportación son los siguientes:

- Se debe contar con el Registro Único de Contribuyente (RUC) que lo gestiona el Servicio de Rentas Internas en el cual se debe indicar la actividad económica a realizar.
- Obtener el Certificado Digital o también conocido como TOKEN que es otorgado por el Banco Central del Ecuador y la compañía Security Data.
- Registrarse en el sistema Ecuapass como exportador, en el cual se deberá actualizar la información, crear un usuario, contraseña, aceptar las políticas de uso y registrar una firma electrónica.
- Registrarse en el Ministerio de Industrias y Competitividad, según resolución 402 del 13 de septiembre de 2007, publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007 dada por el Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI).

Registro de exportador en el Ecuapass

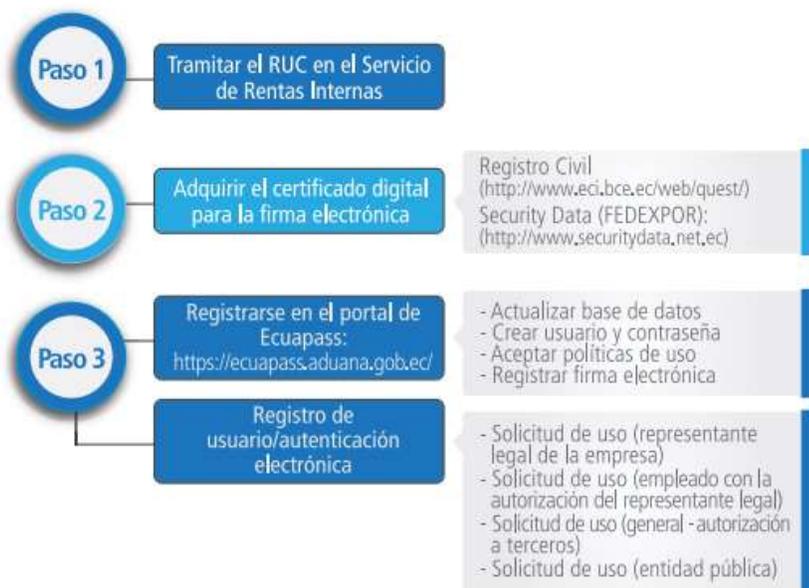


Figura 15. Registro de exportador en el Ecuapass – Tomado de ProEcuador, 2017.

Estudio Logístico

Afianzador de aduana.

Una vez que se ha establecido la estrategia de negociación se deben seguir los pasos para el despacho de la mercadería, para esto se debe contar con un agente afianzador de aduana quien será el encargado de realizar la Declaración Aduanera de Exportación DAE ante el SENA E para cada embarque.

Ecuador cuenta con diferentes compañías que dentro de los servicios que ofrece y desempeñan se encuentra este servicio, para este trabajo se tomó en cuenta a Siatigroup, esta empresa entre los muchos servicios que ofrece uno de ellos es el de afianzar la mercadería.

Freight forwarder o consolidador.

Para realizar la exportación es necesario el contratar a una consolidadora que se encargue de todo el proceso de despacho de la carga que se enviaría por vía marítima. Para este trabajo se decidió usar la empresa Kystal Logistics Ecuador, la tiene muchos años de experiencia en el mercado.

Almacenaje.

Una vez terminado el proceso de producción y el producto ya se encuentre terminado y en la caja de presentación será almacenado en las bodegas de los productores hasta que la producción este completa y lista para ser enviada a Guayaquil para ser exportada.

Transporte local

Una vez que la cantidad solicitada por el comprador este completa y bien embalada será enviada a través de Tramaco Express desde el Cantón Guano hacia las bodegas del consolidador, es decir, Krystal Logistics quienes se encargaran de consolidar la carga y enviarla al Puerto Maritimo de Guayaquil. Por otro lado se debe de enviar los documentos al importador por DHL.

Embalaje.

Para la producción mensual estimada que es de 2160 pares de zapatos, según los cálculos realizados se considera que al momento de realizar el embalaje para la exportación se requieren 72 cajas de cartón con medidas de 71cm de largo por 55cm de ancho y 68cm de alto, en las cuales entran 30 cajas de pares de zapatos respectivamente, cada caja tendría un peso aproximado de 31Kg.

Las cajas de mercadería serán divididas entre 6 pallets, de medidas de 115cmx145cm, para ser embaladas. Cada uno de los pallets será cargado con 12 cajas por lo cual se estima que cada pallet tendrá un peso estimado de 376Kg (incluido el peso del pallet) cada pallet será embalado con plástico, se lo envolverá varias veces para asegurar la mercadería enviada, y proteger el producto; y así tenerla lista para que la naviera realice el proceso de recolección y posteriormente se traslade al respectivo puerto de carga. La mercadería tendría un peso total de 2232kg que vendria a ser 2.23t/m³.

Presentación del producto.

La presentación del producto para la venta y el envío será en cajas de cartón, según las medidas de 12cm de alto por 18cm de ancho y 33cm de largo, y en ella se podría detallar el nombre y el logo de la marca del calzado.

Proceso de exportación

Etapa de pre embarque.

Según el Servicio Nacional de Aduana en el Ecuador (2017), el proceso de exportación comienza con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación más conocida por sus iniciales como DAE, esto se realiza en el sistema Ecuapass, dicha declaración establece un vínculo entre lo legal y las obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante, y se debe presentar en conjunto con una factura o proforma y los demás documentos requeridos previo a realizar el embarque.

En la DAE se consignarán datos del exportador o declarante, de la descripción de mercancía por ítem de factura, los datos del consignante, el destino de la carga, las cantidades específicas, el peso que generan y demás datos relativos a la mercancía. Depende del tamaño de la empresa y de la actividad económica se sugiere contratar los servicios de un agente de aduanas para que lo asesore en la apertura y cierre de la exportación.

En el sistema Ecuapass existen documentos digitales que acompañan a la DAE tales como: la factura comercial original, las autorizaciones previas solo si el caso lo amerita, el certificado de origen electrónico cuando sea necesario; luego que la DAE es aceptada la mercadería entra a zona primaria del distrito en donde se embarca, como consecuencia de esto se registra temporalmente en un depósito en donde es almacenada previo a su exportación.

Etapa de post embarque.

Se podrá regularizar las declaraciones aduaneras de exportación ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso de exportación para consumo según el régimen número 40. Luego de realizado el embarque se cuenta con un plazo de 30 días para poder completar el proceso bajo la presentación de documentos como: copia de la factura comercial, copia de la lista de empaque, copia del certificado de origen y copias no negociables del documento de transporte multimodal.

Cuando se exporte se notificará el canal de aforo que se le designó a la carga, existen cuatro tipos de aforo: el automático, el documental, el físico y el aforo físico intrusivo.

Cuando la declaración aduanera tenga canal de aforo automático, la autorización para que se embarque la mercancía será automática, se realizará de manera inmediata una vez que la carga ingrese al depósito temporal o también conocida como zona primaria.

Cuando la declaración aduanera tenga canal de aforo documental se otorgará un funcionario el cual va a estar encargado de la revisión de que tanto lo digital como lo electrónico esté en orden, y si todo está en orden se cierra el trámite y se le autorizará la salida, lo cual quiere decir que la carga podrá ser embarcada.

Cuando la declaración aduanera tenga canal de aforo físico se realizará la inspección física de la mercadería para comprobar que su condición, peso, cantidad medida y todo lo establecido en los documentos esté igual con la información registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

Cuando la declaración aduanera tenga canal de aforo físico intrusivo se realiza el mismo trámite indicado en el punto anterior y adicionalmente se realiza una inspección física verificando que toda la documentación esté en orden.

Preferencia arancelaria en Chile.

Actualmente, Ecuador y Chile forman parte del Acuerdo de Complementación Económica (ACE-65) el cual fue firmado en el 2010, de acuerdo a lo expuesto por dicha alianza se indica que el ingreso del producto de éste proyecto de investigación que es el calzado de cuero bajo la partida 640351 tiene un 0,00% de arancel para entrar a Chile.

Es importante mencionar que todo acuerdo comercial se hace valido al momento de presentar el Certificado de Origen que confirme que la procedencia del producto en mención en éste caso el calzado de cuero sea ecuatoriana. (Ministerio de Comercio Exterior, 2008)

Certificado de origen.

Es un documento emitido por el Ministerio de Industrias y Competitividad MIPRO, que demuestra que un determinado producto ha sido elaborado en el territorio nacional en éste caso en territorio ecuatoriano; éste certificado permite la entrada del calzado ecuatoriano al mercado chileno y de ésta manera pueda acceder a las preferencias arancelarias determinadas (Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones, 2019).

El certificado de origen es obtenido a través de la Ventanilla única electrónica, tiene un valor de \$10 por contenedor; al ingresar a la Ventanilla única allí se te genera una orden de pago que se la debe de cancelar en el Banco del Pacifico.

Financiamiento

Corporación Financiera Nacional (CFN).

La Corporación Financiera Nacional es una institución financiera pública, cuya misión consiste en impulsar el desarrollo de los sectores productivos y estratégicos del Ecuador, a través de múltiples servicios financieros y no financieros alineados a las políticas públicas. (Corporación Financiera Nacional, 2019)

Con el objetivo de contribuir en el desarrollo productivo y económico del país, el vicepresidente de la República, Otto Sonnenholzner, y la Corporación Financiera Nacional presentaron nuevas facilidades de créditos con especial atención a las pequeñas y medianas empresas respaldando al sector exportador, las cuales requieren varios recursos y un alto esfuerzo para lograr expandirse, éste programa es denominado como Exporta Emprendedor, consta de Pyme Exprés y Pyme Próspera y está directamente aliado con el Banco del Pacífico para la gestión de créditos.

Pyme Exprés brinda financiamiento de capital de trabajo a personas naturales y jurídicas cuenta con: 1) una expansión desde \$2,500 hasta \$100.000; 2) facilidad en la cobertura del Fondo Nacional de Garantías hasta el 80% del valor del crédito, la diferencia se concederá a riesgo limpio hasta \$20,000; 3) comodidad al tener período de gracia de capital hasta un año para destino de activo fijo; 4) conveniencia al poder contar con la mejor tasa del mercado del 15.50%; 5) conveniencia en los plazos de pagos: 72 meses plazo para activo fijo y 24 meses para capital de trabajo; 6) seguridad al tener acompañamiento personalizado desde la solicitud de su producto. (Banco del Pacifico, 2019)

Pyme Próspera, está destinado a capitalizar proyectos de inversión de pequeñas y medianas empresas, que por su alto impacto de encadenamiento productivo, cuenta con: 1) seguridad de financiamiento al tener una tasa fija por un año, a partir del treceavo mes será reajutable; 2) conveniencia al contar con financiamiento del 100% en capital de trabajo y activos fijos; 3) facilidad en la cobertura del crédito: 80% por Fondo Nacional de Garantía de la CFN, el 20% será a riesgo limpio; 4) flexibilidad en el monto a financiar, con garantía personal

desde \$3.000 hasta \$300.000; 5) tranquilidad de disponer de un periodo de gracia de capital hasta de un año para destino de activo fijo; 6) comodidad en el plazo de pago hasta 84 meses para activo fijo y 60 meses para capital de trabajo; 7) tasa del 8.50% para Capital de (Banco del Pacifico, 2019).

BanEcuador.

Es una institución encargada de brindar productos y servicios financieros innovadores, eficaces, sostenibles social y financieramente, aportando en la inclusión y mejora de la calidad de vida de los pequeños y medianos productores urbano y rurales, fortaleciendo la asociatividad. (BanEcuador, 2019)

BanEcuador cuenta con un plan de financiamiento para unidades productivas asociativas, organizaciones de la economía popular y solidaria cuyo fin es la producción principalmente agropecuaria, comercialización de cosechas, comercialización de bienes y servicios, el auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (BanEcuador, 2019). Esta entidad financiera ofrece beneficios tales como:

Microcrédito.

El microcrédito ofrece: 1) un valor de hasta USD 59.100; 2) la forma de pago se ajusta al flujo de caja del proyecto ya sea mensual, bimensual, trimestral, semestral, anual o al vencimiento; 3) plazo de hasta 10 años de acuerdo al destino de inversión; 4) período de gracia hasta 3 años de acuerdo a tabla de plazos por destino de inversión, 5) Tasa de interés reajutable: 11% Producción, 15% Comercio y Servicios; 6) garantía personal hasta \$20.000 y real más de \$20.000 (BanEcuador, 2019).

Pyme.

El crédito para pyme ofrece: 1) un valor de hasta USD 500.000; 2) la forma de pago se ajusta al flujo de caja del proyecto ya sea mensual, bimensual, trimestral, semestral, anual o al vencimiento; 3) plazo de hasta 10 años de acuerdo al destino de inversión; 4) período de gracia hasta 3 años de acuerdo a tabla de plazos por destino de inversión, 5) Tasa de interés reajutable: 11% Producción, 15% Comercio y Servicios; 6) garantía real más de \$20.000. (BanEcuador, 2019)

Entre los requisitos iniciales a presentar están: presentación de la cédula de ciudadanía o identidad y del certificado de votación del solicitante, cónyuge o conviviente; presentación del RUC o RISE del solicitante; copia de la planilla de cualquier servicio básico con una antigüedad no mayor a tres meses de la fecha de presentación de la solicitud de crédito.

En la actualidad existen programas de apoyo al emprendedor que ofrecen las diferentes entidades bancarias debido a que se busca crear motivación y brindar facilidades de financiamiento para nuevos proyectos y en éste caso para proyectos que quieran exportar su producto.

Al llevarse este proyecto a la práctica será necesario que los productores formen una Asociación entre ellos, como se lo mencionó al inicio del Plan de exportación, para esto es importante recalcar que para ellos existe una apertura directa para un crédito como los que ofrecen las entidades financieras expuestas, en el caso de la CFN el crédito Pyme Próspera sería el indicado y en cuanto a Ban Ecuador el crédito pyme sería la mejor alternativa.

Cabe recalcar que éste proyecto cuenta con una inversión inicial ya realizada por los de los productores, por lo tanto adquirir un préstamo con la banca pública es una opción tentativa a realizar en el caso de que surja un incremento significativo en el volumen de producción ya que se necesitaría nueva inversión para adquirir materia prima, mayor mano de obra, e incluso llegar a necesitar la adquisición de nueva maquinaria para poder cubrir el volumen requerido por el importador.

Capítulo Cinco: Estudio Financiero

Costos de producción

Para el cálculo del costo de producción de un producto se debe de tomar en consideración los costos de la materia prima utilizada para la elaboración del mismo, que como se mencionó en el capítulo cuatro son el cuero, la suela, el forro, contrafuerte, etiqueta, entre otros; más el costo total de la mano de obra en la elaboración del mismo; y los costos indirectos de fabricación como el empaque, la energía eléctrica utilizada, etc.

Los costos de producción que se presentan en la tabla 10, fueron otorgados directamente por cada uno de los productores de calzado de cuero entrevistados; es decir que los costos entregados por los mismos constan tanto de los valores de la materia prima, como de la mano de obra y cualquier costo indirecto incurrido en el proceso de fabricación del producto.

Tabla 10

Costos de producción de calzado (semanal-mensual)

Costo de Producción	Costo Unitario	Semanal	Mensual
Costo productor 1	\$ 23,00	\$ 2.530,00	\$ 10.120,00
Costo productor 2	\$ 25,00	\$ 750,00	\$ 3.000,00
Costo productor 3	\$ 30,00	\$ 1.800,00	\$ 7.200,00
Costo productor 4	\$ 20,00	\$ 4.000,00	\$ 16.000,00
Costo productor 5	\$ 20,00	\$ 2.800,00	\$ 11.200,00

El promedio de los costos de producción de los valores de cada uno de los productores es de \$23.6 redondeándolo a \$24 por par de zapatos. Al multiplicar cada uno de los costos por la producción semanal de cada productor se obtuvo los costos de producción semanales para posteriormente obtener los costos mensuales.

Otros Costos y Gastos

Aquí se consideran los costos en los que se incurren en el envío de la mercadería incluyendo el embalaje, los costos del afianzador de aduana por el transporte de la carga desde el productor hasta el puerto de Guayaquil, los impuestos, la promoción y participación en ferias internacionales, entre otros.

Para realizar la exportación es necesario embalar la mercadería de manera tal que la misma llegue sana y salva hasta el comprador o importador. Para esto es necesario adquirir cartones, el plástico para embalar y los pallets, como se muestra en la tabla 11, a pesar de que no son costos que estén relacionados directamente con la producción del producto son considerados

en el cálculo del precio de exportación ya que fueron gastos en los que incurrieron para enviar la mercadería.

Tabla 11
Costos de embalaje

Costos de embalaje		
Cartones	\$	300,24
Plástico para embalar	\$	36,96
Pallet (6pallet)	\$	107,52
Total	\$	444,72

Adicional a estos valores se consideran también los costos de transporte local desde guano hasta las bodegas del consolidador y el seguro nacional de la mercadería, de acuerdo a lo presentado en la tabla 12. Se incurre en el gasto del seguro para que el exportador este cubierto en cualquier tipo de situación que se pueda presentar, y así evitar cualquier pérdida;

Tabla 12
Costos de Transporte local

Transporte Local		
Transporte	\$	3.421,44
Seguro	\$	743,00
Total	\$	4.164,44

Y finalmente están todos los costos incurridos en el proceso de exportación como por ejemplo los valores cobrados por el afianzador, el consolidador, la emisión de los documentos, entre otros; según la tabla 13.

Tabla 13
Costos de Exportación

Costos de exportación		
Consolidador	\$	240,25
Afianzador	\$	270,00
Certificado de origen	\$	10,00
Inspección antinarcótico	\$	56,00
Envío de muestra x DHL	\$	83,43
Sello (después de inspección)	\$	15,00
Total	\$	674,68

Para la promoción del producto a exportar, una buena estrategia es acudir a las ferias internacionales que lleva a cabo ProEcuador y que en este año se planificaron dos en el país de destino. La primera se realizó en Abril y la segunda en Septiembre, cada una con una duración de 3 días (ProEcuador, 2019).

Se realizó una estimación de los gastos que se pueden llegar a incurrir al asistir a estas ferias entre alojamiento, pasajes, alimentación, entre otros. El valor total de lo que se puede llegar a gastar por la participación de las mismas se presenta en la tabla 14.

Tabla 14

Gastos de Feria Internacional

Costo de Feria	
Fabricación de Stand	\$ 250,00
Pasaje (para 2 personas)	\$ 1.188,00
Hospedaje	\$ 141,00
Alimentación	\$ 84,18
Movilización	\$ 183,00
Mercadería	\$ 708,00
Folletería	\$ 160,00
Material POP	\$ 245,00
Costo de feria al 1er año	\$ 2.959,18
Costo de Feria	\$ 2.709,18

Como se ve en la tabla, existen 2 diferentes valores uno que es calculado específicamente para el primer año que asistirían a la feria y el otro para el resto de los años; esto se debe a que el gasto de la elaboración del stand solo sería incurrido en el primer año.

Precio de Venta al Público

Una vez obtenido el costo del producto terminado se le debe determinar el costo de venta para esto se debe al costo de producción se le debe de añadir la rentabilidad deseada, que para este trabajo será de 35%. Como en esta investigación se contempla la factibilidad de exportar el producto existen otros costos en los que se incurren durante el proceso, los cuales dependerán del incoterm a utilizar. De acuerdo con lo expuesto en el capítulo cuatro en el plan de exportación, la mercadería será negociada bajo el valor de FOB.

Precio en FOB.

El precio FOB o Free on Board en una exportación contempla todos los costos adicionales en los que se incurren hasta que la mercadería llega al Pto. De Guayaquil; como los costos de embalaje, del transporte interno (desde el lugar de producción hasta el puerto), el seguro en caso de que se vaya a emplear algún seguro interno, los gastos del afianzador y consolidador que ayude en la facilitación en el proceso de exportación. Una vez ya tomado en cuenta todos los costos y una vez que se realicen todos los cálculos correspondientes el precio de exportación del producto sería de \$34.92 como se muestra en la tabla 15.

Tabla 15

Precio de exportación

Precio FOB	
Costo de producción	\$ 23,60
Margen de utilidad (35%)	\$ 8,26
Transporte local	\$ 1,93
Ajuste por FOB	\$ 0,31
Precio FOB hasta el Pto. de Guayaquil	\$ 34,10

Se decidió fijar el precio de exportación según el incoterm FOB debido a que es más conveniente para el exportador ya que implica menos costos y menos responsabilidades. Ya que si la mercadería fuera enviada según el incoterm CIF el exportador se debería de hacer cargo del flete y seguro internacional lo cual es muy costoso y a pesar de que esos valores se sumarían también al valor del PVP de exportación por lo cual el mismo aumentaría, podría afectar al cierre de la venta ya que quizás el precio ahuyente al comprador (importador)

Proyecciones de Ingresos y Egresos

Para la elaboración de los ingresos del flujo de caja se calculó la producción anual por productor con base en la producción semanal que se obtuvo de las entrevistas realizadas para así calcular los ingresos anuales con un porcentaje de incremento en los ingresos que es de 9.09% según lo calculado y estimado en el capítulo tres.

Por otro lado, para los egresos se tomó como base los costos de producción obtenidos de cada uno de los productores por las producciones de los mismos para así obtener los costos anuales. Como cada año los costos varían de acuerdo a la inflación se tomó como porcentaje de incremento de los egresos el promedio de la inflación acumulada de los últimos diez años que es del 2.82%

La Inversión Inicial utilizada en el Flujo de Caja se la obtuvo de uno de los entrevistados, el Sr. Marcelo Guijarro hijo del fundador y dueño de Calzado Guijarro. El Sr. Guijarro quienes indicaron que cuando su padre inició el negocio hace 25 años atrás, la inversión realizada fue de \$50.000. Se procedió a calcular el valor presente del monto otorgado, ya que ese valor fue incurrido tiempo atrás.

En base en que todos los productores se dedican a la misma actividad se determinó que la inversión inicial del resto de los productores circula más o menos en el mismo monto por lo cual el valor obtenido se lo multiplico por cinco.

Flujo de caja.

A continuación, se presenta el flujo de caja elaborado con los datos explicados en el punto anterior.

Tabla 16
Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Productor 1		\$180.049,76	\$196.416,28	\$214.270,52	\$233.747,71	\$254.995,38
Productor 2		\$49.104,48	\$53.568,08	\$58.437,42	\$63.749,38	\$69.544,19
Productor 3		\$98.208,96	\$107.136,15	\$116.874,83	\$127.498,75	\$139.088,39
Productor 4		\$327.363,20	\$357.120,51	\$389.582,77	\$424.995,84	\$463.627,97
Productor 5		\$229.154,24	\$249.984,36	\$272.707,94	\$297.497,09	\$324.539,58
Total Ingresos		\$883.880,64	\$964.225,39	\$1.051.873,48	\$1.147.488,78	\$1.251.795,51
Egresos						
Costo productor 1		\$121.440,00	\$124.858,62	\$128.373,48	\$131.987,28	\$135.702,81
Costo productor 2		\$36.000,00	\$37.013,42	\$38.055,38	\$39.126,66	\$40.228,11
Costo productor 3		\$86.400,00	\$88.832,22	\$91.332,91	\$93.903,99	\$96.547,45
Costo productor 4		\$192.000,00	\$197.404,93	\$202.962,02	\$208.675,54	\$214.549,90
Costo productor 5		\$134.400,00	\$138.183,45	\$142.073,41	\$146.072,88	\$150.184,93
Costos y Gastos		\$66.365,26	\$67.976,45	\$69.890,03	\$71.857,49	\$73.880,32
Total Egresos		\$636.605,26	\$654.269,10	\$672.687,22	\$691.623,83	\$711.093,51
Inversión Inicial	\$500.448,34					
Ingreso Neto	-\$500.448,34	\$247.275,38	\$309.956,29	\$379.186,26	\$455.864,95	\$540.701,99

Como se puede observar en el flujo de caja no se calcula el Impuesto a la Renta ya que de acuerdo al Art. 9.1 de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno las sociedades nuevas, localizadas fuera de las ciudades Quito y Guayaquil, que tienen como objetivo el realizar inversiones nuevas y productivas están exoneradas del Impuesto a la Renta por 5 años (Servicio de Rentas Internas, 2019).

De acuerdo a los datos obtenidos del flujo de caja realizado los resultados desde el primer año son favorables para el productor o exportador a pesar de que los gastos en los que se incurren son altos. Ya que como se puede apreciar en la fila de los ingresos netos del flujo de caja existen ganancias desde el primer año.

Rentabilidad del Proyecto

Estimación de la tasa de descuento para el proyecto

Ya que no se pudo obtener la tasa de retorno que los productores de calzado obtienen por medio de ninguno de los entrevistados, se buscó en la página de la Superintendencia de compañías la rentabilidad operacional del patrimonio de la industria manufacturera específicamente la fabricación de cueros y productos conexos que es del 42.57%, la cual se la

adoptó como nuestra tasa de descuento para la investigación (Superintendencia de compañías, 2018).

Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno o TIR obtenida de los totales presentados en el flujo de caja fue de un 59%, la cual en comparación con la tasa de descuento es mayor lo que indica que el proyecto es rentable ya que se estima que el rendimiento sería mayor al mínimo requerido.

Valor Presente Neto

Al calcular el Valor presente Neto o VAN según los valores obtenidos del flujo de caja nos dio un monto de \$162.267,09; este resultado es otro indicador de que el proyecto es rentable ya que el valor es mayor a 0.

Análisis de sensibilidad

Bajo el supuesto de que la proyección de los egresos en el flujo de caja no cambie, pero se modifique el porcentaje de incremento de los ingresos se plantearon cinco posibles escenarios (pesimistas, medio y optimistas) de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados.

Análisis de sensibilidad sobre la Tasa Interna de Retorno

	TIR				
59%	-10%	-5%	0%	3%	10%
2,82%	#¡NUM!	12,49%	33,92%	43,17%	60,61%

Análisis de sensibilidad sobre el Valor Presente Neto

	VPN				
\$158.464,58	-10%	-5%	0%	3%	10%
2,82%	-\$276.314,42	-\$175.125,28	-\$65.297,91	\$4.993,27	\$182.691,51

Figura 16. Análisis de sensibilidad

En un escenario pesimista donde el porcentaje de incremento de ingresos sea negativa o igual a 0 podemos observar que el proyecto deja de ser rentable ya que la TIR obtenida es menor a la tasa de descuento del proyecto, que es del 42.57%, adicional a esto el resultado del VAN pasa a ser menor a 0.

En un escenario medio, se puede determinar que se necesita un incremento de ingresos mínimo del 3% para que el proyecto tenga una tasa interna de retorno (43.17%) mínimamente mayor a la tasa de descuento (42.57%) y el valor presente neto sea mayor a 0.

En un escenario optimista, con un incremento en los ingresos del 10% podemos ver que la tasa de retorno aumenta a un 60.61% y se obtiene un valor presente neto de \$182.691.51.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

En la presente sección se presentan las conclusiones del trabajo. Por cada objetivo planteado, General y Específicos, así como por la Formulación del Problema se realiza una conclusión.

Con respecto al primer objetivo específico, que es revisar la fundamentación teórica, conceptual y metodológica en la que se basa el proyecto de factibilidad, se concluye que a pesar de que el método de la investigación fue el indicado, hubo problemas en la obtención de información debido a ciertas barreras que se presentaron al momento de realizar el trabajo de campo. Sobre la fundamentación teórica, se confirma la rentabilidad del proyecto bajo el supuesto de maximización de una firma que debe encontrar el volumen óptimo de producción y exportación. Esto quiere decir que, siempre que el mercado chileno compre los volúmenes esperados –o incluso más– los productores de calzado maximizarán sus ganancias.

El segundo objetivo específico –Realizar un estudio del entorno y del mercado para determinar la demanda del producto– lleva concluir que se determinó que el mercado destino seleccionado es una buena oportunidad para comercializar el calzado ecuatoriano a pesar de la competencia a la que se enfrenta de India, China, Italia y Brasil. A pesar de que la entrada al mercado es compleja, Chile es un país cuya producción no abastece al mercado por lo cual siempre requieren importar de diferentes partes; adicional a esto los hábitos de consumo de calzado de los chilenos está en crecimiento.

El tercer objetivo específico es determinar la capacidad de producción y la localización del proyecto mediante un estudio técnico. Con respecto a este objetivo se concluye que la producción estimada, calculada a partir de los datos recolectados, representa la oferta exportable la cual se determinó no es muy alta, pero se puede exportar. La producción de Guano en relación al calzado se ha visto reducida considerablemente a partir de la entrada de calzado extranjero al país. Adicional a esto se concluyó que a pesar de que la calidad del producto es buena todavía se la puede mejorar industrializando la producción.

En el cuarto objetivo específico que es determinar la rentabilidad financiera de la exportación de calzado al mercado de destino bajo diferentes escenarios. Se llegó a concluir que el proyecto financieramente es rentable ya que se obtuvo una TIR del 59%, la cual es mayor a la

tasa de descuento que es del 42.57%. Por otro lado, el VAN obtenido de \$162.267,09, que es por mucho superior a 0, también indica la rentabilidad del proyecto. Finalmente, de acuerdo al análisis de sensibilidad se necesita que los ingresos o ventas aumenten en un 3% para que el proyecto continúe siendo rentable ya que cualquier incremento menor a este no beneficiaría a los productores.

Por último, para responder a la pregunta de la Formulación del problema, se concluye que si es factible la exportación de calzado de cuero elaborado en el cantón guano hacia Chile, como se mencionó anteriormente el mercado chileno es una buena oportunidad para el producto ecuatoriano debido a las buenas relaciones comerciales entre ambas naciones y a que la demanda de este producto es constante e incrementa cada año, pero para llegar a esto es necesario que los productores establezcan una asociación, según lo mencionado en el desarrollo del trabajo, en la cual ellos se unan para así tener una cantidad de producto exportable; y cuando haya un incremento en la demanda ellos a través de la misma logren obtener los recursos necesarios (maquinaria – mano de obra - materiales) para poder cubrir la misma.

Recomendaciones

De acuerdo a lo investigado se recomienda lo siguiente:

- Se recomienda una reestructuración de la Cámara Artesanal de Guano ya que esta entidad que debería brindar apoyo a todos los productores de este Cantón, de acuerdo a lo expuestos por los productores de calzado, no cumple con sus funciones.
- El gobierno del cantón Guano se preocupe en realizar capacitaciones a los productores de calzado en temas que se consideren necesarios, tanto técnicos como de ámbito administrativo, para el crecimiento de los negocios de este cantón.
- Se brinde más información sobre posibles fuentes de financiamiento que sean accesibles y beneficiosas para los productores de calzado.
- El incentivar la promoción internacional del calzado elaborado en el Cantón Guano a través de las ferias internacionales realizadas por ProEcuador.
- En el caso de que se decida llevar a cabo la exportación de este producto se recomienda, de acuerdo a lo mencionado en el desarrollo del trabajo, que los productores se agrupen a través de una asociación para tener una oferta exportable ya que individualmente su producción no justifica la exportación del producto.
- Si se desea continuar con esta investigación u hondar más en el tema se recomienda tomar en cuenta a la ciudad de Ambato ya que también se elabora este tipo de producto y quizás se tenga mayor disponibilidad al momento de adquirir información. Ya que uno de los inconvenientes al realizar este trabajo fue la obtención de información por parte de los productores.

Referencias

- Agencia EFE. (24 de Octubre de 2018). *EFE*. Recuperado el 2019, de <https://www.efe.com/efe/america/economia/la-relacion-comercial-entre-ecuador-y-chile-aumento-mas-del-40-en-dos-anos/20000011-3791881>
- ALADI. (2012). *ALADI*. Obtenido de [http://www2.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/C0775A73341C18DB03257FD9004A16A5/\\$FILE/Caja_069_002.pdf](http://www2.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/C0775A73341C18DB03257FD9004A16A5/$FILE/Caja_069_002.pdf)
- Arguello Flores, M. E., & Espinoza Ruiz, C. J. (2012). *Repositorio Escuela Superior Politecnica de Chimborazo*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2742/1/52T00211.pdf>
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. (O. F. Palma, Ed.) Bogota: Pearson.
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (27 de Abril de 2006). *Biblioteca del Congreso Nacional de Chile*. Obtenido de <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=182697>
- Cañizares Negrete, I. (2016). *Repositorio Universidad UTE*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/18303/66088_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chile Travel. (2019). *Chile*. Recuperado el 14 de 07 de 2019, de <https://chile.travel/informacion-practica>
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2019). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Obtenido de [file:///C:/Users/user/Downloads/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION,%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES,%20COPCI\[2\].pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION,%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES,%20COPCI[2].pdf)
- Diario El Comercio. (29 de Mayo de 2017). *El Comercio*. Recuperado el 2019, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/comercioexterior-pablocampana-salvaguardias-importaciones-ecuador.html>

- Elizalde Gonzales, M. S. (2016). *Repositorio Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1259/1/T-ULVR-1119.pdf>
- FEDECCAL. (04 de 2018). *FEDECCAL F.G.* Recuperado el 14 de 07 de 2019, de http://www.fedeccal.cl/wp-content/uploads/2018/04/INFORME_FEDECCAL_COMEX_2017.pdf?45a53e&45a53e
- (2011). Mercadotecnia. En L. Fisher , & J. Espejo, *Mercadotecnia* (pág. 148). México D.F: Mc Graw Hill Eduaction.
- García Luna , R. (Junio de 2013). *Dimensión Empresarial*. Obtenido de <http://ojs.uac.edu.co/index.php/dimension-empresarial/article/view/162/146>
- GONZALES, M. S. (2016). *Repositorio Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1259/1/T-ULVR-1119.pdf>
- Heizer, J., & Render, B. (2007). *Dirección de la producción y de operaciones* (Octava ed.). Madrid: Pearson.
- iContainers. (2018). *iContainers*. Obtenido de <https://www.icontainers.com/es/2011/07/07/bill-of-lading/>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización . (2017). *Instituto Ecuatoriano de Normalización* . Obtenido de [http://pudeleco.com/files/RTE%20080%20\(1R\).pdf](http://pudeleco.com/files/RTE%20080%20(1R).pdf)
- Klein, P. G. (2016). Why entrepreneurs need firms, and the theory of the firms needs entrepreneurship theory. *Revista de Administração*, 323-326.
- (2013). Fundamentos del Marketing. En P. Kotler, *Fundamentos del Marketing* (pág. 175). México: Pearson.
- Lerma Kirchner, A., & Marquez Castro, E. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. México D.F : Cengage Learning.
- Ley de Exportaciones e Importaciones . (1997). *Ley de Exportaciones e Importaciones* . Recuperado el 2019, de <https://es.scribd.com/document/108640088/Ley-de-Exportaciones-e-Importaciones>

- Ministerio de Comercio Exterior. (2017). Recuperado el 2019, de <http://www.pudeleco.com/files/a17026a.pdf>
- MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y RECONSTRUCCIÓN. (23 de 11 de 2006). *ALADI*. Obtenido de [http://www2.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/498ec79039b1cdaa032579e4005e72ca/\\$FILE/Decreto%20N%c2%b0%2017-2006.pdf](http://www2.aladi.org/nsfaladi/normasTecnicas.nsf/09267198f1324b64032574960062343c/498ec79039b1cdaa032579e4005e72ca/$FILE/Decreto%20N%c2%b0%2017-2006.pdf)
- Miranda, J. J. (2005). *Gestion de Poryectos* . Obtenido de http://antioquia.gov.co/banco-proyectos/1_ciclo_proyecto.pdf
- Muñoz, A. (3 de 03 de 2019). *Biobiochile.cl*. Recuperado el 14 de 07 de 2019, de <https://www.biobiochile.cl/noticias/economia/negocios-y-empresas/2019/03/13/fabricacion-de-calzado-nacional-se-redujo-un-86-en-28-anos-importacion-se-apodero-del-mercado.shtml>
- Pedro Serrano Agencia de Aduana. (2019). *Pedro Serrano Agencia de Aduana*. Recuperado el 14 de 07 de 2019, de http://www.comerint.cl/contacto.html?utm_source=AdwordsORWELL&utm_medium=Kwd-aduanas&utm_content=ad6
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2009). *Microeconomía* (Séptima ed.). Madrid: Pearson.
- Policonomics. (2017). *Policonomics*. Obtenido de <https://policonomics.com/es/ventaja-comparativa/>
- Porter, M. E. (Enero de 2008). *Las cinco fuerzas competitivas*. Obtenido de http://www23.ucsg.edu.ec/titulacion/77231/pluginfile.php/3901/mod_resource/content/0/%2Blas_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf
- PRO ECUADOR. (27 de 02 de 2019). *PRO ECUADOR*. Obtenido de file:///C:/Users/Julio%20Villanueva/Downloads/PROEC_FT2019_CHILE_FEBRERO.pdf

ProEcuador. (27 de 02 de 2019). *ProEcuador*. Obtenido de file:///C:/Users/Julio%20Villanueva/Downloads/PROEC_FT2019_CHILE_FEBRERO.pdf

ProEcuador. (2019). *PROECUADOR*. Obtenido de file:///C:/Users/Julio%20Villanueva/Downloads/listado-de-ferias-2019.pdf

Real Academia Española. (27 de Junio de 2019). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=Aifg5WN>

Ross, S. A. (1973). The Economic Theory of Agency: The Principal's Problem. *American Economic Association*, 63(2), 134-139.

Salazar Cantú, J. d. (Junio de 2015). *Estructura y evolución reciente de las ventajas comparativas de México y de sus estados*. Obtenido de Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal: <https://www.redalyc.org/html/607/60735446003/>

Saner, R., Yiu, L., & Filadoro, M. (Noviembre de 2012). *Cooperatives - Conspicuously absent in trade & development discourse*. Génova, Italia.

Santander Trade Portal. (05 de 2019). *Santander*. Recuperado el 2019, de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/chile/politica-y-economia>

Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag Puela, J. (2008). *El proceso y preparación del proyecto*. Obtenido de Preparación y Evaluación de Proyectos: https://www.academia.edu/36800147/Preparacion_y_evaluacion_de_proyectos_6ta_edicion_Sapag

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades. (22 de Septiembre de 2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021*. Quito.

SERMA. (01 de 2019). *SERMA*. Obtenido de <http://serma.net/noticias/chile-mercado-del-calzado/>

Servicio de Rentas Internas. (2019). *SRI*. Obtenido de file:///C:/Users/Julio%20Villanueva/Downloads/Art.%209%20Exenciones%20(1).pdf

- Siatigroup. (2019). *Siatigroup*. Obtenido de <http://www.siatigroup.com/preguntas/importaciones/que-son-incoterms>
- Silvana, E. G. (2016). *Repositorio Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1259/1/T-ULVR-1119.pdf>
- Superintendencia de compañías. (2018). *Superintendencia de compañías, valores y seguros*. Obtenido de https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Indicadores%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Indicadores%20Sector%20Empresa%
- Súper Intendencia de Economía Popular y Solidaria . (04 de 09 de 2019). Súper Intendencia de Economía Popular y Solidaria . Obtenido de https://www.seps.gob.ec/web/guest/preguntas-frecuentes?p_p_id=presentacionpreguntasfrecuentes_WAR_sepsappdataportlet&p_p_life cycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-4&p_p_col_count=1&_presentacionpreguntasfrecuentes_WAR_sepsappdataportlet
- Tierra Piedra, K. T., & Vargas Santana, J. R. (22 de Marzo de 2019). *Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12327/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-514.pdf>
- Trujillo, M. A., & Guzman, A. (2008). Intraemprendimiento: Una revisión al constructo teórico, sus implicaciones y agenda de investigación futura. *Cuadernos de Administración*, 21(35), 37-63.
- Villacorta Tilve, M. (2010). *Introducción al Marketing Internacional*. California : Creative Commons.

Apéndices

Apéndice A: RTE INEN 080

ARTÍCULO 1.- Aprobar y oficializar con el carácter de OBLIGATORIO el siguiente:

REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 080 “ETIQUETADO DE CALZADO”

OBJETO

1.1 Este reglamento técnico ecuatoriano establece los requisitos para el etiquetado de calzado, sea de fabricación nacional o importado, que se comercialice en el país, con la finalidad de prevenir las prácticas que puedan inducir a error o engaño a los consumidores.

1. CAMPO DE APLICACIÓN

2.1 Este reglamento técnico ecuatoriano se aplica a los productos clasificados en el Arancel Nacional de Importaciones, dentro de las partidas y subpartidas arancelarias que se detallan a continuación:

CLASIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
Capítulo 64	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos
6401	Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera.
6402	Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico.
6403	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.
6404	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil. Los demás calzados.

2.2 Este reglamento técnico ecuatoriano no se aplica a los productos determinados como: menaje de casa y equipo de trabajo, envíos de socorro, donaciones provenientes del exterior a entidades autorizadas para recibir dichas donaciones, franquicias diplomáticas, bienes para uso de discapacitados y muestras sin valor comercial. En los casos de equipaje de viajero y tráfico postal internacional o correo (courier), se aplicarán las regulaciones del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA E.

2. DEFINICIONES

3.1 Para los efectos de este reglamento técnico ecuatoriano, se adoptan las siguientes definiciones:

3.1.1 Adherir. Pegar una cosa a otra.

3.1.2 Calzado. Se entiende por calzado toda prenda de vestir con suela, destinada fundamentalmente a proteger y cubrir total o parcialmente el pie, facilitando el caminar, realizar actividades deportivas, artísticas, de trabajo y otras; pudiendo tener connotaciones estéticas y en casos especiales terapéuticas o correctoras.

3.1.3 Parte superior (capellada). Materiales que forman la parte externa del calzado, que se fijan a la suela y cubren la superficie dorsal superior del pie.

3.1.4 Comerciante o distribuidor. Persona natural o jurídica que de manera habitual vende o provee, al por mayor o al detal, bienes destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

3.1.5 Consumidor. Persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios.

3.1.6 Cuero. Material proteico fibroso (colágeno) de la piel de animales que conservan su estructura fibrosa original, que ha sido tratado químicamente con agentes curtientes, no es susceptible de descomponerse por putrefacción y que fija definitivamente determinadas características físicas, químicas, estéticas y de resistencia. Si el cuero tiene la superficie recubierta por una capa de acabado, esta capa superficial no debe ser de un grosor superior a 0,15 mm.

3.1.6.1 No podrá utilizarse la denominación “cuero” en los siguientes casos:

a) Aquellos productos obtenidos de la piel de animales que, habiendo sido sometidos a un proceso mecánico de fragmentación, molienda, pulverización u otros análogos se proceda a su aglomeración o reconstrucción.

b) Cuando el espesor del recubrimiento de los cueros supere un tercio del espesor del producto.

3.1.7 Cuero untado, recubierto o regenerado. Cuero o piel curtida cuyo acabado superficial tiene un espesor superior a 0,15 mm, pero no supera un tercio del espesor total del producto.

3.1.8 Embalaje. Recipiente o envoltura con que se protege al producto con la finalidad de resguardarlo de daños físicos y agentes externos, facilitando de este modo su manipulación, transporte y almacenamiento.

3.1.9 Empaque. Recipiente o envoltura que está en contacto directo con el producto, destinado a contenerlo desde su fabricación hasta su entrega al consumidor, con la finalidad de protegerlo del deterioro y facilitar su manipulación.

3.1.10 Estarcir. Es uno de los métodos de colocación de la etiqueta permanente, mediante el estampado de dibujos, letras, números, utilizando plantillas.

3.1.11 Etiqueta. Es cualquier rótulo, marbete, inscripción, marca, imagen u otro material descriptivo o gráfico que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado, marcado en relieve o huecograbado o adherido al producto, con el propósito de dar a conocer ciertas características específicas del producto.

3.1.12 Etiqueta permanente. Etiqueta que es cosida, adherida o fijada a un producto por un proceso de termofijación o cualquier otro método que garantice la permanencia de la información en el producto, por lo menos hasta la comercialización del producto al consumidor final. Es la que contiene la información mínima requerida en este reglamento.

3.1.13 Etiqueta no permanente. Etiqueta colocada a un producto en forma de etiqueta colgante u otro medio análogo que pueda retirarse del producto o que figure en su empaque. Estas etiquetas pueden contener información de marca, de control, o cualquier otra información que el fabricante o importador considere necesaria.

3.1.14 Etiquetado. Proceso de colocación o fijación de la etiqueta en el producto.

3.1.15 Fabricante. Persona natural o jurídica que extrae, industrializa o transforma bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

3.1.16 Forro. Revestimiento de cuero, material textil o sintético confeccionado o diseñado para llevarse en la parte interior del calzado de manera total o parcial.

3.1.17 Importador. Persona natural o jurídica que de manera habitual importa bienes para su venta o provisión en otra forma al territorio nacional.

3.1.18 Lote. Cantidad determinada de unidades de productos, con características similares, obtenidas en un mismo ciclo de fabricación, bajo condiciones de producción uniformes, que se someten a inspección como un conjunto unitario y que se identifican

por tener un mismo código o clave de producción, o es la cantidad de producto determinada por el proveedor o fabricante para el despacho.

3.1.19 Marca comercial. Cualquier declaración o signo que sirva para distinguir productos o servicios en el mercado.

3.1.20 Material artificial. Material obtenido a partir de la transformación química de productos naturales.

3.1.21 Material no tejido. Red de fibras o filamentos naturales, sintéticos o artificiales que no fue tejida, en donde las fibras están adheridas entre sí por procedimientos mecánicos, térmicos o químicos.

3.1.22 Material sintético. Materiales plásticos, sintéticos, residuos de cuero o textiles con apariencia de piel o cuero, estos pueden denominarse como tales, pudiendo además denominarse por su nombre específico, por ejemplo: piroxilina, poliuretano, polietileno, vinilo o vinílico, policloruro de vinilo (PVC), acrilonitrilo butadieno estireno (ABS), poliamida (nailon), poliéster, etilvinilacetato (EVA), etc.

3.1.23 Material textil. Material estructurado mediante tejido o cualquier otro procedimiento a base de fibras naturales, sintéticas o artificiales.

3.1.24 País de origen. País de fabricación, producción o elaboración del producto.

3.1.25 Plantilla. Material que está en contacto con la planta del pie.

3.1.26 Producto. Refiérase como producto al artículo manufacturado, elaborado o confeccionado con cuero, material textil, sintético o artificial, que está listo para ser comercializado y entregado al consumidor final para su uso, en su forma de presentación definitiva.

3.1.27 Proveedor. Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por las que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.

3.1.28 Residuos de cuero. Son generados por el raspado y triturado del cuero.

3.1.29 Suela. Pieza externa de la planta del calzado, cuya superficie está en contacto con el suelo y está expuesta en mayor grado al desgaste.

3.1.30 Talla. Medida utilizada para definir el tamaño del calzado.

3. CONDICIONES GENERALES

4.1 La información presentada en las etiquetas no debe ser falsa, equívoca o engañosa, o susceptible de crear una expectativa errónea respecto a la naturaleza del producto.

4.2 La información debe indicarse en las etiquetas con caracteres claros, visibles y fáciles de leer para el consumidor.

4.3 Para la fabricación de las etiquetas permanentes, se debe utilizar cualquier material que no produzca incomodidad al consumidor.

4.4 Las dimensiones de las etiquetas permanentes deben ser tales que permitan contener la información mínima requerida en este reglamento.

4.5 Las etiquetas no permanentes son opcionales.

4. REQUISITOS DE ETIQUETADO

5.1 Etiquetas permanentes

5.1.1 La información debe expresarse en idioma español, sin perjuicio de que además se presente la información en otros idiomas.

5.1.2 Previo a la importación o comercialización de productos nacionales, deben estar colocadas las etiquetas permanentes en un sitio visible o de fácil acceso para el consumidor.

5.1.3 La etiqueta permanente debe contener la siguiente información mínima:

5.1.3.1 Materiales utilizados en la fabricación de las cuatro partes que componen el calzado: parte superior (capellada), forro, plantilla y suela.

5.1.3.2 Razón social e identificación fiscal (RUC) del fabricante nacional o importador.

5.1.3.3 País de origen.

5.1.4 La información mínima requerida en el numeral 5.1.3 del presente reglamento puede colocarse en una o más etiquetas permanentes.

5.1.5 Materiales utilizados en la fabricación de las cuatro partes que componen el calzado. Deben expresarse mediante el uso de textos, pictogramas o ambas, los que se detallan en el Anexo A del presente reglamento técnico.

5.1.5.1 En la etiqueta permanente se debe indicar el material que constituya al menos el 80 % medido en superficie de la parte superior (capellada), forro y plantilla; y en al menos 80 % del volumen de la suela del calzado. Si ningún material representa como mínimo el 80 %, se consignará la información sobre los dos materiales principales que

componen cada parte del calzado, colocando primero el material predominante.

5.1.5.2 En el caso de la parte superior (capellada), la determinación de los materiales se hace sin tener en cuenta los accesorios o refuerzos tales como: ribetes, protectores de tobillos, adornos, hebillas, orejas, anillos para ojetes o dispositivos análogos.

5.1.6 Razón social e identificación fiscal (RUC) del fabricante o importador

5.1.6.1 Para productos nacionales, debe indicarse la razón social e identificación fiscal (RUC) del fabricante.

5.1.6.2 Para productos importados, debe indicarse la razón social e identificación fiscal (RUC) del importador.

5.1.6.3 La inclusión de marcas comerciales y logotipos no sustituyen la identificación del fabricante o importador.

5.1.7 País de origen. Se pueden utilizar las siguientes expresiones: “Hecho en...”, “Fabricado en...”, “Elaborado en...”, entre otras expresiones similares.

5.1.8 La talla debe ser legible y visible, y se la colocará en el producto en el lugar en que el fabricante considere conveniente.

5.1.9 Para el calzado que no presenta forro, debe indicarse en la etiqueta “sin forro”.

5.1.10 Cuando el diseño del calzado o el material del que está fabricado no permita estampar, coser, estarcir, imprimir o grabar la información requerida en el numeral 5.1.3, se debe incorporar una etiqueta adherida firmemente al calzado.

5.1.11 No debe emplearse los términos piel o cuero y sus derivados para nombrar a los materiales que no provienen de piel de animales.

5.1.12 La etiqueta permanente debe presentarse en las dos unidades que componen el par del calzado.

5. DOCUMENTOS NORMATIVOS DE REFERENCIA

6.1 Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1949 Tallas para calzado. Graduación de la longitud. Requisitos.

6.2 Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1951 Tallas para calzado. Características fundamentales.

6.3 Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN ISO 2859-1 Procedimientos de muestreo para inspección por atributos. Parte 1. Programas de muestreo clasificados por el nivel aceptable de calidad (AQL) para inspección lote a lote.

6. PROCEDIMIENTO PARA EVALUAR LA CONFORMIDAD

7.1 De conformidad con la Ley 2007-76 del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, los fabricantes nacionales y los importadores de los productos contemplados en este reglamento técnico, previamente a la comercialización deberán, según sea su caso, obtener el certificado de inspección (del lote inspeccionado) del producto que demuestre el cumplimiento de los requisitos establecidos en este documento, expedido por un organismo de certificación cuya acreditación sea reconocida por el OAE.

7. MUESTREO

8.1 La inspección y el muestreo para verificar el cumplimiento de los requisitos señalados en el presente reglamento técnico se deben realizar de acuerdo a lo establecido en la NTE INEN-ISO 2859-1 con un plan de muestreo simple, inspección normal, nivel general de inspección II, con un AQL de 1,5 %.

8.2 La inspección se debe realizar al stock de productos en los locales de distribución y/o expendio.

8. AUTORIDAD DE VIGILANCIA Y CONTROL

9.1 De conformidad con la Ley 2007-76 del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, el Ministerio de Industrias y Productividad y las instituciones del Estado que, en función de sus leyes constitutivas tengan facultades de fiscalización y supervisión son las autoridades competentes para efectuar las labores de vigilancia y control del cumplimiento de los requisitos del presente reglamento técnico, y demandarán de los fabricantes nacionales e importadores de los productos contemplados en este reglamento técnico ecuatoriano la presentación de los certificados de inspección respectivos.

9. RÉGIMEN DE SANCIONES

10.1 Los proveedores de estos productos que incumplan con lo establecido en este reglamento técnico recibirán las sanciones previstas en la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad y demás leyes vigentes, según el riesgo que implique para los usuarios y la gravedad del incumplimiento.

10. RESPONSABILIDAD DE LOS ORGANISMOS DE EVALUACIÓN DE LA CONFORMIDAD

11.1 Los organismos de certificación que hayan extendido certificados de inspección erróneos o que hayan adulterado deliberadamente los datos de los certificados de inspección, tendrán responsabilidad administrativa, civil, penal y/o fiscal de acuerdo con lo establecido en la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad y demás leyes vigentes.

11. REVISIÓN Y ACTUALIZACIÓN DEL REGLAMENTO

12.1 Con el fin de mantener actualizadas las disposiciones de este reglamento técnico, el Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, lo revisará en un plazo no mayor a cinco (5) años contados a partir de la fecha de su entrada en vigencia, para incorporar avances tecnológicos o requisitos adicionales de seguridad para la protección de la salud, la vida y el ambiente; de conformidad con lo establecido en la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad.

ARTÍCULO 2.- Disponer al Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, que de conformidad con el Acuerdo Ministerial No. 11256 del 15 de julio de 2011, publicado en el Registro Oficial No. 499 del 26 de julio de 2011, publique el reglamento técnico ecuatoriano RTE INEN 080 “ETIQUETADO DE CALZADO” en la página web de esa institución, www.inen.gob.ec.

ARTÍCULO 3.- El presente reglamento técnico ecuatoriano RTE INEN 080 entrará en vigencia transcurridos ciento ochenta días desde la fecha de su promulgación en el Registro Oficial.

Apéndice B: Reglamento de rotulación de calzado en Chile

Tipo Norma: Decreto 17

Fecha Publicación: 27-04-2006

Fecha Promulgación: 13-01-2006

Organismo: MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y RECONSTRUCCIÓN;
SUBSECRETARIA DE ECONOMIA

Título: APRUEBA REGLAMENTO DE ROTULACION DE CALZADO

Tipo Versión: Última Versión De: 23-11-2006

Inicio Vigencia: 23-11-2006

Id Norma: 249180

Última Modificación: 23-NOV-2006 Decreto 308

APRUEBA REGLAMENTO DE ROTULACION DE CALZADO

Núm. 17.- Santiago, 13 de enero de 2006.- Visto: La norma técnica aprobada por el Instituto Nacional de Normalización NCh1808.Of2004; Lo dispuesto en el D.F.L. N° 88, de 1953, del Ministerio de Hacienda; El decreto supremo N° 77, de 2004, Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción; La ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores; Los artículos 24, 32, N° 6 y 35, de la Constitución Política de la República de Chile, y La resolución N° 520, de 1996, de la Contraloría General de la República.

Considerando:

La necesidad de actualizar las exigencias sobre rotulado de los calzados, en particular, a la luz de la Norma Chilena NCh1808.Of2004, del Instituto Nacional de Normalización, la que se ha usado como base de este reglamento técnico ante la ausencia de una norma internacional sobre la materia. La necesidad de fortalecer la transparencia y la calidad de la información que se entrega a los consumidores en relación al origen y tipo de material de los calzados; Que el artículo 3º, letra b), de la ley N° 19.496, establece el derecho de los consumidores a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos, y el deber de informarse responsablemente de ellos; Que en Chile se comercializa una gran variedad de

productos derivados de la industria del calzado, fabricados con diferentes materiales, lo que introduce dificultades al consumidor para reconocer el material utilizado en ellos, situación que puede inducir a error o engaño al consumidor al momento de la compraventa. Decreto:

Artículo primero: Apruébese el siguiente reglamento de rotulación del calzado:

TITULO I

Alcance y Ámbito de Aplicación

Artículo 1º.- Este reglamento establece los requisitos que se deben cumplir en forma obligatoria en la rotulación del calzado, de cualquier origen o procedencia, que se comercialice en el mercado interno.

Artículo 2º.- Este reglamento se aplicará a todo tipo de calzado nuevo, fabricado con cualquier tipo de material, incluyendo los ortopédicos, exceptuando los calzados de seguridad o con características de juguete, los cuales tienen su propia regulación.

Se aplica, por tanto, a los calzados incluidos en el capítulo 64 de la nomenclatura arancelaria del Sistema Armonizado Chileno (SACH), además del calzado ortopédico, Incluido en la glosa "90211000".

TITULO II

Terminología

Artículo 3º.- Para los efectos de este reglamento se usarán las definiciones establecidas en la Norma Chilena NCh1808.Of2004, del Instituto Nacional de Normalización, así como las que se mencionan a continuación:

Rótulo: marbete, etiqueta, marca, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado, marcado en relieve o en hueco grabado o adherido al calzado.

Rotulación: conjunto de inscripciones, leyendas o ilustraciones contenidas en el rótulo que informan acerca de las características del producto.

Marcado: acción de troquelar, grabar, imprimir, sellar, coser, moldear, termofijar, u otro proceso que produzca marcas permanentes.

TITULO III

Requisitos de la Rotulación

Artículo 4º.- La rotulación del calzado se debe efectuar por medio de los siguientes sistemas:

- a) Marca permanente indeleble;
- b) Etiqueta impresa o bordada, cosida al producto;
- c) Etiqueta autoadhesiva o soporte atado al calzado.

Artículo 5°.- El rótulo deberá ser visible, encontrarse bien sujeto, estar al menos en el calzado del pie derecho, y ser fácilmente accesible. Será aplicable tanto a las marcas como a las etiquetas lo establecido en la Norma NCh1808.Of2004 con respecto al tamaño mínimo.

La información contenida en el rótulo deberá figurar en idioma castellano y no podrá inducir a error o engaño al consumidor, debiendo estar en caracteres fácilmente legibles. La altura de los caracteres se someterá a lo dispuesto en la norma precedentemente referida.

Artículo 6°.- El rótulo debe contener la siguiente información:

- a) Número del calzado, referido a su tamaño;
- b) País de fabricación;
- c) Tipo de material, indicando por separado el material utilizado en cada una de las siguientes partes:
 - 1.- Capellada;
 - 2.- Forro;
 - 3.- Planta.
- d) Nombre y Rol Unico Tributario del fabricante nacional o importador.

Artículo 7°.- La información exigida en las letras a), b) y c) del artículo 6° deberá realizarse por los medios definidos en las letras a) o b) del artículo 4°. La información exigida en la letra d) del artículo 6° podrá realizarse por cualquiera de los medios definidos en el artículo 4°.

Artículo 8°.- La indicación del tipo de material se efectuará de acuerdo a los siguientes criterios generales:

- a) Se rotulará mediante la expresión "CUERO" solamente las partes hechas en su totalidad con este material, y de acuerdo a lo establecido en el punto 4.4. a) de la Norma NCh1808.Of2004;
- b) Si una o más partes están hechas de materiales sintéticos, deberá indicarse el nombre genérico del producto, tal como PVC o POLIURETANO, sin hacer uso de expresiones tales como "cuero sintético"; "sustituto de cuero" u otras similares;

- c) Si una o más partes están hechas de material obtenido por aglomeración de viruta o fibra de cuero, se debe indicar mediante la expresión "FIBRA DE CUERO AGLOMERADA", sin hacer uso de expresiones tales como "cuero reconstituido" u otras similares;
- d) Si una o más partes están hechas con material textil, deberá indicarse el nombre genérico del producto.
- e) Si una o más partes están hechas con materiales distintos a los mencionados en los puntos anteriores, se deben identificar por su nombre genérico.
- f) Si una o más partes están hechas de una combinación de materiales, incluidos distintos tipos de sintéticos, textiles y otros, se debe indicar, para cada parte, el nombre genérico del material que sea igual o superior a 80%, indicando su porcentaje efectivo; si no hay uno que sea igual o superior a 80%, se debe mencionar los nombres genéricos de los dos materiales de mayor contenido, con su correspondiente porcentaje efectivo en orden decreciente. En su defecto, de no indicarse porcentaje, se puede rotular como sintético.

En el caso de la capellada y forro, para la determinación porcentual de los materiales se considerará la superficie, sin tener en cuenta los accesorios o refuerzos tales como ribetes, protectores de tobillos, adornos, hebillas, orejas, anillos para ojeteros o dispositivos análogos.

En caso de la planta, la determinación porcentual de los materiales se basará en el volumen que los contenga.

TITULO IV

Disposiciones Varias

Artículo 9º.- Todo calzado que ingrese el país o se fabrique internamente y se comercialice en el mercado interno, cualquiera sea su procedencia, debe ser rotulado en el país de origen. En el caso de fabricación nacional, la rotulación deberá estar incorporada en el calzado en el momento que se efectúe la primera venta interna. En el caso de las importaciones la rotulación deberá estar incorporada en el calzado al momento de aceptarse a trámite el documento de importación definitivo.

Artículo 10.- Se deroga el decreto supremo N°27, de 1984, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, desde el momento en que el presente reglamento entre a regir.

Apéndice C: Ejemplo de Certificado de Origen



Ministerio de Industrias
y Productividad

COMUNIDAD ANDINA

CERTIFICADO DE ORIGEN

ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION

ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO

N° del Certificado

1693605920130000023P

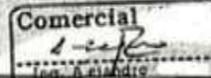
PAIS EXPORTADOR :		ECUADOR	PAIS IMPORTADOR :	PERU
N° de Orden (1)	NANDINA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERÍAS		
2	2710193400	GRASA CHASIS AMBAR		
1	2710193400	GRASA CHASIS ROJA		
3	2710193400	GRASA CHASIS NEGRA		

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial No [001-001-090008278] cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) DE CARTAGENA de conformidad con el siguiente desglose:

N° de Orden	NORMAS (3)
2	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2. Literal f)
1	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2. Literal f)
3	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2. Literal f)

FECHA: 10 JUNIO 2013
RAZON SOCIAL: Empresa Exportadora S.A.
Sello y firma del exportador o productor



OBSERVACIONES:

CERTIFICACION DE ORIGEN

Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de GUAYQUIL, a los 10 días del mes de Junio del 2013

ANÁLISIS Y VERIFICACIÓN DE MERCADERÍAS

Iny. Victor Paola Mendiola

ANALISTA

Nombre, sello y forma de la Entidad Certificadora

- NOTAS: (1): Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.
(2): Especificar si se trata de un Acuerdo de Alcance Regional Parcial, indicando número de registro.
(3): En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.
El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmiendas.

Apéndice D: Cotizaciones

Cotización aérea – DHL

COTIZACIÓN AÉREA DHL	
Nombre de la Compañía	Daniella Escalante
Contacto	Daniella Escalante
Número de Cuenta	
Ruta	Guayaquil – Santiago de Chile
Dimensiones	30 * 20* 12
Peso Bruto	1 kg
Peso Volumétrico	1.5 Kg.
Contenido del Paquete	Muestras de cajas de zapato
PRECIO	
Flete	64.55
Descuento	
Base	64.55
Fuel	9.94
Total Flete	79.49
Total más IVA	83.43
NOTA	Esta cotización puede variar de precio por el peso y fuel este último cambia cada mes

Cotización modo LCL - Express Cargo Line

De: ECL - William Cedeño [<mailto:wcedeno@ecl.com.ec>]

Enviado el: jueves, 08 de Agosto de 2019 18:16

Para: mwillanueva.ventas@vilservi.com

CC: cobranzas@vilservi.com

Asunto: TARIFA EXPORTACION SAN ANTOIO/LCL

Estimada,

Buenas tardes, le envío una muestra de nuestra tarifa:

Desde FOB PTO de Guayaquil hasta Pto. San Antonio.

Ocean Freight US\$ 250.00 TN/M3 Min US\$ 190.00

T/T 15 días aprox.

Servicio: Quincenal.

* Tarifa válida para cargas no peligrosa, perecederas y sin extra medidas.

* Tarifa válida por 30 días

* El exportador es responsable del embalaje de su mercadería.

* Para todos los embarques debemos recibir copia de la factura comercial, packing list, certificado de origen, análisis y fitosanitario (si aplica)

* El exportador es responsable por los valores que se generen en destino si la mercadería no es reclamada por el consignatario, es declarada en abandono, por destrucción de la misma o retorno a origen (almacenaje, gastos de llegada, aduanas, etc, etc).

Gastos locales:

Documentación US\$ 65.00 + IVA

Insp. Antinarcóticos US\$ 90.00 + IVA

Consolidación US\$ 15.00 TN/M3 - Mínimo US\$ 70.00 + IVA

Bodegaje US\$ 0.70xtn/m3 (1-8 días) x día Mín. US\$ 16.00 + IVA

Costo por pago local 5% del flete si es PP Min US\$30.00 + IVA

LCDO. WILLIAM CEDEÑO LOPEZ

EXPRESS CARGOLINE JEFE

DE EXPORTACIONES

Tel: 593-4-2681131Ext: 23

E-mail: wcedeno@ecl.com.ec

CEL: 0959237076

Guayaquil-Ecuador

www.ecl.com.ec

Cotización modo FCL - Krystal Logistics

De: PAOLA SALCEDO [<mailto:Ventas2@krystalecuador.com>]

Enviado el: Jueves, 09 de Agosto de 2019 18:55

Para: mvillanueva.ventas@vilservi.com; cobranzas@vilservi.com

CC: 'Elsy Reyes_Krystal Logistics';

Asunto: GYE/SAN ANTONIO FCL

Estimada,

Detalle los valores solicitados

TARIFA DE EXPORTACION / FCL

POL: Guayaquil, EC
POD: San Antonio, CFS
TT: 15 días aprox
Validez: *****

Flete Marítimo 1x20Dry \$1760.00(INCLUIDO THC DE ORIGEN)

Flete Marítimo 1x40St-Hq \$1950.00(INCLUIDO THC DE ORIGEN)

Documentación Fee (destino) \$85.00

THC (destino) \$290.00/ x cntr.

COSTOS LOCALES

Consolidación	USD 5,00	x TN/M3 – 50.00 MAS IVA
Documentación	USD 35.00	MAS IVA
Costos por pago local	*****	5%flete – MIN: 10.00 MAS IVA.
Almacenaje	USD 0.45	x TN/M3 – MIN: 20.00 MAS IVA
Solas (vgm)	USD 15.00	MAS IVA
Administración	USD 35	MAS IVA/cont

PD

Los valores a continuación deben ser cancelados en origen, con respecto a los 10 días libres necesitamos que nos informen si es una empresa pública o privada y el nombre de la misma 5 como condicionante de la línea naviera para ofrecer el servicio solicitado.

Saludos Cordiales

Ing. Paola Salcedo Ch.

Sales Executive

Krystal Logistics Ecuador Kryslogic C. Ltda.

Edificio Trade Building Torre B Piso 2 Oficina 217

Pbx: (593) 3713800 Cel.: (593) 987223093

www.krystallogistics.com



MEMBERS OF WCA FAMILY

Cotización flete interno – Tramaco Express.

De: PV Durán [mailto:pvduran@tramaco.com.ec]
Enviado el: martes, 6 de agosto de 2019 11:38
Para: MADELYNE VILLANUEVA
Asunto: Re: COTIZACION

Buen día,

Estimada Madelyne

Pongo en conocimiento el valor del traslado de su envío que sería \$32.52 por 30KG + \$15.00 adicionales por el retiro, total \$ 47.52

TARIFA	KILO ARRANQUE	LLENAR KILOS DEL CLIENTE	\$ KILO ADICIONAL	IVA		VALOR A COBRAR CON IVA
\$15					VALOR RETIRO	\$15.00
\$ 4,40	2	30,00	\$ 0,88	12 %		\$ 32,52

Saludos Cordiales,

JAVIER GARCIA,

DIGITADOR PUNTO DE VENTA DURAN

TRAMACO EXPRESS CIA. LTDA.

KM 3 1/2 VÍA DURÁN - TAMBO JUNTO A LA ANTIGUA FERIA DE DURÁN. A LADO DE FABRILANA . DIAGONAL AL CUERPO DE BOMBEROS.
PBX.: (04) 3727900 Ext. 4130

Código Postal: 092407

Duran Sucursal



Cotización de cartones



Láminas, Cajas y Divisiones en Cartón Corrugado
Parque Ind. El Sauce Km. 11.5 vía a Daule
Telef.: 2103837 – 2103750 – Celular: 0995120234

COTIZACION

Guayaquil, 5 de agosto de 2019

Sres
VILSERVI S.A.
Ciudad.

De nuestras consideraciones.

Nos complace presentar a usted nuestra cotización de cajas de cartón corrugado y divisiones, en las medidas que detallamos a continuación:

DESCRIPCIÓN	LARGO	ANCHO	ALTO	CANT	TEST	PRECIO	Total
Caja regular	710	550	680	100	150-C	\$ 3,707	\$ 370,70
SUB-TOTAL							\$ 370,70
I.V.A							\$ 44,48
TOTAL							\$ 415,18

Cotización de Pallet



Duran, 07 de Agosto del 2019

Estimada,
Madelyne Villanueva
VILSERVI
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Por medio de la presente, me es grato presentar la siguiente cotización de pallets, de acuerdo a lo solicitado por usted:

***PALLET EUROPEO de 115 x 145 x 15 cm.**

Compuesto de:

3 tablas de	115 x 12 x 2 cm.
6 tablas de	115 x 9 x 2 cm.
3 tablas de	145 x 9 x 2 cm.
9 tacos de	12 x 9 x 9 cm.
3 tablas de	145 x 9 x 2 cm.

PRECIO EN MADERA PINO:

US \$ 16.00 + IVA C/U

Apéndice E: Visita a Guano

Fotografía 1



Captada por las autoras

Fotografía 2



Captada por las autoras

Fotografía 3



Captada por las autora

Fotografía 4



Captada por las autoras



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



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

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Escalante Sellán, Daniella Lissette**, con C.C: # **0923615611** autora del trabajo de titulación: **Factibilidad para la exportación de calzado de cuero para caballeros desde el cantón Guano a Chile**, previo a la obtención del título de **INGENIERA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, 13 de septiembre del 2019

Nombre: **Escalante Sellán, Daniella Lissette**

C.C:0923615611



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



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

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Villanueva Briones, Madelyne Beatriz**, con C.C: # **0930066592** autora del trabajo de titulación: **Factibilidad para la exportación de calzado de cuero para caballeros desde el cantón Guano a Chile**, previo a la obtención del título de **INGENIERA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, 13 de septiembre del 2019

Nombre: **Villanueva Briones, Madelyne Beatriz**

C.C: **0930066592**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



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

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Factibilidad para la exportación de calzado de cuero para caballeros desde el cantón Guano a Chile.		
AUTOR(ES)	Escalante Sellán, Daniella Lissette; Villanueva Briones, Madelyne Beatriz		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Coello Cazar David		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingenieras en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	13 de septiembre del 2019	No. DE PÁGINAS:	110
ÁREAS TEMÁTICAS:	Identificación, estudio y análisis de sectores exportadores no tradicionales en el Ecuador		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Factibilidad, calzado de cuero, Guano, exportación, Chile.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El presente trabajo de investigación buscó determinar la factibilidad de la exportación de calzado de cuero para caballeros desde el cantón Guano a Chile. Debido al ingreso desmedido de calzado proveniente principalmente de China y Brasil, la producción de calzado nacional se ha visto afectada ya que los ecuatorianos prefieren adquirir el producto importado de otra nación sobre el local debido a sus bajos costos en el caso de los chinos y a calidad en el caso de los brasileños. A través de una investigación sobre el mercado de calzado del país destino y entrevistas realizadas a algunos productores del cantón Guano, se determinó que el mercado chileno es una buena oportunidad para la exportación del calzado de cuero elaborado en el cantón Guano, debido a que Chile presenta una demanda que no es abastecida por su producción nacional. Al final con los resultados obtenidos en el estudio financiero se concluyó que éste proyecto resultaría rentable y beneficioso para los productores de calzado del cantón Guano.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0982026010 0990232896	E-mail: daniellaescalante@outlook.es ; madelyne.villanueva@outlook.es	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Coello Cazar David, Mgs.		
	Teléfono: PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129		
	E-mail: david.coello@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			