



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE: COMERCIO EXTERIOR

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN

DEL TÍTULO DE INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

EXPORTACIÓN DE CALZADO DE CABALLERO A SANTIAGO CHILE

AUTORA:

MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

TUTORA:

MSC. JESSICA AROCA CLAVIJO

GUAYAQUIL - ECUADOR

2016

REPOSITORIO Agosto 2016



<i>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</i>	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO : EXPORTACIÓN DE CALZADO DE CABALLERO A SANTIAGO CHILE	
AUTORA: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES	REVISORES: MSC. JESSICA AROCA CLAVIJO
INSTITUCIÓN: Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	FACULTAD: Administración
CARRERA: Comercio Exterior	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	N. DE PAGS: 168
ÁREAS TEMÁTICAS: Comercio Exterior	
PALABRAS CLAVE: Plan de Exportación, productos, clientes, negociación, exportación.	
RESUMEN: El presente trabajo investigativo, hace referencia a un proyecto de exportación de calzado de cuero para caballero, producido en la parroquia de Quisapincha provincia de Tungurahua, a Santiago de Chile-Chile; la Empresa Curtiembre Quisapincha tiene como finalidad presentar al mundo entero	

productos de alta calidad elaborados artesanalmente. Detallaremos que la empresa curtiembre Quisapincha sus características, estructura organizacional y administrativa, con el fin determinar si cumple con los requerimientos de ser una empresa exportadora y que califique para ello. Se ha realizado una investigación de mercado para determinar la aceptación de nuestro calzado, de cuero de Chile, para el periodo 2015-2020, tomando en consideración la oferta, demanda y competidores. Para la exportación del calzado a Chile se considera el marco legal del país de origen (Ecuador) y el país de destino (Chile), la documentación necesaria, logística, comercialización, formas de pago, trámites y procesos a realizar. El proyecto en cuestión tiene un de estudio económico-financiero que nos ayuda a formas criterios, y concluir y notar la factibilidad del mismo mediante índices financieros, finalmente determinamos las conclusiones y recomendaciones para facilitar la aplicación del proyecto.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORES/ES: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES	Teléfono: 0981386194	E-mail: mayitoeg@hotmail.com

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	MSC. ROSA HINOJOSA DE LEIMBERG, DECANA Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO E-mail: rhinojosal@ulvr.edu.ec MSc JESSICA AROCA CLAVIJO DIRECTORA DE CARRERA Teléfono: 0995959815 E-mail: jarocac@ulvr.edu.ec
-----------------------------	---

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Guayaquil, Junio de 2016

Yo **MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES** declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado.

De la misma forma, cedo mis derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar la Exportación de calzado de caballero a Santiago Chile

Autora

MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

C.I. 07052622848

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación EXPORTACIÓN DE CALZADO DE CABALLERO A SANTIAGO CHILE, nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

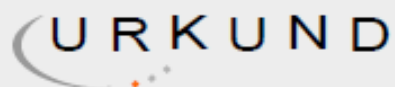
Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “EXPORTACIÓN DE CALZADO DE CABALLERO A SANTIAGO CHILE”, presentado por la estudiante MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación

Firma:

MSC. JESSICA AROCA CLAVIJO

C.I. 0912171014

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO (UBICAR INFORME DEL URKUND)



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS JUNIO MARGEORY ELIZALDE LISTO OK OK 29.doc (D21271624)
Submitted: 2016-08-01 21:33:00
Submitted By: ssuarezl@ulvr.edu.ec
Significance: 10 %

Sources included in the report:

TRABAJO DE TITULACION JANINA GIA M..docx (D15032663)
TESIS XIMENA LEON.docx (D15042219)
TESIS FINAL - Agua de Flor de Jamaica.docx (D15033992)
DOMINGUEZ PEDREROS ERICK ALEXANDER.pdf (D21116096)
http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5729/1/Tesis_t830id.pdf
https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s220-03_s.doc
http://www.ecotec.edu.ec/documentacion/investigaciones/docentes_y_directivos/articulos/5066_Fcevallos_00024.pdf
<http://www.andes.info.ec/es/noticias/consiste-cambio-matriz-productiva-Ecuador.html-0>
http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/ACE65_Acuerdo.pdf

Instances where selected sources appear:

86

Agradecimiento

Quiero agradecer a Dios, porque ha sabido guiarme por el camino del bien, dándome sabiduría, inteligencia para culminar con éxito mi carrera en mi querida Universidad que siempre llevaré en mi corazón por ser quien me forma como una profesional de éxito. Esta etapa que culmina de mi vida me llena de satisfacción puesto que veo hoy los resultados de mi sacrificio y un sueño realizado en el tiempo de mi Dios que lo creo para mí, y así poder servir a la sociedad con mis conocimientos, para el progreso de mi país, el de mi familia y el mío en particular.

A mis Padres, hermanos, a toda mi familia, que con su apoyo incondicional, me han enseñado que nunca se debe dejar de luchar que hay que ser perseverantes por lo que se desea alcanzar; es la alegría que hoy puedo brindarles a mis seres queridos.

A mis queridos profesores por impartir sus conocimientos y además por brindarnos consejos formándonos no solo en el perfil profesional sino también en perfil humanista y eso es ser un profesional Laico; en especial la Ing. Paola Jaramillo quien siempre nos brindó un consejo sabio y con mucho amor para nuestra vida.

A Mi tutor guía Master Jessica Aroca, por sus sabias palabras, consejos, brindados por su apoyo total durante el proceso de la realización de mi proyecto de tesis.

MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

Dedicatoria

A Dios, a la Virgen del Cisne, por iluminar mi camino. A mis padres, quienes estuvieron siempre apoyándome en lo que decida emprender; son mis tesoros en mi vida, quienes me guían con palabras de amor y cariño incondicional; que el orgullo sea para ellos puesto que esto es un logro alcanzado, su último fruto ha realizado su etapa de madurar y crecer como persona.

A mis hermanos que con sus consejos oportunos, me permitieron demostrarles, que con esfuerzo y sacrificio se pueden alcanzar las metas, quienes me han cuidado en ausencia de mis padres, puesto que estar lejos de ellos me ha dado momentos de tristeza pero que también eso me sirvió de fortaleza para hoy llegar a ser una persona profesional de éxito.

MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Pág.
Portada.....	i
Repositorio Nacional en Ciencia y Tecnología	ii
Declaración de autoría y cesión de derechos patrimoniales	iv
Certificación de aceptación del tutor	v
Certificado de antiplagio	vi
Agradecimiento.....	vii
Dedicatoria	vi; Error! Marcador no definido.
Índice general de contenidos.....	ix
Índice de tablas.....	xii
Índice de figuras.....	xvi
Índice de anexos.....	xv
Introducción de la industria del Cuero	1
Capítulo I DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1 Planeamiento del Problema	3
1.2 Formulación del problema.....	4
1.3 Sistematización de la investigación.....	4
1.4 Objetivos generales de la investigación	7
1.4.1 Objetivos específicos de la investigación.....	7
1.5 Justificación de la investigación.....	7
1.6 Delimitación del problema	9
1.7 Hipótesis de la investigación.....	9
Capítulo II MARCO TEÓRICO	21
2.1 Antecedentes Generales de la Industria del Cuero	10

2.2 Calzado Ecuatoriano.....	14
2.3 Información estadística del sector	16
2.4 Comercio Exterior y el Calzado Ecuatoriano	18
2.5 El estudio se realizó en la empresa Curtiembre Quisapincha.....	19
2.5.1 Visión CURTIEMBRE QUISAPINCHA.....	20
2.5.2 Misión CURTIEMBRE QUISAPINCHA.....	20
2.5.3 Objetivos CURTIEMBRE QUISAPINCHA.....	20
2.5.4 Políticas de la empresa.....	21
2.6 Económico financiero.....	23
2.7Legal.....	23
2. 8 Localización	23
2. 9 Determinación de la oferta y aceptación del producto	26
2.10 Porque exportar Calzado	27
2.11 Producto a exportar	28
2.12 Situación Geográfica	29
2.13 Marco Legal para la Exportación	37
2.14 Marco legal para Acceder al Mercado Chileno	42
2.15 Barreras arancelarias y acuerdos comerciales Ecuador –Chile	52
2.16 Ecuador.	53
2.17 Normas sobre requisitos de envasado y etiquetado	65
2.18 Acceso físico desde Ecuador al mercado de Destino	67
2.19 Medios de Transporte	71
2.20 Ruta Origen y Destino.....	75
2.21 Comercialización	75
2.22 Documentos de Pre Embarque	80

2.23 Detalles de Cotización	83
2.24 Entidades autorizadas para emitir certificados de Origen	89
Capitulo III MARCO METODOLÓGICO	94
3.1. Metodología de la investigación.....	94
3.2 Tipo de investigación	96
3.3 Población y muestra de los empresarios	97
Capítulo IV . PLAN DE EXPORTACIÓN.....	102
4.1. Propuesta	102
4.2 Segmentos de mercado	103
4.3 La oferta	106
4.4. Demanda del producto.....	107
4.5 Demanda insatisfecha.....	109
4.6 Objetivo de plan de exportación	113
4.7. Política de cobro	113
4.8 Marketing mix para exportación	114
4.9 Características y especificaciones del producto	116
4.10. Foda Del Producto.....	121
4.11. Preferencias arancelarias con Chile.....	124
4.12. Documentos para exportación	125
4.13. Presupuesto para exportación	125
Conclusiones	126
Recomendaciones.....	129
Bibliografía	131
Anexos.....	134

ÍNDICE DE TABLAS

Contenido	Pág.
Tabla 1. Ranking Intercambio Comercial por socio con acuerdo comercial enero-septiembre 2015 (millones US\$).....	35
Tabla 2. Exportaciones de cobre y no cobre de Chile enero- septiembre 2015/2014 (millones US\$ FOB).....	36
Tabla 3. Perfil arancelario de Chile.....	46
Tabla 4. Comercio bilateral entre Ecuador y Chile.....	32
Tabla 5. Chile y su nivel de calidad en las operaciones comerciales.....	56
Tabla 6. Plazos de preferencia arancelaria.....	89
Tabla 7. Calculo tamaño de la muestra	97
Tabla 8. Población de Chile según el sexo masculino y femenino.....	98
Tabla 9. Población objetivo hombres de Chile por edades del año 2014 –2017.....	99
Tabla 10. Población de Chile según el sexo.....	102
Tabla 11. Población total por edad y sexo (hombre) 2010-2015.....	104
Tabla 12. Chile: población total por edad y sexo (hombre) 2015-2020.....	105
Tabla 13. Población objetivo hombres de Chile por edades del año 2014 – 2017.....	106
Tabla 14. Determinación de la oferta.....	107
Tabla 15 Demanda de calzado de cuero para caballero Chile.....	108
Tabla 16 Demanda Insatisfecha.....	109
Tabla 17 Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Chile.....	111
Tabla 18 Transporte interno.....	128
Tabla 19 B.G Estudio económico de exportación calzado a Chile.....	142
Tabla 20 Flujo de Caja	143

Tabla 22 Costos.....	144
Tabla 23 Fuentes de Financiamiento.....	145
Tabla 24 Depreciación y Amortización.....	146
Tabla 25 Gastos de Exportación.....	147
Tabla 26 Período de Recuperación de la Inversión.....	148
Tabla 27 VAN	149
Tabla 28 TIR.....	150
Tabla 33 Punto de equilibrio del proyecto exportación calzado a Chile.....	155
Tabla 34 Cuantificación de la demanda	156
Tabla 35 Análisis de sensibilidad del proyecto exportación calzado a Chile.....	157

ÍNDICE DE FIGURAS

Contenido	Pág.
Figura 1. Análisis comparativo de la distribución del VAB.....	16
Figura 2. Productoras de calzado de cuero	17
Figura 3. Modelos elegidos para la exportación	18
Figura 4. Procesos de producción empresa Curtimbre Quisapincha.....	22
Figura 5. Organigrama estructural empresa Curtimbre Quisapincha.....	22
Figura 6. Localización parroquia Quisapincha.....	25
Figura 7. Localización Puerto de San Antonio.....	68
Figura 8. Ubicación geográfica de Empresas Portuarias Estatales.....	69
Figura 9. Rutas que comunican al Puerto San Antonio	70
Figura 10 Métodos técnicas e instrumentos de investigación Quisapincha.....	101
Figura 11. Producción del calzado Quisapincha.....	116
Figura 12. Modelos elegidos para la exportación	119
Figura 13. Acuerdos comerciales Ecuador con el mundo	125
Figura 14. Punto de equilibrio del proyecto exportación calzado a Chile.....	155

ÍNDICE DE ANEXOS

Contenido	Pág.
Anexo No. 1 Entrevista.....	136
Anexo No. 2 Factura comercial del calzado.....	139
Anexo No.3 Certificado de Origen	140
Anexo No. 4 Detalle sobre declaración de exportación del calzado.....	141
Anexo No. 5 Guía entrega del calzado	142
Anexo No. 6 Estudio Económico Financiero del Proyecto.....	143
Anexo No. 7 Visita a la empresa Curtiembre Quisapincha	158
Anexo No. 8 Productos que fabrica la empresa CURTIEMBRE QUISAPINCHA.....	161
Anexo No. 9 Productos que fabrica la empresa CURTIEMBRE QUISAPINCHA.....	162

Introducción

El propósito del presente trabajo consiste en abordar el estudio de la viabilidad de mercadeo y financiero para establecer de manera organizada la venta de Calzado de Cuero en la parroquia Quisapincha a través de un Plan Exportador. En el marco de este estudio se evaluará la posibilidad de contactar con la empresa Dolpin's S.A. para la venta directa en uno de los centros comerciales importantes de Santiago de Chile.. Después de una experiencia de casi cuatro años de estar enviando desde Ecuador y vendiendo calzado desde Quisapincha en una rmediana industria familiar, surgió la idea de poder expandirse en un futuro con los productos que Curtiembre Quisapincha dispone. La experiencia hasta el momento ha indicado que el producto tiene una muy buena acogida, y poder dar a conocer el producto a un sector más amplio del mercado. Lo anterior se refuerza con el hecho que las ventas actuales se hacen por medio de crédito directo . Por otro lado el tener un almacén implica incurrir en ciertos gastos operacionales que ahora son mínimos, por eso el presente trabajo además de desarrollar un plan de exportación que permita fortalecer el proceso organizándolo, se pretende evaluar la relación costo-beneficio

La fabricación de cuero y sus productos tiene historia cultural y tradicional debido a que con el paso del tiempo y de acuerdo a las necesidades se mejoró en calidad y diseños, ya que existe una buena consolidación del mercado interno. Presenta además excelentes opciones para exponer varios de sus productos en el mercado internacional, tales como chompas, zapatos, carteras, cinturones, billeteras, etc.

Existe un gran desarrollo de la industria principalmente en las provincias de Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas.

En el caso de Los artesanos de Quisapincha, hacen gala del adagio popular “zapatero a tu zapato” al exhibir con orgullo una elegante gama de calzado, chompas, sombreros, bolsos y cinturones elaborados por artesanos del Centro Andino del Cuero, que se localiza al noroccidente de Ambato provincia de Tungurahua. Una buena parte de la demanda se orienta al mercado interno de calzado, marroquinería y confecciones, y se exporta gran parte de la producción de cuero y pieles.

Según Pro Ecuador las exportaciones de cuero (pieles) y sus confecciones, ascienden a: US\$ FOB 26,6 mm y sus principales destinos fueron: Italia, Venezuela, Perú y Colombia. Por su parte, las exportaciones del sector calzado ascienden a: US\$ FOB 38,9 mm y sus destinos principales fueron: Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y Estados Unidos.

Los artesanos han obtenido grandes logros a través del tiempo por su interés total en el medio artesanal tratando de superar cualquier límite en el sector del calzado.

A partir del año 2015 se ha dado más apertura para los artesanos que se dedican a esta ardua labor por tanto (Ministerio de Industrias y de Productividad) se ha comprometido a realizar año a año una Feria Internacional de Calzado y Componentes del Ecuador.

Esta feria se realiza año a año en la ciudad de Quito en el mes de junio, se planea que el en 2016 se realice la Feria Internacional de Calzado y Componentes del Ecuador con el fin de impulsar este sector artesanal a través de la campaña “Mucho Mejor si es Hecho en Ecuador”.

CAPITULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planeamiento del Problema

Actualmente en el Ecuador los productos hechos de cuero se ha incrementado, este aumento ha llegado a formar parte de los principales productos de exportación no petroleros. Según los datos del Banco Central del Ecuador las manufacturas de cuero, plástico y caucho alcanzan un 2,3% de estas exportaciones.

Las pequeñas y mediana empresas del sector artesanal-industrial en nuestro país buscan mejorar y adaptarse a las nuevas tendencias o exigencias de mercados externos, el mejoramiento en cada una de sus áreas funcionales tanto tecnológicas, comercializadoras, productivas y administrativas; por ello para que su estructura sea capaz de enfrentarse a un mundo más competitivo de una manera óptima.

Esta investigación posee un enfoque de propuesta de libre mercado con los países que mantienen acuerdos comerciales; facilitando intercambios comerciales en función de objetivos claros para fomentar la industria nacional.

Esta investigación se lleva a cabo, ya que nuestro país busca no solo depender de los principales productos (tradicionales) que conforman la Balanza Comercial; sino también promover aquellos productos que poseemos; pero que no han sido lo suficientemente difundidos, de tal modo que se generarían fuentes de empleo y afirmaríamos una notable

protección a la industria nacional, buscando que nuestro país acapare nuevas alternativas, nuevos medios y mercados para que los productos ecuatorianos tengan una mayor acogida en el mercado internacional y que formen parte de un mercado competitivo y de calidad.

Este proyecto de investigación muestra que el país tiene una fuerte variedad productiva; siendo elegido como oferta exportable el producto (Calzado de Cuero para Hombre) debido a que posee una demanda nacional satisfactoria, cuyo destino de comercialización se ha elegido al hermano país de CHILE; tomando en consideración los tratados internacionales entre estos países, los mismos que permitan generar ingresos económicos para estas naciones.

1.2 Formulación del problema

Este trabajo analiza:

¿Cómo inciden las estrategias que han tomado las pequeñas empresas en la producción y sus ventas los (Artesanos Fabricantes de Calzado) de la parroquia Quisapincha?

La Industria del Calzado en la región de los cantones y parroquias de la ciudad de Ambato es un poco limitada debido a que por el sector artesanal- industrial ha sido descuidado por años; pese a esto no ha significado ser un obstáculo para las personas que realizan esta labor; ya que por motivación e interesa en esta ardua actividad artesanal- industrial lo vienen haciendo año tras año tratando de mejorar y hacer productos de calidad en 100%.

El problema radica en las tendencias que existen a niveles globales de mercadeo, por ello han tratado de adaptarse a las necesidades o exigencias de los consumidores, pero su deficiencia

en la estandarización de sus productos razones por las cuales no les permite renovarse, presentando problemas en la gestión de comercialización.

La industria del calzado de cuero dentro del país tiene muchas falencias y debilidades, según la publicación de un estudio del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad; las principales limitaciones que afronta este sector son la falta de materia prima refiriéndonos en el aspecto del componentes específicamente los químicos importados desde diferentes países del mundo, tales como el pegamento, tintes, etc.; así como también la falta de capacitación a los artesanos, la carencia de liderazgo y motivación en este sector.

Por tal la problemática radica en la poca promoción de los productos elaborados a base de cuero en nuestro país, se ha generado el poco desarrollo industrial; limitándose de esta manera la producción en mayor cantidad y en el menor tiempo posible, debido a la baja infraestructura tecnológica del país, volviéndose la producción artesanal limitada al emplear maquinarias tradicionales; que si bien es cierto demuestran la calidad reflejada en cada uno de los artículos elaborados de cuero, esta situación ha generado la no compatibilidad a nivel internacional. El interés de esta investigación es que se procederá a analizar la estructura funcional las principales áreas como: producción y comercialización.

Brindando una valorización a nuestro producto es decir combinar (calidad-precio-necesidad) ya que son tres determinantes al momento de adquirir un producto; y que desde luego los consumidores esperan que sea con un precio módico, de excelente calidad y que satisfaga la necesidad.

1.3 Sistematización de la investigación.

La investigación radica en conocer la producción comercialización, cadena logística, y la distribución del producto en cuestión, esta actividad se realiza de manera sistemática y rigurosa, en este caso: se observa como los mercantilistas o comerciantes han emprendido su actividad comercial, su forma de realizar las operaciones comerciales, como realizan los procesos de fabricación, desde la materia prima hasta producto terminado, es decir los diferentes mecanismos adoptados a través de los años en dicha actividad; por tal motivo indagaremos todas las rutas que se siguieron para la producción que pretendemos exportar.

El proceso de sistematización nos servirá para documentar y comunicar por ende reconoceremos las rutas y decisiones metodológicas y poder saber de dónde surgen los conocimientos que se derivan del análisis del tema.

Así, los conocimientos serán caracterizaciones o valoraciones exactas que nos conducirá a una propuesta fruto de los saberes y conocimientos sistematizados.

Entre las preguntas que nos cuestionaremos son:

1. ¿Cuál es la situación actual de las pequeñas empresas dedicadas a la industria de calzado de cuero en Quisapincha?
2. ¿Qué problemas en común presentan las distintas empresas?
3. ¿Qué posibles falencias o deficiencias podemos encontrar en las distintas áreas funcionales de las empresas?

1.4 Objetivos generales de la investigación

- Elaborar un plan de exportación de zapatos de cuero para caballero al mercado de Santiago de Chile, utilizando los acuerdos económicos existentes, tal es el caso del acuerdo de complementación económica que facilita la expansión y la diversificación del comercio entre estas dos naciones.

1.4.1 Objetivos específicos de la investigación

- Recopilar información a través de entrevistas acerca de los costos de transformación, fabricación de la materia prima hasta el producto terminado o final; para establecer el precio del producto en el mercado Chileno.
- Analizar la situación actual del sector de la industria del calzado de cuero en Quisapincha.
- Diseñar la cadena logística para la exportación de calzado de cuero en el mercado chileno.

1.5 Justificación de la investigación

Este trabajo investigativo de calzado de cuero para caballero permitirá de mejor manera conocer cuáles son los principales desafíos del sector industrial del país, y analizar de manera cercana mediante encuestas personalizadas y, conversaciones con propietarios de locales la situación actual de la industria del calzado de cuero.

Este proyecto tienen trascendencia social, ya que se busca plantear alternativas para generar fuentes de ingresos nuestro país, y buscar nuevos nichos de mercado fuera del mismo;

por tal se propugna cambios en la matriz productiva, con el fin de asegurar el ingreso de divisas a la Nación.

El Gobierno Nacional Ecuatoriano fomenta cambios en la matriz productiva sostiene que se debe reducir más las importaciones, ya que existe mayor salida de dólares y es por eso que tenemos que aumentar la capacidad productiva nacional” por tal motivo se cree conveniente enfocarse a varios aspectos económicos con la Campaña del Buen Vivir ; dando apoyo a los diferentes sectores gremiales (pequeñas, mediana, grandes, empresas) y la Campaña Mucho Mejor si es Hecho en Ecuador, son las estrategias que se plantean hasta el año 2017 para mantener un equilibrio económico en la balanza comercial .

Lo que significa que es favorable ya que en el caso del sector artesanal existía poco apoyo, pero con estas campañas motivan a crecer y creer en la industria nacional, y que avances para desarrollar sus operaciones básicas artesanales e industriales mejoren con tecnología, maquinarias de última generación, realizando un trabajo en menos tiempo con productos de excelente calidad y diseño. La matriz productiva revela:



Fuente:<http://www.andes.info.ec/es/noticias/consiste-cambio-matriz-productiva-Ecuador.html>-0

1.6 Delimitación del problema

Espacio: en el sector de Quisapincha perteneciente a la ciudad de Ambato el enfoque será comercialización y producción del cuero para calzado de caballero en la empresa Curtiembre Quisapincha.

Campo: Comercio Exterior, Negocios Internacionales.

Área: Producción y Exportación.

Aspecto: El desarrollo comercial de las pequeñas pymes.

Tiempo: año 2016.

1.7 Hipótesis de la investigación

Si se utilizan los convenios y acuerdos existentes como el Acuerdo de Complementación Económica (ACE), los zapatos de cuero para caballero con destino a Chile generaran rentabilidad en la empresa Quisapincha.

- Variable Dependiente: Zapatos de Cuero
- Variable Independiente: Demanda de Calzado de Santiago de Chile

Capítulo II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Generales de la Industria del Calzado

La industria del cuero ecuatoriano, tiene una trayectoria relevante. Según el Mipro el desarrollo del sector curtidor, desde los años 70, mantiene un nivel artesanal, pero ante el crecimiento de las ciudades inicia su industrialización; según el Banco Central la competencia interna y externa exigía productos cada vez de mejor calidad y en el futuro de posibles certificaciones que validen el proceso de producción y la fabricación de los productos a base de Cuero.

A medida del paso del tiempo la fabricación de calzado de cuero tiene historia cultural y tradicional porque se ha mejorado la calidad y diseño, ya que existe una buena consolidación del mercado interno.

Presenta además excelentes opciones para ofrecer varios de sus productos como calzado, chompas de cuero, cinturones, etc. en el mercado internacional.

El desarrollo de la industria principalmente está en las provincias de Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas.

En el caso de los artesanos de Quisapincha, hacen gala del adagio popular “zapatero a tu zapato” al exhibir con orgullo una elegante gama de calzado, chompas, sombreros, bolsos y cinturones elaborados por artesanos del centro andino del cuero, que se localiza al noroccidente de Ambato. Según revela Pro Ecuador una buena parte de la demanda se orienta al mercado

interno de calzado, marroquinería y confecciones, según el Banco Central en cuanto a exportaciones no Tradicionales existe una gran parte de la producción de cuero y pieles se exporta.

Al mirar hacia el pasado se puede deducir que los principios de estas actividades artesanales empezaron en la época precolombina, podemos notar que los aborígenes demostraban gran sabiduría en la utilización de recursos naturales y aquellos que con el tiempo idealizaron y transformaron de acuerdo a sus necesidades.

Los aborígenes con el paso del tiempo utilizaban cueros y pieles, ciertos recursos transformándolos en prendas para cubrir sus cuerpos y protegerlos.

Con la llegada de los españoles se dio inicio a la época manufacturera con la confección de ropa, calzado, monturas, pasta para libros, vestimenta que los proteja y sirva de defensa en alguna guerra; la creatividad para realizar este tipo de vestimenta en aquel entonces era sorprendente.

Durante la época colonial, en el Ecuador la ciudad de Ambato ubicada en la provincia de Tungurahua se caracterizó como la primera ciudad del curtido y confección artesanal de productos de cuero.

En los años sesenta se dio mucho énfasis a la industria del cuero en la sierra ecuatoriana; logrando una buena producción; creando diversos modelos demostrando de a pocos la creatividad en el producto en dicha época. En los años noventa los pequeños comerciantes

comienzan a organizarse y formar asociaciones, organismos de cooperación, escuelas de capacitación, para el desarrollo de esta actividad artesanal.

Pro Ecuador señala que el Calzado a nivel nacional, es una de las primeras actividades que han generado el desarrollo industrial ya que tiene una alta participación en el sector productivo; generando así el turismo y una productividad extensa a nivel local, nacional e internacional.

El (Ministerio de Coordinación de la Producción Empleo y Competitividad) según las sus estadísticas los gremios artesanales existentes generan empleo a más de 246 personas aproximadamente.

Tungurahua en comparación con el Azuay posee una extensa acogida del cuero .En Ambato las parroquias que se dedican a esta actividad artesanal- industrial son Quisapincha y Picaihua son fabricantes de cuero , los mismos que con el paso del tiempo han adquirido ciertos conocimientos para poder elaborar productos a base de cuero están sacos, blazers, calzado, carteras, cinturones, etc.; estos productos demuestran durabilidad resistencia y glamour desde el producto primario es decir la materia prima a un producto final o terminado.

Existe una visión a largo plazo que incluye todos los componentes cruciales para el sector, según las características de la cadena de valor agregado existente (capacitación de la mano de obra, líneas de crédito y financiamiento, promoción de la asociatividad, mercadeo, promoción del producto en los mercados interno y externo, y defensa comercial).

Los artesanos han obtenido grandes logros a través del tiempo por su interés total en el medio artesanal tratando de superar cualquier límite en el sector del calzado.

Las exportaciones de cuero (pieles) y sus confecciones, ascienden a: US\$ FOB 26,6 según Pro-Ecuador y sus principales destinos fueron: Italia, Venezuela, Perú y Colombia. Por su parte, las exportaciones del sector calzado ascienden a: US\$ FOB 38,9 y sus destinos principales fueron: Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y Estados Unidos.

A partir del año 2015 se ha dado más apertura a los artesanos que se dedican a esta ardua labor por tal motivo el Ministerio de Industrias y de Productividad se ha comprometido a realizar año a año una Feria Internacional de Calzado y Componentes del Ecuador, la próxima Feria Internacional que se realizará en el mes de junio del presente año en la ciudad de Quito.

Según (PRO ECUADOR) en la actualidad se procesan alrededor de 350 mil cueros y pieles al año. La mayor parte del calzado se orienta al mercado interno del calzado, marroquinería y confecciones y gran parte de la producción de cuero y sus derivados se exporta debido a la calidad del trabajo en los productos terminados.

Existen alrededor de 1350 productores de calzado en grande, mediana y pequeñas empresas o también talleres artesanales con un número de 1770 ubicadas en varias zonas del cantón Ambato; como Baños, Cevallos y Quisapincha.

El cuero en las ciudades de Ambato y Azuay son los productores de cuero y sus derivados se mantienen en la producción de cuero cubriendo la demanda local nacional y demanda de nuestros países vecinos.

La industria del calzado ha experimentado un importante crecimiento desde el 2009. Datos de la Cámara de Calzado de Tungurahua (Caltu), señalan que de los 15 millones de pares de zapatos que se producía en el 2008, se pasó a 28,8 millones en el 2011. Es decir, en tres años, el nivel de manufacturación se incrementó en un 154% según el Ministerio de Industrias. Una de las principales razones para este repunte es la aplicación del arancel mixto, que entró en vigencia el 1 de junio del 2010. Con estos aranceles que impone un gravamen de USD 6 más 10% al valor en cada par importado, se trata de proteger al calzado nacional; principalmente ante a los productos con costos más reducidos que ingresaban de China, Colombia o Perú.

2.2 Industria del Calzado Ecuatoriano

La fabricación de productos de cuero como: calzado, chompas cinturones; etc. Tiene una perspectiva sobresaliente para la consolidación del mercado interno. Presenta además excelentes opciones para exponer varios de sus productos en el mercado internacional. Las dotaciones de capital y tecnología requeridos, los encadenamientos que despliega (en especial con la actividad ganadera a través de las curtiembres) y los volúmenes de mano de obra que emplea la convierten en una opción para promover el desarrollo endógeno del Ecuador. Existe una clara política pública de fomento a esta rama productiva, con una visión de largo plazo que incluya todos los componentes cruciales para el sector, según las características de la cadena de valor agregado existente (capacitación de la mano de obra, líneas de crédito y financiamiento, promoción de la asociatividad, mercadeo, promoción del producto en los mercados interno y externo, y defensa comercial).

Por tal El Ministerio Coordinador de la Producción, el Empleo y la Competitividad (MCPEC) contrataron un estudio con el objetivo de definir la política comercial para el sector, el mismo que ha sido revisado en todos sus detalles.

La industria del calzado tiene un gran desarrollo en materia prima de diseño, variedad y especialización. En el Ecuador existe producción de calzado para montaña, exclusivo para oficina y de cuero e industrial para múltiples actividades industriales.

La industria se encuentra inmersa en procesos de tecnificación cada vez más avanzados. Existe un gran desarrollo de la industria principalmente en las provincias de Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas.

Ecuador produce alrededor de 350 mil cueros y pieles al año. Una buena parte de la demanda se orienta al mercado interno de calzado, marroquinería y confecciones, y gran parte de la producción de cuero y pieles se exporta.

En el siguiente grafico notaremos el Análisis comparativo de la distribución del VAB (valor actual Bruto) extraídos del Banco Central del Ecuador.

Análisis comparativo de la distribución del VAB (valor actual Bruto)

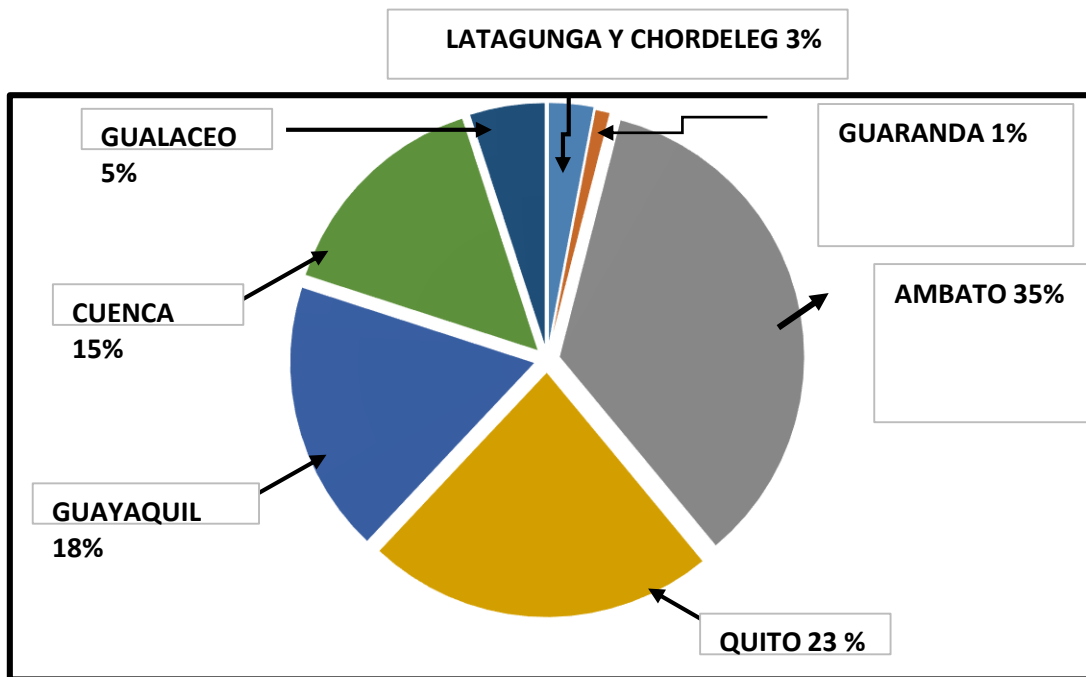


Figura 1. Análisis comparativo de la distribución del VAB (valor actual Bruto)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado : Margeory Silvana Elizalde Gonzales

2.3 Información estadística del sector

Las ciudades de Cuenca, Gualaceo y Ambato, estas ciudades son productores del cuero, pues la mayoría de los habitantes se dedican a la fabricación del cuero es apropiada, pertinente y viable, pues en esas dos zonas se encontraría más de 55% de la producción nacional.

En el siguiente gráfico notaremos **Productores de Calzado de Cuero** extraídos de Pro Ecuador.

Productores de Calzado de Cuero

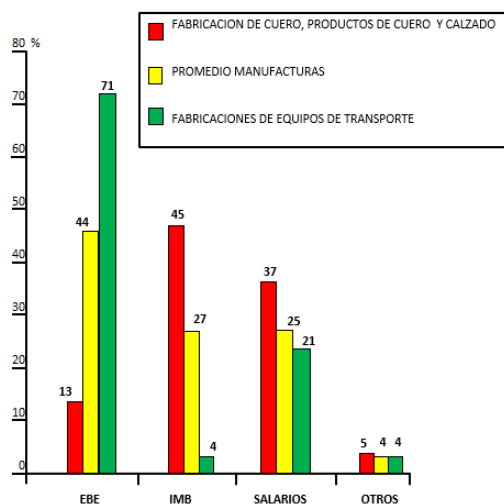


Figura 2. Productoras de calzado de cuero

Fuente: MCPEC, Estudio Técnico para la identificación de la Política Comercial necesaria para que el sector del cuero y calzado del Ecuador se desarrolle y aumente la participación mundial en la exportación, enero-marzo de 2010.

Comentario:

En este gráfico podemos notar que el EBE (excedente bruto de exportaciones) siendo un dato importante para el cálculo de la matriz insumo – producto.

IMB (comportamiento humano)

En este gráfico podemos notar a los participantes en el medio artesanal industrial que son: producto- manufacturas – fabricaciones de transporte; cada uno de ellos está inmerso en el proceso de producción y comercialización del producto de calzado. Según las estadísticas de MCPEC la demanda de calzado nacional creció un 6,66%, en los últimos 4 años.

Ahora, el objetivo es avanzar para satisfacer la demanda nacional y proyectarse al mercado externo. Uno de los primeros pasos es la capacitación, ya que la industria reconoce que falta mano de obra calificada.

2.4 Comercio Exterior y el Calzado Ecuatoriano

En Ecuador, la industria del cuero, tiene una trayectoria relevante; mantiene un nivel artesanal, pero ante el crecimiento de las ciudades inicia su industrialización.



Figura 3. Modelos elegidos para la exportación

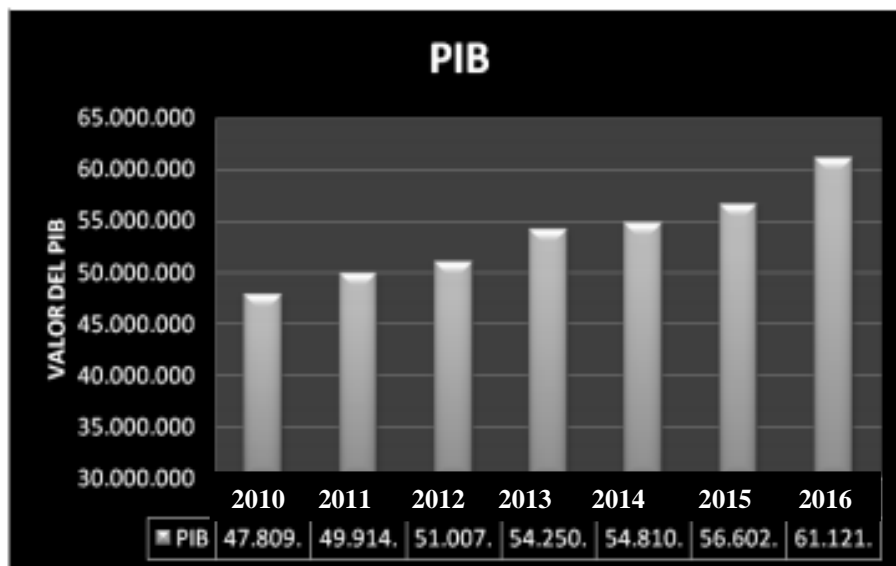
Fuente: Curtiembre Quisapincha

Elaborado por : Margeory Silvana Elizalde Gonzales

Ecuador ha incrementado la demanda de zapatos en estos últimos nueve meses en mercado nacional, sin embargo es necesario implantar mecanismos que permitan a los fabricantes fortalecer nuevos modelos específicos.

En el siguiente grafico notaremos el Análisis del PIB, y contribución a la economía del sector cuero, productos del cuero y calzado según el Banco Central del Ecuador.

Análisis del PIB, y contribución a la economía del sector cuero, productos del cuero y calzado



	PIB	VARIACIÓN
2010	47.809.319	
2011	49.914.615	4,40%
2012	51.007.777	2,19%
2013	54.250.408	6,36%
2014	54.810.085	1,03%
2015	56.602.576	3,27%
2016	61.121.469	7,98%

Figura 4. PIB

Fuente: BANCO CENTRAL

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

En el gráfico anterior notamos que existe una notable creciente en los últimos 7 años; lo cual es muy favorable para la economía ecuatoriana, promoviendo así la creación de empresas nuevas, además de los cálculos realizados se puede dar cuenta que existe un variación

considerable en el año 2013 con respecto al año 2012 de un porcentaje de 7.98% por lo que se proyecta que los próximos años tenga un alto incremento y la producción siga incrementándose considerablemente.

Nuestro país no cuenta con la tecnología que permita curtir al cuero con estilos similares. La industria requiere especializar la producción, generar marcas y fortalecer los diseños; mediante su Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) pretende emprender un programa de desarrollo de productos ergonómicos, donde intervendrán 25 empresas nacionales con Asesoría Española.

La meta es ser reconocido a nivel internacional y a través de las capacitaciones futuras para este sector elevar los estándares de calidad y que permitan posicionar el producto en el extranjero.

Según el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) en cuanto a las exportaciones de cuero (pieles) y sus confecciones, ascienden a: US\$ FOB 26,6 millones y sus principales destinos fueron: ITALIA, VENEZUELA, PERÚ Y COLOMBIA Y CHILE. Las exportaciones del sector calzado ascienden a: US\$ FOB 38,9 millones y sus destinos principales fueron: COLOMBIA, CHILE, PERÚ, VENEZUELA, GUATEMALA Y ESTADOS UNIDOS.

En el siguiente grafico notaremos el Análisis de las exportaciones desde el 2014- 2016 , y contribución a la economía del sector cuero, productos del cuero y calzado según Pro Ecuador.

3.1.3 EXPORTACIONES NO TRADICIONALES (1)

Miles de dólares FOB

Período		INDUSTRIALIZADOS NO TRADICIONALES		
		Manufac. de cuero, plástico y caucho	Maderas terciadas y prensadas	Extractos y aceites vegetales
2011		216.423	49.394	371.391
2012		218.112	66.548	363.530
2013		228.546	55.050	258.397
2014		223.950	54.908	274.200
2015		172.086	50.983	285.417
2014	Enero-junio	107.213	28.024	154.679
	Julio	18.497	3.497	26.453
	Agosto	17.130	3.776	22.493
	Septiembre	19.350	7.714	20.008
	Octubre	26.638	4.112	14.140
	Noviembre	16.843	3.988	15.353
	Diciembre	18.277	3.797	21.074
2015 (2)	Enero-junio	71.123	27.895	128.040
	Enero	9.798	4.134	16.576
	Febrero	12.251	4.113	8.672
	Marzo	13.102	4.245	40.778
	Abril	11.953	7.398	27.685
	Mayo	12.065	3.808	12.715
	Junio	11.953	4.198	21.613
	Julio	11.607	3.797	24.823
	Agosto	20.571	3.804	38.351
	Septiembre	22.079	4.245	16.676
	Octubre	17.941	4.192	28.242
	Noviembre	14.890	3.574	37.410
	Diciembre	13.874	3.477	11.875
2016 (2)	Enero-junio	85.522	30.682	133.957
	Enero	13.231	6.815	5.962
	Febrero	12.905	3.647	13.441
	Marzo	15.025	4.240	27.974
	Abril	15.113	4.920	12.103
	Mayo	16.358	7.472	35.985
	Junio	12.889	3.588	38.492

(1) Las cifras hasta el año 2014 son definitivas, desde 2015 son provisionales; su rep

FUENTE: Declaración aduanera de exportación.

2.5 El estudio se realizó en la empresa Curtiembre Quisapincha.

Curtiembre Quisapincha Creada en 1997 legalmente constituida es una pequeña empresa con experiencia que a medida de los años, se ha especializado en la producción y comercialización de cuero, para vestimenta y para calzado, dirigido a satisfacer las necesidades de las personas, brindando productos con altos estándares de calidad, cuenta con un personal de 17 personas, que se encuentran distribuidas en las distintas áreas de la empresa para desarrollar esta actividad.

Tipo de Empresa: Microempresa del sector Privado (Artesanal- Industrial).

Ruc: 0705262848001

Tipo de empresa (pública, privada, nacional, multinacional...)

Empresa Privada Nacional su Gerente General (Elías Camacho) propietario de Curtiembre Quisapincha se cree capaz de abrir mercados internacionales con sus productos; considera que con un poco más de apoyo al sector artesanal industrial se podría invertir y abrir nuevos nichos de mercado en diferentes partes del mundo.

Cambios tecnológicos:

Entre los cambios que se han dado a medida del tiempo han cambiado maquinarias mucho más grandes para producir más en menor tiempo posible.

Perspectivas de futuro

Es elevar los productos de la empresa hacia niveles de alta calidad y excelencia, para ser líderes en el mercado nacional e internacional en la producción de cuero y artículos terminados, comprometiéndonos en lograr que los clientes sientan total satisfacción al usarlos, y que reconozcan que no existe otro producto mejor en todo el mercado. Todo esto está enfocado en fomentar el desarrollo de la empresa y de sus empleados basado en el respeto, confianza y colaboración.

2.5.1 Visión Curtiembre Quisapincha

Marcar diferencia y llegar a ser un líder en el mercado nacional e incursionar en el mercado Internacional, en la producción derivados a base de cuero (zapatos, carteras, billeteras etc.) comprometiéndose en satisfacer la necesidades de los clientes.

2.5.2 Misión Curtiembre Quisapincha

Llegar a satisfacer las necesidades de las personas, empresas a nivel nacional e internacional; con sus productos basados en cuero absoluto, elaborados con materias primas de calidad ,varios colores diseños y acabados , buscando posicionarse como líder en el sector basados en valores y principios como responsabilidad y la búsqueda permanente de la calidad y excelencia.

2.5.3 Objetivos

- Disminución de costos de producción
- Incrementar la rentabilidad de la empresa
- Satisfacer a los clientes.
- Diversificar la cartera de productos de la empresa.
- Aumentar la mano de obra calificada, en aspectos técnicos y de gestión consolidando un buen clima laboral.
- Implementar un modelo de gestión estratégica para la empresa.

2.5.4 Organigrama de la Empresa

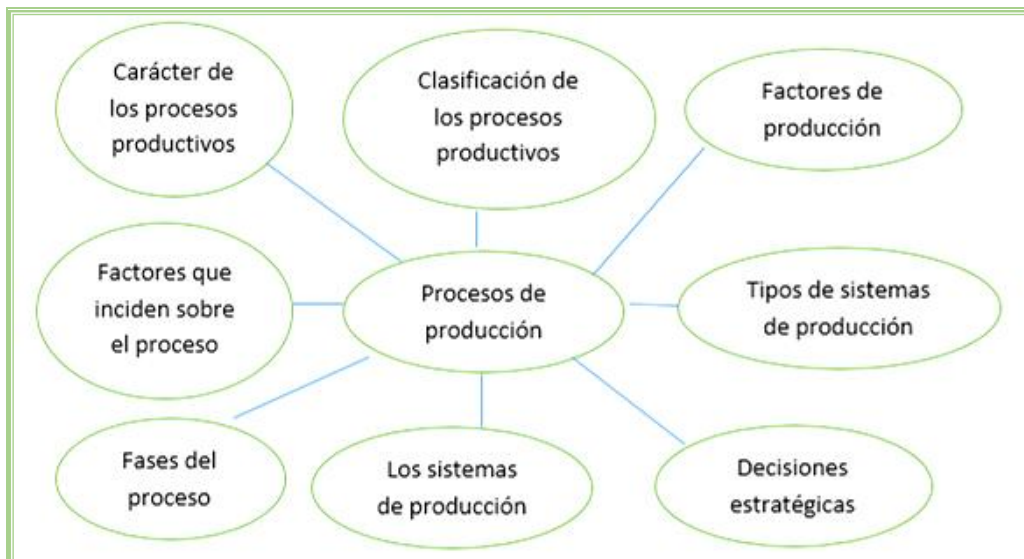


Figura 4. Procesos de producción empresa CURTIEMBRE QUISAPINCHA

Fuente: Empresa CURTIEMBRE QUISAPINCHA

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

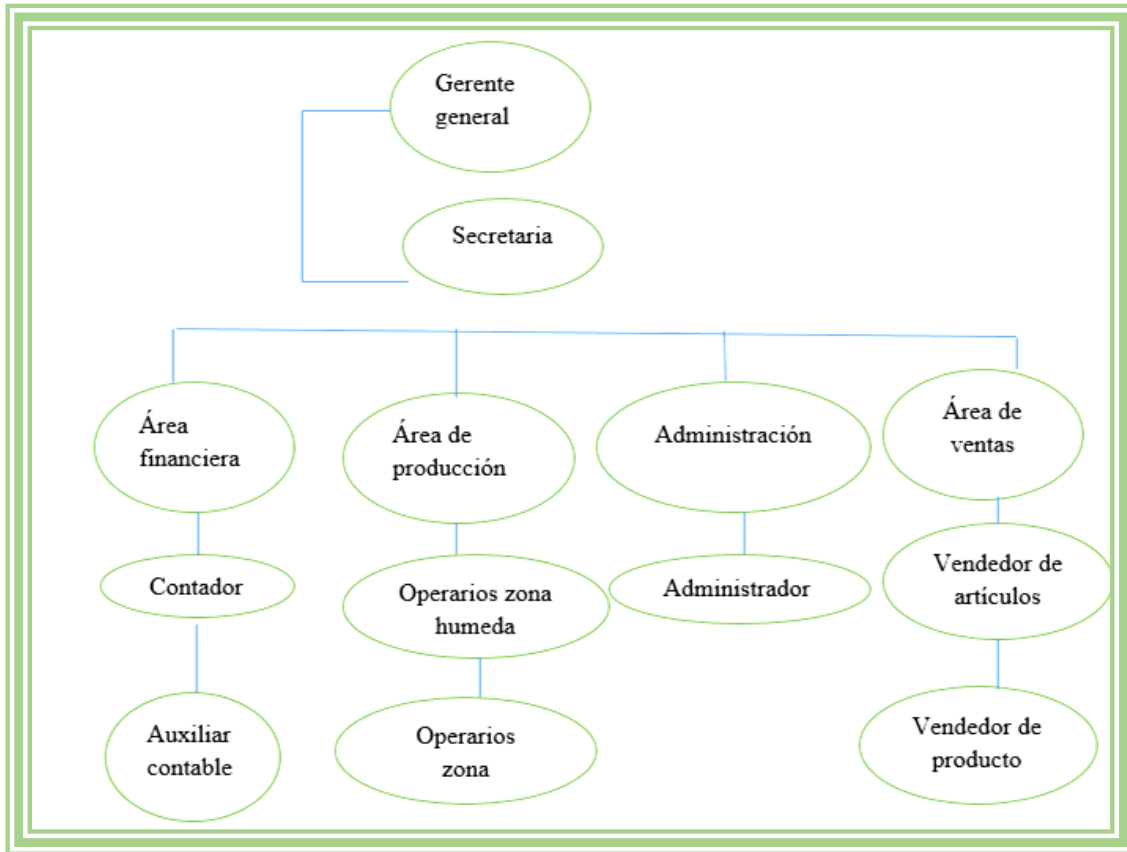


Figura 5. Organigrama estructural empresa CURTIEMBRE QUISAPINCHA

Fuente: Empresa CURTIEMBRE QUISAPINCHA

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

2.6 Sustentabilidad

La empresa CURTIEMBRE QUISAPINCHA está comprometida a realizar adecuaciones en sus instalaciones comprometidos a mejorar estándares y tecnologías necesarias para mayor producción; invertir en la prevención de riesgos y mejoras en su maquinaria; tomando en cuenta que tienen un deseo ferviente de realizar en el futuro exportaciones.

2.7 Legal

El compromiso cumplir con normativas y reglamentos vigentes en nuestro país, para mejorar los procesos de producción en la calidad del cuero; se encuentra en proceso de certificación BPM.

Entre los compromisos asumidos (CURTIEMBRE QUISAPINCHA) realizará capacitaciones sobre las diferentes maquinarias que facilitaran el proceso de producción a la vez capacitaciones para la prevención de accidentes al manipular las nuevas maquinarias.

2.8 Localización

La pequeña empresa se encuentra ubicada en la parroquia Quisapincha perteneciente a la ciudad de Ambato, es una ciudad de gran actividad artesanal y este trabajo ha sido de generación en generación.

Según la Cámara de Calzado de Tungurahua, que lleva las estadísticas a nivel de país, este sector genera plazas de empleo, de manera directa e indirecta, para 100.000 personas, mientras que contabiliza aproximadamente 3.000 productores en total.

2.8.1 Clima

Posee un clima templado y frío de 12 grados centígrados

2.8.2 Población

La población asciende alrededor de 13.001 habitantes, el 10% de esta población se dedican a la confección de prendas de vestir y otros artículos de este material.

Quisapincha cuenta además con un gran potencial turístico por sus escenarios naturales aptos para el ecoturismo. Es considerada como un sector altamente productivo y dedicado a la confección de todo tipo de prendas de vestir hechas en cuero. Esta parroquia rural se encuentra ubicada al suroccidente, a 12 kilómetros de Ambato.

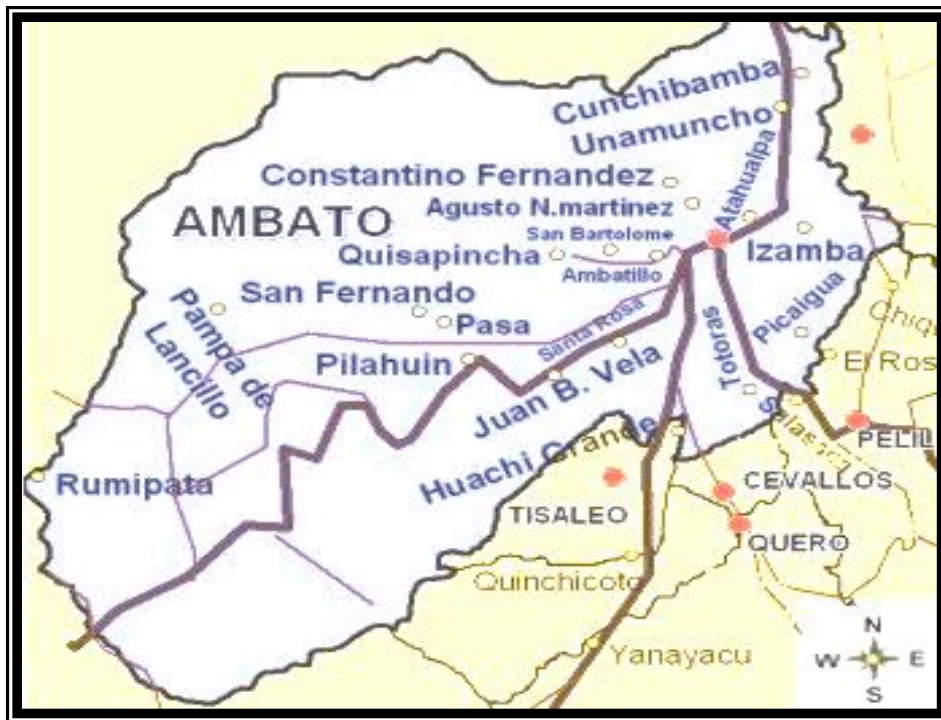


Figura 6. Localización parroquia Quisapincha

Fuente: www.viajandox.com/.../quinsapincha-artesantias-cuero-ambato.htm)

Quisapincha es una parroquia considerada parte del patrimonio cultural histórico de Ambato, es un lugar lleno de historia artesanal valorada por la diversidad de producción artesanal que posee y su alto nivel de artículos de calidad y diseño en un 85% de cuero.

Quisapincha es conocido como LA RUTA TURÍSTICA DEL CUERO se ha convertido en una opción para adquirir artículos como zapatos, carteras, chompas y sombreros, y además pasear por la serranía ecuatoriana son virtudes de este pueblo aguerrido que intenta salir adelante con todo lo que ofrece a los turistas.

2.9 Determinación de la oferta y aceptación del producto

2.9.1 Determinación de la oferta.

La oferta se determina mediante entrevistas realizadas a los pequeños micro empresarios de la ciudad.

Se ha demostrado que la información publicada por el BCE, la cual es recopilada por SENA E de las Declaraciones Aduaneras de Exportación, sirva a futuro para un mejor control del proceso comercial entre Ecuador y Chile, considerando el marco de las prácticas comerciales definidas en el ACE 65.

Mediante estas se medirá cuántos son productores de calzado con las normas que rigen; de tal modo que ellos conozcan de las normas y reglamentos que rigen en nuestro país y en Chile país importador, y a su vez la producción mensual de calzado para caballero de tipo de

exportación, tomando apenas un 25% de total e la exportación ya que el 70% es para consumo local y nacional.

Se determinando la oferta en Santiago de Chile ya es un país con el se mantienen acuerdos comerciales; notando en el siguiente cuadro:

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLERAS DE ECUADOR - Miles USD FOB Ene-Oct 2015		
Pais	Monto	Participación %
ESTADOS UNIDOS	2,582,579	26.58%
COLOMBIA	656,711	6.76%
VIETNAM	605,502	6.23%
RUSIA	587,679	6.05%
CHINA	476,005	4.90%
ALEMANIA	457,228	4.71%
ESPAÑA	425,704	4.38%
PAISES BAJOS	364,545	3.75%
ITALIA	276,936	2.85%
VENEZUELA	249,773	2.57%
FRANCIA	229,513	2.36%
PERÚ	213,152	2.19%
CHILE	209,840	2.16%
TURQUÍA	188,338	1.94%
BÉLGICA	184,348	1.90%
ARGENTINA	176,562	1.82%
JAPON	157,460	1.62%
REINO UNIDO	143,364	1.48%
MÉXICO	126,878	1.31%
BRASIL	97,564	1.00%
DEMÁS PAISES	1,307,648	13.46%
Total	9,717,328	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Al analizar las exportaciones no petroleras del Ecuador se observa que el principal destino corresponde a los Estados Unidos con un 26.58% del total exportado hasta octubre de 2015. En el segundo, tercer y cuarto puesto se ubican Chile con 2.16%, Perú con 2.19% y Panamá con 5.96%.

2.9.2 Aceptación del producto.

Podemos determinar que nuestro producto tiene aceptación mediante un análisis realizado por el instituto Nacional de Estadísticas INEC de Chile, ya que poseemos un calzado de excelente calidad, acabados de primera y que cumplen con las leyes, normas y reglamentos establecidos por el importador , tomando en consideración a la competencia en cuanto a su calidad , precio y modelos.

Una vez obtenida la información necesaria concluimos que nuestro calzado goza de excelente calidad, por un excelente cuero , suela natural y manual, a un precio de introducción de \$ 25.00 con variedad de modelo y diseños que sean competitivos en el nuevo nicho de mercado.

El comprador considera que nuestro calzado de exportación es altamente competitivo en el mercado chileno.

2.10¿Por qué exportar Calzado?

Son varias las motivaciones que impulsan a las personas o estas micro empresas a salir al mercado internacional, por tal nos enfocamos en situaciones que se apegan a mejorar el desarrollo productivo y convertirnos a futuro un país productor por ello se considera la realización de este estudio investigativo.

Luego de conocer las ventajas que se derivan del proceso de producción; siendo pues su principal función brindarles la comodidad a los consumidores, es necesario esta exportación a este nicho de mercado ya que existe una demanda considerable en el vecino país Chile.

Se ha elegido a este vecino país, ya que en los análisis de mercado se denota que nuestros productos ecuatorianos tienen una fuerte acogida en el país Chileno; facilitando una mejor inserción rápidamente al mercado meta, llegando con una idea clara de innovación y calidad; de tal modo que se acreciente aún más la buena relación comercial existente entre nuestro país Ecuador con el hermano país Chile.

2.11 Producto a exportar

Entre los diferentes productos de exportación se ha elegido el calzado de cuero digno de exportación y que forme parte de los productos potenciales de exportación.

Se basa en una estrategia genérica de diferenciación, se intenta abarcar todo el mercado, identificando tendencias y atributos valorados, para brindar la mejor calidad y experiencia, en cada par de zapatos que se ofrece.

Los zapatos cumplirán con el rol de satisfacer las necesidades de sus clientes tanto nacionales como internacionales, los cuales dan mucho más valor a la calidad del calzado, antes que otros atributos; puesto que la materia prima empleada será de un 89% de cuero para la fabricación del calzado para caballero.

Las características generales de nuestros clientes, son hombres entre 25 y 49 años, que se caracterizan por ingresos medios. La motivación de realizar este plan de exportación se debe a aprovechar los acuerdos comerciales y ofrecer una opción en el mercado Chileno; que logre impactar al nuevo nicho de mercado e intentar posesionarnos poco a poco en el mercado meta.

CHILE

3. Situación Geográfica de Chile

Chile se encuentra ubicada en el extremo sudoeste de América que sorprende por su geografía, instituciones y personas. Con sus 4,300 Km de longitud y 180 km, de norte a sur se extiende entre la Línea de la Concordia y el Estrecho de Magallanes.

Chile, limita al norte con Perú, al este con Bolivia y Argentina, al sur con el Polo Sur y al oeste con el Océano Pacífico. La zona norte del país se caracteriza por su riqueza minera y marítima. En el centro, del territorio se ubica la capital, Santiago, y aquí se encuentran las mayores áreas cultivables e instalaciones industriales del país.

Chile posee cuatro estaciones en el año: desde el verano con temperaturas entre los 30°C, hasta el invierno en que baja la temperatura con mínimas de hasta 5°C.

Chile se destaca particularmente debido a que su posición en el ranking global lo distancia por 19 lugares de su más cercano competidor en la región que es Puerto Rico, situado en el puesto 35. Además, es el único país latinoamericano que se ubica entre los 20 mejores del ranking que incluye en total a 132 naciones.

Según el estudio de la revista energética de Chile, este país logra destacarse debido a su economía marcadamente pro mercado; y el aumento de interés del mercado interno se refleja en un aumento explosivo de puntos de venta, tales como tiendas orgánicas, tiendas gourmet,

supermercados, ferias orgánicas y restaurantes, los que han incorporado a su oferta una gran variedad de estos productos.

Población y Etnias

El Censo realizado en el 2012, indican que la población estimada en Chile es de 16, 572,475 habitantes; según las etnias existentes se compone por el 77% mestizos, 18.40% descendiente de europeos y 4.6% indígenas en su mayoría Mapuches. La densidad demográfica de los habitantes por km es 22.62%.

Chile es un país que progresa en el campo económico-comercial que ha mantenido durante los últimos 20 años, fortaleciendo las relaciones vecinales en materia comercial, avanzando en negociaciones y manteniendo la función de administrar los Tratados de Libre Comercio (TLC) o acuerdos comerciales suscritos por Chile y fortaleciendo los servicios de promoción .

Trata de mantener una ampliación, consolidación y profundización de la base exportadora nacional con una imagen de un país sólido frente al resto de los actores relevantes del comercio mundial.

Cuenta con 22 acuerdos comerciales con 60 países, significando un 62% de acuerdos comerciales entre países.

3.1.-Balanza Comercial Chile

Según el INEC la Balanza Comercial de Chile 15 Chile registró un superávit en su Balanza comercial de 291,6 millones de euros, un 1,36% de su PIB, inferior al superávit alcanzado en 2014, de 2.646,4 millones de euros 3.515,8 millones de dólares, el 1,00% del PIB. La variación de la Balanza comercial se ha debido a un incremento de las exportaciones de Chile pero acompañado de un incremento aún mayor de las importaciones

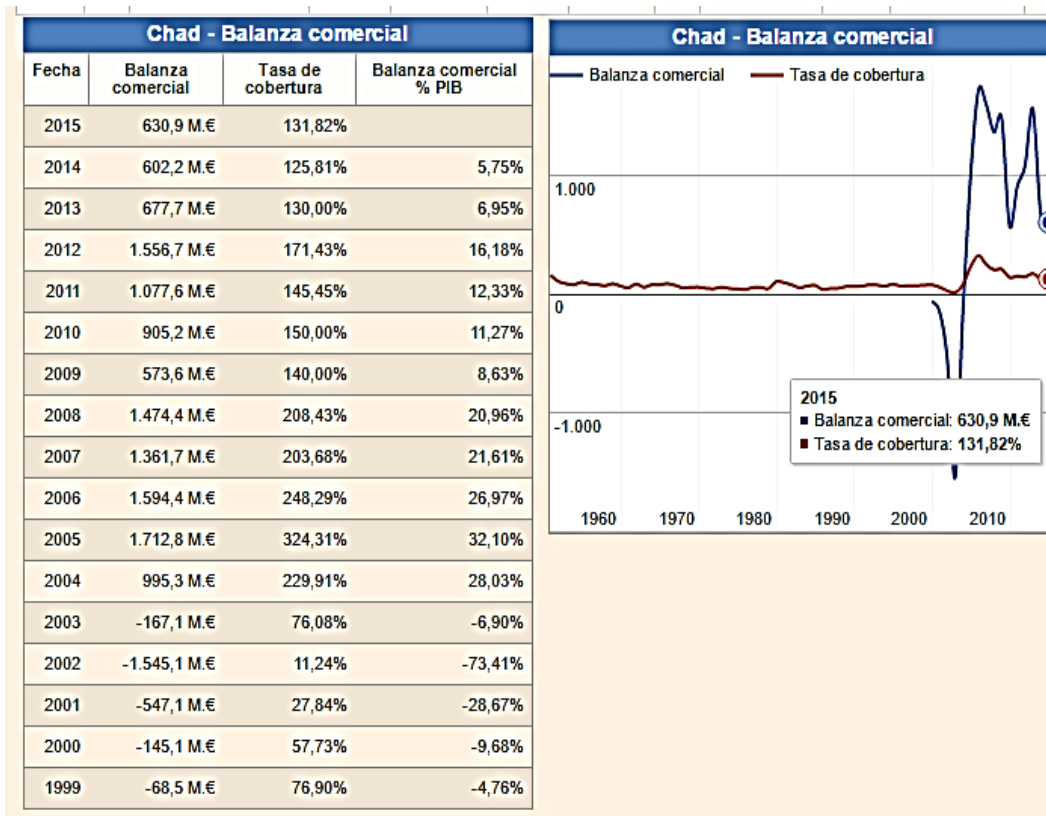
Si tomamos como referencia la balanza comercial con respecto al PIB, en 2015 Chile ha ganado posiciones. Se ha movido del puesto 64 que ocupaba en 2013, hasta situarse en la posición 49 de dicho ranking.

Si miramos la evolución del saldo de la balanza comercial en Chile en los últimos años, el superávit ha caído respecto a 2014 como ya hemos visto, al igual que ocurre con respecto a 2005, cuando el superávit fue de 6.857,8 millones de euros, que suponía un 7,67% de su PIB.

En la parte inferior de la página puedes ver la tabla y el mapa de la balanza comercial de Chile respecto a cada uno de los países con los que comercia. En color verde los países con los que la balanza comercial es positiva para Chile, exportaciones con más valor que las importaciones, y en rojo los países con los que la balanza es negativa, importaciones procedentes de ese país mayores que las exportaciones de Chile al mismo.

En el siguiente cuadro podemos notar la Balanza Comercial Actual de Chile:

Balanza Comercial Chile



Fuente: <http://www.datosmacro.com/comercio/balanza/chad>

Elaborado: Margeory Silvana Elizalde Gonzales

Las exportaciones FOB anotaron US\$ 5.123,21 millones, un 14,1% menos que el mismo mes del año pasado, mientras que las importaciones FOB llegaron a US\$ 4.438,00 millones, un 12% más bajo.

Las exportaciones industriales alcanzaron un 39,37% del total, mientras que la agricultura, silvicultura y pesca en conjunto fueron el 17,33% de las exportaciones del país.

La Balanza Comercial cerró el 2015 con un saldo positivo de US\$4.142,38 millones (versus US\$8.559,77 millones en 2014), por envíos por US\$63.362,19 millones (versus US\$76.648,34 millones) e internaciones por US\$59.219,81 millones (versus US\$ 68.088,57 millones).

3.1.2.-La Deuda Externa de Chile

La deuda externa de Chile alcanzó un monto de US\$ 130.724 millones a diciembre de 2013, lo que representa un aumento de 11,2% respecto del año anterior, según un informe dado a conocer hoy por el Banco Central. Según el ente rector de la economía chilena, en este incremento incidió principalmente el endeudamiento de largo plazo del sector privado, equivalente a US\$ 12.982 millones (14,1% respecto del año anterior).

El endeudamiento neto alcanzó a US\$13.505 millones, que se explicó básicamente por mayor ingreso de préstamos en relación a las amortizaciones. La razón deuda externa total a PIB aumentó desde 44,1% a fines del año 2012 hasta 47,2% en diciembre de 2015, mientras que la razón deuda externa de corto plazo residual sobre reservas disminuyó desde 0,97 hasta 0,94 en el mismo lapso de tiempo.

En el siguiente grafico podemos notar las estadísticas Ranking Intercambio Comercial por socio con acuerdo comercial enero-septiembre 2015 (millones US\$) según Banco Central de Chile.

Ranking Intercambio Comercial por socio con acuerdo comercial enero-septiembre 2015

(millones US\$)

Socio con acuerdo comercial ⁽¹⁾	Intercambio Comercial			Exportaciones			Importaciones		
	Ranking		MM US\$	Ranking		MM US\$	Ranking		MM US\$
	Mercados	Acuerdo		Mercados	Acuerdo		Mercados	Acuerdo	
R.P. China (2006)	1	1	23.346	1	1	12.564	1	1	10.782
Estados Unidos (2004)	2	2	15.492	2	2	6.658	2	2	8.835
Unión Europea (2003)	3	3	13.390	3	3	6.522	3	3	6.868
Mercosur (1996)	4	4	9.666	4	5	3.478	4	4	6.189
Japón (2007)	5	5	5.804	5	4	4.277	7	7	1.528
Corea del Sur (2004)	6	6	4.751	6	6	3.195	6	6	1.556
México (1999)	7	7	2.666	10	9	1.036	5	5	1.630
India (2007)	8	8	2.187	7	7	1.684	15	12	503
Perú (2009)	9	9	2.004	8	8	1.208	9	9	796
Canadá (1997)	10	10	1.566	11	10	996	12	11	569
Colombia (1994)	12	11	1.271	13	12	610	11	10	660
Ecuador (2010)	13	12	1.252	17	16	338	8	8	913
Bolivia (1993)	14	13	984	12	11	912	29	20	71
EFTA (2004) ⁽²⁾	-	14	760	-	13	454	-	14	306
Vietnam (2014)	17	15	654	21	19	204	16	13	450
Australia (2009)	19	16	577	16	14	379	22	16	198
Centroamérica ⁽³⁾	-	17	501	-	15	364	-	19	137
Turquía (2011)	23	18	424	18	17	257	23	17	167
Malasia (2012)	24	19	330	28	22	94	20	15	236
P4 (2006) ⁽⁴⁾	-	20	278	-	20	134	-	18	144
Venezuela (1993)	26	21	242	20	18	221	44	23	20
Panamá (2008)	31	22	158	24	21	123	40	22	36
Hong Kong (2014)	34	23	148	29	23	91	32	21	57
Cuba (2008)	49	24	41	41	24	38	62	24	3
Total socios con a. comercial			88.492			45.838			42.654
Comercio exterior total			95.425			48.954			46.471
Socios con acuerdos en el comercio exterior chileno			93%			94%			92%

Tabla 1. Ranking Intercambio Comercial por socio con acuerdo comercial enero-septiembre 2015 (millones US\$)

Fuente: Departamento de Estudios, DIRECON, en base a cifras del Banco Central de Chile.

Elaborado por: Margeory Silvana Elizalde Gonzales.

Año de entrada en vigencia del Acuerdo: EFTA: Islandia, Liechtenstein, Noruega, Suiza.

Centroamérica: Costa Rica (2002), El Salvador (2002), Guatemala (2010), Honduras (2008), Nicaragua (2012). P4: Chile, Brunei Darussalam, Nueva Zelanda, Singapur.

En los casos de Colombia, Ecuador, México y Perú se informa el año de entrada en vigencia del acuerdo que actualmente rige las relaciones comerciales con Chile; sin embargo, a todos ellos les precede **el Acuerdo de complementación Económica**.

	enero-septiembre		Variación anual (1)
	2014	2015	
Cobre	28.152	23.881	-15%
No cobre	28.575	25.073	-12%
Total exportaciones (FOB)	56.726	48.954	-14%

Tabla 2. Exportaciones de cobre y no cobre de Chile Enero- Septiembre 2015/2014 (millones US\$ FOB).

Fuente: Departamento de Estudios, DIRECON, en base o cifras de Banco Central de Chile. La variación anual corresponde al cambio porcentual respecto de igual periodo del año anterior.

Elaborado por: Margeory Silvana Elizalde Gonzales.

En las estadísticas se demuestra que el mercado chileno es muy competitivo por tal razón, es de interés acceder a este mercado, y posicionarnos en el mismo debido a que en múltiples campos económicos está relacionado.

Chile es la 42° mayor economía de exportación en el mundo y la 67° economía más compleja según el Índice de Complejidad Económica (ECI). En 2013, Chile exportó \$ 79,4 Miles de millones e importó \$ 77,9 Miles de millones, resultando en una Balanza Comercial positive de \$ 1,52 Miles de millones. En 2013 el PIB de Chile fue de \$ 277 Miles de millones y su PIB per cápita fue de \$ 21,9 Miles.

Las principales exportaciones de Chile son Cobre Refinado (\$19 Miles de millones), Mineral de cobre (\$17,5 Miles de millones), Cobre sin procesar (\$3,58 Miles de millones), Sulfato pasta química de madera (\$2,93 Miles de millones) y Filetes de Pescado (\$2,21 Miles de millones), de acuerdo a la clasificación del Sistema armonizado (HS). Sus principales importaciones son Refinado de Petróleo (\$7,04 Miles de millones), Petróleo Crudo (\$5,87 Miles de millones), Coches (\$4,12 Miles)

3.1.3.- MARCO LEGAL PARA LA EXPORTACIÓN

Para este proyecto se lo ha clasificado en dos sistemas que son: Marco Legal con la Normativa, Ley, Reglamento del país exportador y; el marco legal de Chile país a donde vamos a exportar nuestro calzado.

Marco Legal Ecuador

Trámite en Aduana para realizar una Exportación

Registro de Exportador:

Requisitos para ser exportador en la Aduana – Ecuador:

- Contar con el registro único de contribuyente RUC
- Registrarse en la página web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA E.
- El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones COMEXI estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:
 - Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos
 - Resolución 400 del 13 de septiembre 2007 y publicada en el registro oficial suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.

- Exportaciones de cuero y pieles .Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el registro oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.

3.1.4.-Trámite de la Orden de Embarque

El trámite de embarque se lo conoce como régimen 15, a la orden de embarque. Es lo que se tramita la autorización de embarque con una factura proforma y el RUC actualizado, como requisito previo para embarcar su mercancía sin mayor trámite ni complejidad. La orden de embarque es solo una declaración de la intención de exportar; el periodo de validez es de 30 días calendario en el cual la mercancía es sometida a un control aduanero e ingreso a la Aduna.

Si por cualquier motivo, una vez obtenida la autorización de embarque REGIMEN 15 no se puede realizar el embarque de la mercancía, se puede anular dicho trámite y realizar otro sin ningún inconveniente.

Trámite de la declaración aduanera única DAU: REGIMEN 40.

Previo al envío de la DAU definitiva de exportación, los transportistas deben enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

La aduana a través del SICE valida la información de la DAU contra la del manifiesto de carga. Si es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o Agente de Aduana.

Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana deberán presentar ante el departamento de exportaciones del distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU
- Orden de embarque
- Factura comercial
- Documentos de transporte
- Originales de autorizaciones.

3.1.5.-Agente Afianzado de Aduana

Es obligatorio la contratar un agente afianzado de aduanas en los siguientes pasos:

- Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público
- Para los regímenes especiales

- En plazo de 15 días hábiles desde la fecha en que ingreso la mercancía al terminal portuario fecha del AISV pero para la vía aérea se cuenta a partir de la fecha del límite de la orden de embarque.

3.1.6.-Proceso para registrarse como Exportador:

Una vez definido el mercado y determinado el producto como exportable, el siguiente paso es registrarse como exportador ante las siguientes entidades:

Servicio de Rentas Internas.-

Toda persona sea natural o jurídica, que se realice actividades mercantiles, como el caso de los exportadores e importadores, debe registrarse en el SRI y obtener su Registro Único de Contribuyente –RUC .Una vez obtenido el ruc a través de una imprenta local, debidamente autorizada por el SRI para imprimir documentos, solicitar la emisión de las facturas que serán utilizadas para los trámites aduaneros y el cobro de sus exportaciones.

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador SENA.-

Toda persona sea natural o jurídica, que se dedica a las actividades mercantiles debe obtener el registro de operador de comercio exterior, como exportador. Este trámite se lo puede realizar en las oficinas de atención al usuario en la aduana de Quito, Cuenca, Guayaquil, Manta, Tulcán, y Esmeraldas.

3.1.6.- Requisitos Generales de Acceso al Mercado Chileno.

El Servicio Nacional de Aduanas de Chile en materia de comercio exterior, realiza la tramitación de las operaciones de importación y exportación, la recaudación de los derechos arancelarios e impuestos correspondientes.

Documentación necesaria:

El Servicio Nacional de Aduanas trabaja en conjunto con organismos que autorizan el ingreso de mercancías al país, como la autoridad sanitaria de la región Metropolitana.

Generalmente en la primera compra, se solicita una factura pro forma, a fin de tener un valor aproximado del pedido. En la factura pro forma, se indican los valores como; valor aproximado del pedido del flete, terrestre-marítimo aéreo; el seguro de las mismas que debe cumplir con la normativa vigente en Chile, será controlado por: el SAG, La Seremi de Salud, Sernapesca, el Instituto de salud pública de Chile ISP.

Documentación necesaria

Entre los documentos necesarios para toda importación comercial se detalla:

Declaración de ingreso.-

Es el documento facilitador del ingreso de mercancías extranjeras y nacionales a Chile; en este formulario se detallara los diferentes destinos aduaneros.

El formulario incluye también el giro o comprobante de pago, en donde constan todos los derechos aduaneros e impuestos, derechos ad valorem a pagar ante el Servicio Nacional de Aduanas Vía Internet.

Conocimiento de embarque.-

Este documento acredita la recepción de las mercancías objeto del transporte .Además es prueba del contrato, acuse de recibo de la mercancía, declaración para el despacho aduanero y título de crédito, ya que el tenedor legítimo de un conocimiento de embarque tiene derecho a que se le entregue la mercancía cubierta por este documento.

En el transporte se utilizan varios documentos en el marítimo el Bill off Lading en los restantes modos de transporte se utilizan (la carta de porte) transporte terrestre y la guía área o AIRWAYBILL transporte aéreo.

Factura comercial original que acredite el importe de la mercancía objeto de la compra venta.

Poder notarial del importador a un tercero para que se realice el despacho, en caso de que no intervenga un agente de aduanas.

En el caso de que sea necesaria la intervención de un agente de aduanas, se deberán aportar los siguientes documentos:

- Declaración juramentada del importador sobre el precio de las mercancías con objeto de evitar fraudes, justificar medidas antidumping, en su caso, etc.
- Endoso del original del conocimiento de embarque a favor del mandatario "agente de aduana" para la realización del despacho de la mercancía.

- Certificado de seguro, cuando el valor de la prima no se encuentre consignado en la factura comercial.
- Nota de gastos, con todos aquellos gastos no incluidos en la factura comercial, cuando el vendedor factura `` ex Works ``por ejemplo.

Certificado de origen.- Es el documento que valida el origen de un producto que se destina a la exportación y que permite acogerse a las preferencias arancelarias que se han pactado.

Requisitos específicos para los productos ecuatorianos con potencial

- Los requisitos arancelarios para los productos ecuatorianos están dentro de un sistema arancelario, aranceles promedio aplicados, preferencias arancelarias al Ecuador. El arancel promedio NMF (Nación más Favorecida) que aplico Chile en el 2009 para todos los productos fue de 6%.

ARANCEL DE AÑO	TOTAL	P. AGRICOLAS	P. AGRICOLAS	NO AGRICOLAS
Promedio simple de consolidado final	25.01	26	25	
Promedio simple de la aplicación NMF	2009	6	6	6
Promedio ponderado del comercio	2008	6	6.1	6
Importaciones en miles de millones de USD	2008	56.4	4.2	52.3

Tabla 3. Perfil arancelario de Chile

Fuente: Dpe Unidad de Inteligencia

Elaborado por: Margeory Silvana Elizalde Gonzales

Pago de aranceles.-

Una vez realizada la declaración de importación Documento Único de Ingreso se realizara el pago de aranceles por la importación .El pago se puede realizar de forma de forma electrónica 26, a través de los bancos comerciales o entidades financieras.

El plazo máximo de pago de los derechos aduaneros es de 15 días desde la fecha de emisión de la declaración de ingreso. Si se paga fuera de plazo, hay que efectuar el pago directamente en la tesorería general de la república, con el comprobante de pago se procede a retirar las mercancías para su posterior traslado al destino final.

Preferencias arancelarias al Ecuador.-

Debido a las listas de desgravación establecidas en el acuerdo, desde el 1° de enero del 2000 el 96.6% de los productos se encuentran libres de arancel, mientras que el 3.4% restante se encuentra excluido de los beneficios arancelarios negociados en el ACE (Acuerdo de complementación económica).

Sistema arancelario.- En el sistema arancelario, las importaciones pagan los siguientes impuestos:

1.- Arancel general o derecho ad valorem sobre el valor CIF (que incluye el coste de la mercancía + prima de seguro + valor del flete).

Las mercancías que ingresen Chile ha suscrito un acuerdo comercial, el arancel puede ser cero o estar afecto a una rebaja porcentual.

2.- Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA): 19% aplicado sobre el valor CIF + derecho ad valorem.

Zonas francas

Las dos zonas francas existentes en Chile son la Zona Libre de Iquique (ZOFRI) en el extremo norte del país (I Región) y la Zona Libre de Punta Arenas (PARENAZON) en el extremo sur (XII Región). En estas zonas, los comerciantes y fabricantes están exentos del impuesto de Primera Categoría, del IVA y de los aranceles de aduana de las importaciones.

• Licencias de Importación/Autorizaciones previas

Para importar determinados productos se requiere, sin embargo, la obtención previa de un visto bueno, autorización o certificación por parte de algún organismo oficial de control. Entre los servicios fiscalizadores los más relevantes son el Servicio Agrícola y Ganadero, el Ministerio de Salud (MINSAL) a través de sus Secretarías Regionales Ministeriales, la Dirección General de Movilización Nacional y la Dirección de fronteras y límites.

Principales barreras arancelarias.- En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional, esto sucede porque Ecuador posee un acuerdo comercial con Chile (ACE)

Derechos arancelarios.-

Esto está previsto 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.

Solo hay dos tipos de aranceles, 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 producto ejemplo: 5% del valor CIF.
- Arancel específico se basa en otros criterios como puede ser el peso, por ejemplo: USD por cada kilo de ropa nueva. Es un pago establecido por cada unidad de medida del bien importado.
- Arancel antidumping 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.

Arancel de exportación.- Es uno de los tipos de aranceles menos empleado por la mayor parte de los países a nivel mundial, ya que las mercancías exportadas generalmente quedan exentas de todo tipo de derechos arancelarios .En todo caso, es un arancel de exportación determina un derecho arancelario para los productos exportados.

3.1.7.- Barreras arancelarias y acuerdos comerciales Ecuador –Chile

3.1.8.- Chile

El ingreso del calzado al mercado de Chile tiene un arancel del 0.00% debido a la tarifa preferencial del acuerdo de complementación económica AAP. CE 32 para Ecuador.

3.1.9.-Comercio bilateral entre Ecuador y Chile.

Descripción del producto	Descripción del régimen	Tarifa del régimen	Tarifa aplicada
La partida 6405100000, que corresponde a calzado con la parte superior de cuero natural o cuero regenerado.	TARIFA PREFERENCIAL "AAP.CE32" PARA ECUADOR	0.00%	0.00%

Tabla 4. Comercio bilateral entre Ecuador y Chile

Fuente: Market Map

Elaborado por: Margeory Silvana Elizalde Gonzales

Nota: Los acuerdos comerciales mencionados se hacen validos una vez presentado el Certificado de Origen que confirme la procedencia ecuatoriana del producto en mención

Acuerdo De Complementación Económica:

Este Acuerdo fue suscrito el 18 de octubre del 2004 con los países entre Colombia, Ecuador, Venezuela y los Países Miembros del MERCOSUR (ACE N°59) y tiene por objeto formar un área de libre comercio entre las Partes Contratantes mediante la expansión y diversificación del intercambio comercial y la eliminación de las restricciones arancelarias y de las no-arancelarias que afecten al comercio recíproco. El Acuerdo entró en vigencia entre Ecuador y el MERCOSUR en abril de 2005.

Mediante el ACE 59 se pactaron preferencias recíprocas para todo el universo arancelario con plazos de aplicación diferenciados dependiendo de la sensibilidad de los productos.

3.1.10.-Sistema Global de Preferencias Comerciales.-

Es un esquema preferencial mediante el cual cierta cantidad de productos provenientes de países en desarrollo perciben la reducción parcial o total de los derechos arancelarios aduaneros por parte de los países desarrollados. La Comunidad Andina de naciones (CAN) Asociación Latinoamérica de Integración (ALADI) y Mercado Común del Sur (Mercosur).

Barreras proteccionistas.- Se refiere a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características.

Barreras no arancelarias.- Existen 2 tipos de barreras no arancelarias:

- Barreras sanitarias
- Barreras técnicas

Barreras sanitarias.- Evitan el ingreso a un país de aquellas mercancías que puedan dañar la salud de la población debido al posible contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico, o biológico.

Barreras técnicas.- Son los requisitos que deben reunir determinado producto en cuanto a su estructura en general y componentes para que pueda ingresar a un determinado mercado.

Chile no mantiene restricciones cuantitativas ni un régimen de licencias de importación, pero prohíbe la importación de vehículos usados, motocicletas usadas y neumáticos usados y recauchados. Además el ingreso de ciertos productos está sujeto a formalidades administrativas.

Principales Barreras no Arancelarias aplicadas por los países al ingreso de Mercancías.

Determinación de precios.- Son precios mínimos y máximos que puede exigirse para el ingreso o egreso de cierto tipo de bienes para protección de una industria chilena.

Para las exportaciones como: banano, café crudo o verde, tostado en grano, tostado molido, tostado molido, cascara de café, cacao y subproductos, el Ministerio de Agricultura ganadería, Acuacultura, y Pesca y el Ministerio de Industrias y competitividad, fijan los precios, y cuyos contratos de exportación deben someterse a estos ministerios.

Medidas compensatorias.- El fin de neutralizar cualquier subsidio concedido directa o indirectamente a la fabricación, producción o exportación de cualquier mercancía.

Inspección previa al embarque.- Control obligatorio de la calidad, la cantidad y el precio de los productos antes de su embarque en el país exportador, efectuado por la agencia de inspección designada a este efecto por las autoridades del país importador.

Licencia automáticas.- Aprobación sin reservas de las solicitudes de importación, a veces denominada licencia general, liberal, o abierta.

Medidas cambiarias.- Prácticas de las autoridades monetarias o cambiarias, por las cuales se reglamenta el acceso al mercado cambiario para operaciones de importación.

Valores referenciales.- La fijación del precio de un producto, las autoridades del país de destino tienen en cuenta el precio interno, establecen un precio mínimo y otro máximo, o recurren a una determinada cotización del mercado internacional

Normas técnicas y requisitos de calidad.- se obliga a que los productos tengan validez técnica de acuerdo a las normas vigentes o especificaciones técnicas o código de conducta.

Etiquetado de la mercancía.- De acuerdo a las normas se debe establecer que regulan el tipo y tamaño de los signos que deben estamparse en los embalajes y las etiquetas, y detallan la información que puede o debe proporcionarse al consumidor.

Requerimientos sanitarios.- Se establecen con el fin de proteger la salud y la vida de los animales, propagación de plagas, para proteger la vida, y salud de las personas. Incluye medidas como autorizaciones previas, registros sanitarios, certificados e inspecciones sanitarias.

Autorizaciones o licencias previas.- se establece de carácter obligatorio para que el importador el exportador debe cumplir con su trámite respectivo y al obtener la aprobación de su permiso para exportar o importar sus productos.

4.- Requisitos arancelarios

Requisitos técnicos.- El Instituto Nacional de Normalización es el organismo encargado de desarrollar la normalización técnica a nivel nacional.

Además es el gestor de la certificación y gestión de la calidad, promueve la importancia y beneficios de estas actividades a Chile ante los organismos internacionales, regionales y extranjeros que persiguen fines análogos.

Chile es miembro desde 1947 de la organización internacional para la estandarización (ISO) a través del Instituto Nacional de Normalización (INN). Las Normas ISO son siempre de

carácter voluntario. El INN no exige que un producto cuente con una certificación ISO para ser comercializado en Chile.

Prohibiciones, restricciones y licencias de importación.- Chile no tiene restricciones cuantitativas ni un régimen de licencias de importación, pero prohíbe la importación de vehículos usados, motocicletas usadas y neumáticos usados y recauchados.

La comunicación más reciente de Chile sobre la aplicación y administración del acuerdo OTC. Entre 2008-2010 hubo algunas reformas el ministro de economía, a través de comercio exterior era responsable de administrar el acuerdo OTC, fungir como servicio de información en materia de reglamentos técnicos y procedimientos de la evaluación de la conformidad, y realizar las notificaciones las notificaciones a la OMC.

La DIRECON también preside la Comisión Nacional de Obstáculos Técnicos al Comercio que coordina los esfuerzos de las distintas instituciones públicas involucradas en las actividades de normalización.

La comisión tiene como objetivo dar cumplimiento a las obligaciones del acuerdo OTC, concertar la posición de Chile en las negociaciones comerciales en esta esfera y promover la normalización como un instrumento de apoyo al proceso de modernización tecnológica del país.

Chile es un miembro de la organización internacional de normalización (ISO) , la Organización Internacional de Metrología Legal(OIML) el Sistema Interamericano de Metrología (SIM), la Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT) , el Foro De Acreditación Internacional (IAF) , la Corporación Internacional de Acreditación de Laboratorios (ILAC) la Cooperación Interamericana de Acreditación (IAAC) , Asociación de Mercosur de Normalización (AMN) , la Oficina Internacional de Pesos y Medidas(OIPM) y el Codex Alimentarios.

La Comisión Nacional de obstáculos Técnicos al comercio está integrada por los ministerios: Relaciones Exteriores, Economía, Vivienda y Urbanismo, Transporte y telecomunicaciones , Defensa Nacional , Salud, Agricultura , obras públicas, la superintendencia de servicios sanitarios , la Comisión de Medio Ambiente y la Comisión Nacional de Energía.

Reglamentos técnicos.- Los reglamentos técnicos son de carácter obligatorio por las por las instituciones públicas facultadas para reglamentar es sus respectivas áreas de competencia, como los Ministerios de Economía, Salud, Agricultura, Transportes, y Telecomunicaciones, Vivienda y Urbanismo, y la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC) entre otros.

Estos reglamentos son normas, leyes, decretos o resoluciones. Dado que Chile es un estado unitario, los reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad son elaborados por el Gobierno Central.

El procedimiento de evaluación de Chile para el ingreso de mercancías consta de los siguientes pasos:

La institución competente, mediante un aviso en los medios o en la pág. web, difunde la propuesta de reglamento técnico y/o procedimiento de evaluación de conformidad, en un extracto del proyecto, su objetivo y las razones del enfoque adoptado, al mismo tiempo que remite una copia a la DIRECON (Dirección de Relaciones Económicas Internacionales de Chile) para efectos de su notificación a la OMC.

Se otorga un plazo mínimo de 60 días a partir de la publicación de la aviso, que puede prorrogarse.

Normas.- Las normas técnicas chilenas, de aplicación voluntaria son elaboradas y difundidas por el instituto nacional de normalización. El INN es una fundación de derecho privado, sin fines de lucro creado por la Corporación De Fomento De La Producción (CORFO), que tiene por objeto fomentar el uso de la metodología y las normas técnicas.

El proceso de elaboración de una norma se origina por iniciativa del INN o a petición de cualquier entidad pública o privada interesada.

El INN (Instituto Nacional de Normalización) mantiene un catálogo de las normas chilenas, así como información sobre las normas de estudio, que puede consultarse en su pág. web.

4.1.-Diferentes normas establecen requisitos de envasado y etiquetado para los siguientes productos:

4.1.1.- Calzado (Rotulado del Calzado).- El rotulado del calzado es un requerimiento principal para la explotación del mismo, tomando en consideración que pese a ser los dos países de la CAN y sobre todo países latinoamericanos fueron aceptados de la siguiente manera:

En el Ecuador fue aprobado por el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Competitividad Y Pesca, según Acuerdo Ministerial N° 06382 el 02 de enero de 1996. Requisitos de rotulado decreto N° 17 DE 13/01/09 del Ministerio de Economía y Fomento y Reconstrucción.

En Chile fue aprobado por el Ministerio De Economía, Fomento y Reconstrucción; Subsecretaria de Economía, Fomento, y Reconstrucción, Según el decreto 17, el 13 de enero de 2006.

4.1.1.-Ranking de Competitividad Global de Chile.-

El Banco Mundial ubico a Chile posición 49 del ranking, entre los 150 países, con una calificación promedio de 3.09 y perdiendo de esta manera 17 puestos con respecto al reporte anterior.

En el siguiente grafico notaremos el índice de competitividad de Chile.

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE CHILE.

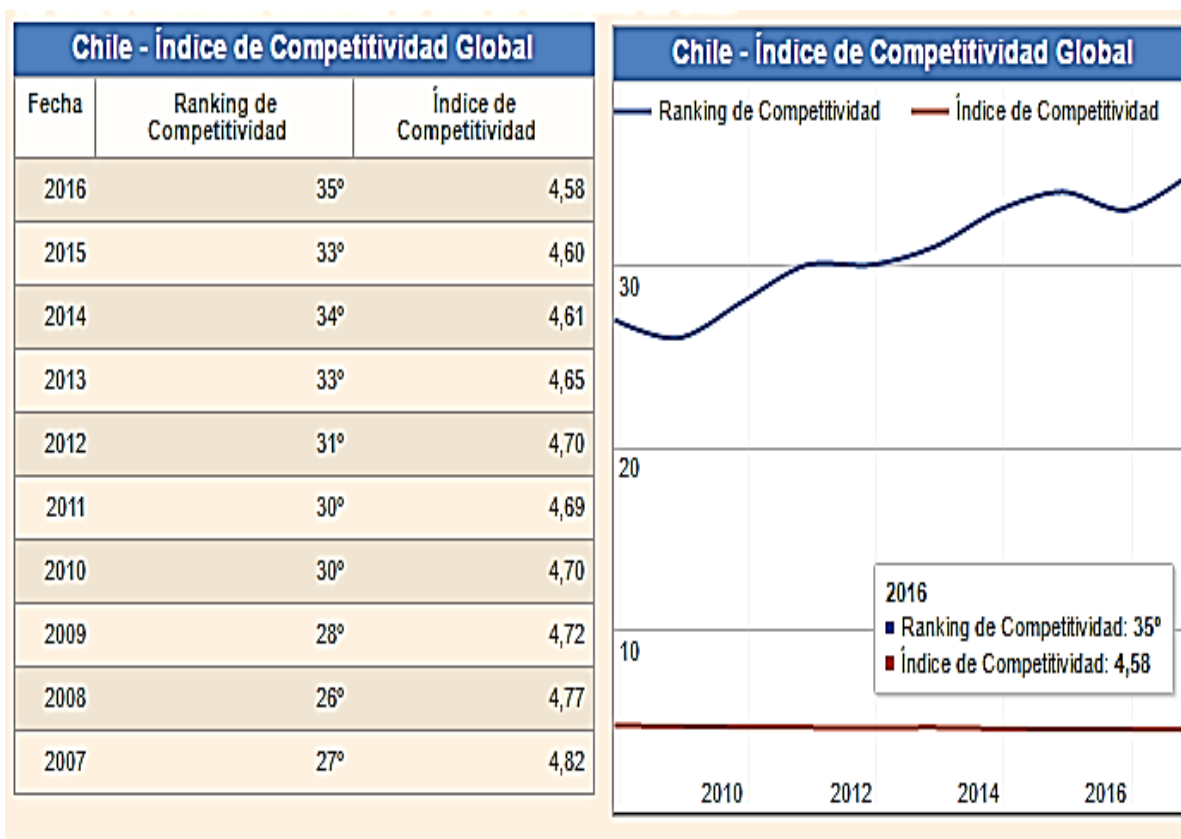


Tabla 5. Chile y su nivel de calidad en las operaciones comerciales
Fuente: Market Map
Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

2.13 Principales características de las condiciones de acceso físico desde Ecuador al mercado de destino en término de los diferentes medios de transporte.

El Acceso al mar Chile tiene un amplio perfil costero tiene más de setenta puertos marítimos. Los puertos más importantes son de norte a sur: Arica, Iquique, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, San Antonio, entre otros.

Puerto de San Antonio.- Es el principal puerto de Chile, está ubicado en la zona central siendo el terminal portuario más cercano a Santiago de Chile, la capital del país.



Figura 7. Localización Puerto de San Antonio

Fuente: Pro Chile



Figura 8. Ubicación geográfica de Empresas Portuarias Estatales

Fuente: Pro Ecuador

Además, cuenta con modernos equipos de transferencia de carga y porteo. Entre sus ventajas, destaca su ubicación, su capacidad de expansión y excelentes vías de acceso por carretera y red ferroviaria. Sólo 100 kilómetros separan a San Antonio de la capital del país a través de la Autopista del Sol, carretera de alta velocidad y de doble vía.



Figura 9. Rutas que comunican al Puerto San Antonio

Fuente: Pro Ecuador

A esta área total debe sumarse una alta proporción de las cargas del sur de Chile, que son transbordadas en operaciones de cabotaje a servicios de ultramar en este puerto para alcanzar sus destinos internacionales. Mención aparte merece el comercio internacional marítimo con Argentina, el que se realiza, en un 60%, a través de Puerto San Antonio. Junto al puerto e integrados como parte de la infraestructura de la ciudad, se sitúan seis parques industriales sobre una superficie de 800 hectáreas.

4.1.3.-Medios de Transporte

4.1.4.- Aduanas Portuarias

Puertos del Estado incluye los puertos públicos en régimen de concesión Arica, Iquique Tocopilla, Antofagasta, Chañaral, Coquimbo, Valparaíso, San Antonio, Talcahuano, Osorno, Puerto Aysén, Puerto Montt, Chacabuco, Punta Arenas.

Los bienes importados a Chile por mar o en tránsito hacia otro país, pueden ingresar solamente a través de los puertos estatales. El cargamento en tránsito debe llevar la señal en tránsito hacia país e ingresar mediante una declaración especial de tránsito.

De acuerdo al puerto de destino.- Se detalla una cotización del envío de contenedores desde Guayaquil hasta los puertos de Chile.

1x20 ST': USD 56.00 THCO USD 145.00 THCD

Gastos locales de exportación

1x 40 ST/HC: USD 606.00 THCO USD 145.00 THCD

Salidas semanales

Tarifas puerto a puerto (tiempo de transito 7-8 días aproximadamente).

Canales de Distribución Local Recomendado

Comunicaciones por mar.-el transporte de mercancías vía marítima es de gran importancia. Así el 88.6% del volumen físico de mercancías de la importación y exportación se movilizan por vía marítima utilizando las instalaciones portuarias y sus vías de conectividad inter modal.

En Chile existen diez empresas estatales y veinte tres puertos privados. Actualmente de las diez empresas estatales, el sector privado participa en seis como concesionarios monoperadores de frente de ataque. Los principales puertos son Arica, Iquique, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, San Antonio, Puerto Montt y Puntas Arenas.

Indicadores de comercio transfronterizo.- Los costos y procedimientos relacionados a la importación y exportación de un embarque estándar de mercancías se detallan bajo este tema. Cada procedimiento oficial se registra comenzando desde el acuerdo final entre las partes y terminando con entrega de las mercancías.

4.1.4.-Seguros

Seguro de la mercancía.- El propósito es resarcir al asegurado por las pérdidas o daños materiales que sufran las mercancías que son objeto de transporte por cualquier medio.

Lo contrata quien tenga interés en la seguridad que es objeto de transporte durante el transcurso de la mercancía hacia su destino final.

La compañía de seguros, la cual se compromete a pagar, en caso de siniestro, el monto de la pérdida y como contrapartida el asegurado pagara una cantidad de dinero llamada prima.

Los seguros tienen una vigencia desde el momento en que los bienes quedan a cargo del porteador para su transporte continua durante el curso normal de su viaje y termina con la descarga de la mercancía en su destino final, en cuyo caso la protección es por viaje completo.

En las pólizas de seguros existen diferentes tipos de cobertura y dependiendo el tipo son los riesgos que se van a amparar así como el tipo de transporte a utilizar.

Empaque, embalaje y etiquetado

Generalidades y tendencias

Las etiquetas juegan un papel muy importante en la vida de los productos; esto que la etiqueta deberá ir en español o en algunos casos en el idioma del país donde se tratar de llegar a ese mercado; en el etiquetado debe constar por ejemplo: alimentos, ropa, textiles, cosméticos, medicamentos, artículos, eléctricos etc.

Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

Los productos deberán estar de forma que muestren la calidad, pureza, ingredientes o mezclas, al igual que el peso neto o medida de los contenidos.

Así mismo, se deberá convertir todos los tamaños y pesos de los contenidos netos al sistema métrico.

En Chile, el Reglamento Sanitario de los Alimentos (Decreto Supremo nº 977/ 96 del Ministerio de Salud y la Resolución 1844/98) del Ministerio de Salud, los productos que no cumpla con las medidas podrán ser importados o no, pero en caso de que se autorice su ingreso al país.

Ruta origen y destino

En Chile, existe una gran concentración de la distribución comercial. Dos grupos de supermercados (Ds Y Cencosud) siendo estos Consorcios Multinacionales que Operan en América del Sur acaparan alrededor del 60% del mercado.

Estos grandes grupos desarrollan su negocio a través de diversos tipos de establecimientos y suponen el principal canal de distribución de alimentación junto con el catering institucional, también muy concentrado (Sodexo Chile, Central de restaurantes, Compass Catering (Eurest) y casino Express). Ambos canales recurren de forma creciente a la importación directa.

Incoterms a utilizar

Fob: Free on Bord: franco a bordo a bordo, puerto de carga convenido.- Se utiliza para operaciones de compra y venta en que el transporte se realiza por barco (mar o vías) de navegación interior.

Se debe utilizar siempre seguido de un puerto de carga.

Descripción del FOB.-

El vendedor entrega la mercancía en el momento en que la carga sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido, los riesgos de pérdida o daño de la mercancía del vendedor al comprador. El vendedor contrata el transporte principal, a través de un transitorio o un consignatario, por cuenta del comprador. El vendedor también realiza los trámites aduaneros necesarios para la exportación.

El comprador deberá pagar todos los costos posteriores a la entrega de la mercancía: el flete, la descarga en el puerto de destino, los tramites de la aduana e importación, como parte de su precio de compra. Puede si lo desea contratar un seguro que cubra el riesgo durante el transporte aéreo.

Uso del término FOB.- El Incoterms FOB se utiliza para la carga general, que no esté incluida en un contenedor, pueden utilizarse pallets. Bidones, cajas, fardos, etc. Los costos de las operaciones desde la mercancía llega al puerto hasta que se carga en el buque se denominan

gastos FOB escritos y son los gastos de recepción, acarreo y carga. Los gastos de estiba suelen estar incluidos en el flete.

El Incoterms a utilizar para la exportación lo determinamos en base a la forma de importa de algunas empresas chilenas que requieren nuestro calzado, aunque también se determinó por otras razones como prestigio, posicionamiento en el mercado, etc.

4.1.5.-Como cobrar las Exportaciones

Los compromisos asumidos entre el importador y el exportador se entre bancos emisores y corresponsales donde se puedan negociar las formas de pago antes mencionadas de manera que el pago al exterior sea a plazos, es decir se ha estipulado cierta cantidad de días, contados generalmente a partir de la fecha de embarque.

A través de cobranzas.- Es cuando el exportador tiene cierto grado de confianza con el importador y sabe que si le cancelara el valor de su embarque, por lo cual el que corre con mayor riesgo es el vendedor, estas cobranzas pueden ser:

Directa.- Es decir importador y exportador solamente.

A través de un representante del exportador, es decir toda la documentación será canalizada a través de dicho representante del exportador en la ciudad o país del importador. A través de un banco, es decir con una carta de crédito irrevocable y confirmado.

Documentos.- Antes de saber que documentos son necesarios para la exportación de una mercancía desde Ecuador es importante definir que es un embarque.

Documentos de Embarque.- Se entenderá como embarque la acción de colocar la mercancía a bordo del medio de transporte, sea este fluvial, marítimo, terrestre, o aéreo.

Por el resultado del embarque la empresa de transporte entregara al dueño de la carga (mercancía) el conocimiento de embarque, carta embarque, carta de porte, o guía aérea dependiendo el medio de transporte.

Pre embarque: Aquellos que son tramitados antes de realizarse el embarque de la mercancía.

4.1.5.-Documentos de Pre Embarque:

- Nota de cotización.
- Factura pro forma
- Pago de tributos o contribuciones
- DAU (régimen 15- Orden de Embarque).
- Carta de confirmación de pedido e instrucciones de embarque
- Carta de crédito
- Registro sanitarios y de operadores.

Documentos de Post Embarque:

- Carta del exportador, notificado el embarque
- Factura comercial
- Conocimiento de embarque (carta de porte; guía aérea)

- Lista de empaque
- Nota detallada de gastos.
- DAU (Aduana- régimen 40)
- Certificado de Origen.
- Certificado de análisis
- Certificados sanitarios: fitosanitario, zoonosanitario, sanitarios de acuicultura y pesca.
- Certificado de calidad.
- Cualquier otro documento que se estime necesario.

Estos documentos son de carácter general ya que el importador solicitara al exportador los documentos necesarios, acordes al mercado y según otras condiciones.

Las instituciones con competencias en materia de salud pública, animal, vegetal, son las siguientes:

Ministerio de Agricultura, a través del Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) al que le compete administrar las reglamentaciones relativas en materia sanitaria para proteger la salud humana; Servicio Nacional de Pesca a quien le compete administrar las reglamentaciones relativas a las medidas tendientes a regular la importación de recursos hidrobiológicos.

Envíos comerciales.- La aduana puede exigir que la declaración aduanera de las mercancías este acompañada de los documentos que le sirvan de base, los cuales variaran en función de las características particulares de cada operación , Como ejemplo de

documentos eventualmente solicitados por la aduana se puede mencionar los siguientes pasos:

- Licencia de importación
- Factura comercial
- Lista de empaque
- Factura de flete
- Póliza de seguro
- Documentos de transporte
- Prueba documental del origen de la mercancía (certificado de origen)
- Certificado sanitario o fitosanitario
- Certificado de inspección previa al embarque
- Documento que demuestre la extensión de derechos e impuestos

Documentos exigibles

- Declaración aduanera
- Factura comercial original y copia las proformas no son admitidas en la aduana.
- Original del AWB o B/L

Tiempos de Nacionalización.- El tiempo establecido para los trámites aduaneros con el fin de legalizar la entrada de la mercancía a territorio nacional o de destino.

Los trámites en la Aduana chilena no deberán ser mayor a dos o tres días en cuanto al proceso de nuestra exportación.

4.1.6.-Detalles de Cotización

Nota de cotización

Lo primero por hacer es que el importador solicite al exportador o su representante, la cotización de un determinado producto, bien, o servicio, mediante la nota de cotización en la deberá constar:

- Nombre exacto y especificaciones del producto.
- Cantidad solicitada del producto.
- Plazo de pago sugerido: a la vista 30 o 60 días fecha de embarque
- Clase de embalaje sugerido o exigido
- Vía de embarque y fecha aproximada de embarque
- Termino a negociar (Incoterms FOB, CFR, CIF, FCA, DDP, ETC)
- Nombre y dirección del importador.
- Lugar de llegada del producto
- Forma de pago: cobranza directa, carta de crédito, etc.
- Cualquier otra información que se estime conveniente.

Factura Proforma

La respuesta a la nota de cotización es la factura proforma, en la cual, se hace referencia a las condiciones de venta mediante cualquier medio escrito. El exportador o su representante la remite al importador, conteniendo

- Nombre exacto y especificaciones del producto
- Cantidad solicitada del producto.
- Clase de embalaje y vía de embarque.
- Plazo de pago sugerido: a la vista 30 o 60 días, etc.
- Término a negociar (Incoterms: FOB, CFR, CIF, FCA, DDP, etc.)

- Nombre y dirección del exportador
- Lugar de llegada del producto
- Fecha aproximada de embarque
- Forma de pago: cobranza directa, pago anticipado, carta de crédito, etc.
- Puerto de embarque y llegada de la mercancía
- Precio de la mercancía.
- País de origen de la mercancía
- Plazo de validez de la cotización.
- Cualquier otra información que se estime pertinente

Lista de embarque.- La lista donde se detalla la mercancía embarcada de acuerdo a cada bulto declarado, asignándole un número a cada caja con su contenido respectivo.

Detalles como: tornillos, caja, anillos etc. Es debe detallar por cada bulto; el número de unidades, número de paquetes, peso neto, peso bruto.

Factura Comercial.- Este Documento sirve para describir las mercancías o materia de la venta.

Este documento lo emite el exportador a nombre bien sea del importador o consignatario. Aquí se describen todos los datos relativos al envío:

La descripción detallada de las mercancías, cantidad de bultos, pesos netos, y total, numero de pedido, precios, condiciones de venta, lugar de embarque y de llegada, etc. En cuanto a precios debe señalarse el tipo de cotización negociada, es decir en FOB, CFR, CIF, etc.

Una indicación indispensable que exigen los países importadores, entre ellos Ecuador, es decir detallar en la factura comercial la sub-partida arancelaria.

Esto tiene relación con la aplicación de los derechos arancelarios en el país importador, a tal efecto, el importador al momento de enviar las instrucciones de embarque al exportador deberá indicar la sub-partida arancelaria.

Hay que señalar que en nuestro caso, cuando exportamos debemos emitir una factura comercial autorizada por el SRI, de carácter provisional para el trámite interno de la declaración aduanera única, y la factura comercial definitiva después del embarque, con lo que realmente se haya embarcado, para ser enviada al importador y poder hacer efectivo el cobro de nuestra exportación.

Factura.- Este documento debe presentarse conforme con la sección 141.86 del reglamento de Aduana y en forma acostumbrada para una operación comercial (transacción) relativa a mercancías del tipo a que se refiere a la factura.

La Ley arancelaria indica que la factura debe llevar la siguiente información:

- Puerto de entrada.
- Las cantidades en pesos y medidas
- La clase de moneda
- El país de origen.

Certificado de Origen.- Este documento de carácter industrial y comercial, genera mecanismos operativos administrativos que faciliten el flujo comercial entre los países suscriptores de tratados y acuerdos comerciales; tratando de uniformizar criterios, procedimientos y tramites que reduzcan tiempos en el campo administrativo y disminuyan algunos sobrecostos de exportación y por tanto producir más y mejor.

Vigencia

Los certificados de origen tienen una vigencia determinada que es a partir de la fecha de la validación de la entidad competente, en cuanto a la preferencia arancelaria se entiende en plazos:

Plazos
COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES Y ALADI 180 DIAS
SPS : 10 MESES
TLC G-3 : 1 AÑO
CARICOM: 180 DIAS
PANAMA : 180 DIAS
CAN. MERCOSUR : 180 DIAS

Tabla 6 Plazos de preferencia arancelaria

Fuente: Pro Ecuador

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

2.14 Entidades autorizadas para emitir certificados de Origen

- **Entidades Gubernamentales**

Entre las entidades que tienen la potestad para emitir certificados:

Comisión chilena del cobre (COCHILCO) entidad encargada de emitir certificados de origen para los países en el marco de la ALADI/MERCOSUR/SGP.

Servicio Nacional de pesca (SERNAPESCA) entidad habilitada para emitir certificados de origen para los países en el marco de la ALADI/MERCOSUR/PERU/ SGP.

Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) entidad habilitada para emitir certificados de origen en el marco ALADI/MERCOSUR/PERU/ SGP.

Dirección general de relaciones económicas de origen para la unión europea y EFTA.

- **Entidades gremiales**

Cámara Nacional de comercio, entidad habilitada para emitir certificados de origen para los países en el marco de la ALADI/MERCOSUR/PERU/ SGP. (Solo para los productos agrícolas y maderas en bruto).

Sociedad de fomento Fabril, entidad habilitada para emitir certificados de origen para los países en el marco de la ALADI/MERCOSUR/PERU/ SGP. (Solo productos industriales).

- **Entidades que emiten certificados de origen**

Si va a exportar a países de la CAN, ALADI O MERCUSUR, el Certificado de Origen puede ser emitido por las siguientes entidades habilitadas:

- Cámara de Industrias y Producción,
- Cámara de Industrias de Guayaquil,
- Cámara de Industrias de Tungurahua,
- Cámara de Industrias de Manta,
- Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha,
- Cámara de Comercio de Guayaquil
- Cámara de Comercio de Machala
- Cámara de Industrias de Cuenca
- Cámara de Comercio de Huaquillas
- Cámara de la Pequeña Industria del Carchi y FEDEXPOR.

El exportador deberá seguir el procedimiento de la entidad seleccionada, llenar el formulario y presentar documentación solicitada, para posteriormente retirar el certificado físico. (Próximamente las entidades habilitadas entrarán dentro ECUAPASS).

NOTA:

Este procedimiento se exceptúa para los productos de pesca, acuicultura e hidrocarburos, para cuales los entes emisores son la Subsecretaría de Pesca (MAGAP), Subsecretaría de Acuicultura (MAGAP) y Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero del Ecuador - ARCH, respectivamente.

Certificado de calidad.- Son todavía opcionales al momento de exportar un producto pero sin duda el poseer una certificación de calidad emitida por un ente público o institución privada de acreditación que facilite el acceso a un mercado determinado.

Para exportar es obligatorio verificar registros y realizar diversos controles como sanitario, los cuales, involucran inspecciones en los establecimientos y permiten la emisión de certificados sanitarios de exportación.

La entidad que emite el certificado de calidad es instituto nacional de pesca para exportaciones de productos provenientes de la acuicultura y pesca. El Inen emite certificado para aquellas exportaciones de conservas alimenticias. El certificado de calidad es otorgado por el ministerio del ambiente para exportaciones de madera.

- Certificado ISO 9001 (2000) PARA LA GESTION DE CALIDAD.
- Certificado ISO 22005(2007) E ISO 22000 (2005) para la seguridad alimenticia y agrícola.
- Certificado HACCP (ANALISIS DE PELIGROS Y PUNTOS CRITICOS DE CONTROL) otorgado por la institución de acreditación.
- Certificados en general, de buenas prácticas de manufactura y agrícolas IFS (INTERNATIONAL FOOD STANDARD), KOSHER (PARA MERCADO JUDÍO), SQF (SAFE QUALITY FOOD) AUDITORIAS REALIZADAS POR ORGANISMOS NTERNACIONALES, ENTRE OTRAS.

En los mercados siempre internacionales exigen certificados de calidad os mismo que permiten acceso de los productos externos.

La Unión Europea tiene una serie de regulaciones sanitarias y de calidad que en algunas circunstancias son identificadas por el productor o exportador en donde se inicia un proceso de certificación de calidad o auditoria externa.

En algunos países estas certificaciones son de carácter obligatorio puesto que son medidas de seguridad debido al impacto en el mercado futuro; ya sea de cualquier índole el producto debe contar con certificación ya que esto garantiza el éxito de estándar de calidad en el nuevo nicho de mercado.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Metodología de la Investigación

Elaborar, desarrollar e interpretar los resultados de un análisis de mercado que permita determinar la factibilidad de la exportación de Calzado de Cuero a Santiago – Chile.

- **Método empírico:** Se elaboró diferentes tipos de encuestas tanto a trabajadores de la empresa como a sus clientes; así como también a los diferentes fabricantes de la industria del cuero.(encuestas y observación)

Se empleó la entrevista para detallar lo que se pretende en esta investigación a la Empresa Curtiembre Quisapincha **Anexo. 1**

- **Método Teórico:** El método a usar para desarrollar la investigación es: análisis - síntesis.

Se desarrollará un análisis profundo de cada una de las áreas de las pequeñas empresas con el fin de obtener una evaluación detallada de su estructura actual, e identificar los elementos como debilidades, fortalezas, oportunidad y amenazas.

3.1.1 Métodos Empíricos

Observación: Se hizo un análisis de cómo están funcionando los diferentes procesos en el sector de la industria del cuero de manera más profunda entre las variables que analizaremos están: Anexo. 2

Entrevista: Se realizó diferentes entrevistas a los propietarios de las microempresas de la industria del cuero y también se conversará con importantes miembros “CALTU” **CMARA DE CALZADO DE TUNGURAHUA** con el fin de obtener diferente tipo de información valiosa para el desarrollo del tema de estudio. **Anexo. 2**

En dichas entrevistas se formuló un cuestionario basado en las necesidades y por ende la rentabilidad del negocio en cuestión.

3.2 Tipo de investigación

Esta investigación es bibliografía virtual, documental ya que las fuentes de investigación son libros tanto físicos como virtuales .A su vez será una investigación de campo, ya que se hará participe a los microempresarios se tomará contacto con ellos; detallando por qué se dedican a esta actividad a fin de obtener suficiente información y conocimientos para desarrollar la investigación, de acuerdo a los objetivos planteado inicialmente; Además se levantará información de los consumidores de este producto en Chile.

3.3 Población y muestra de los empresarios

Para el trabajo de campo es necesario determinar la población donde se llevará a efecto, que siempre serán un conjunto de elementos que presentan una característica común.

3.3.1 Población y Muestra:

Las pequeñas pymes que se dedican a esta actividad en sus tiendas y/o locales en el Cantón Quisapincha, provincia de Tungurahua son un total de 300 productores está agremiados; sin embargo, se calcula que por ser artesanos hay muchos que no son contabilizados. Según una encuesta realizada en 2012, los microempresarios serían 900. Según la Cámara de Calzado de Tungurahua, que lleva las estadísticas a nivel de país, este sector genera plazas de empleo, de manera directa e indirecta, para 100.000 personas, mientras que contabiliza aproximadamente 3.000 productores en total.

3.3.2 Población y muestra de Chile

Se ha elegido el mercado chileno principalmente por los acuerdos comerciales existentes entre Ecuador-Chile, con el fin de mejorar y facilitar las operaciones comerciales entre estos dos países.

Población de Chile según el Sexo Masculino y Femenino			
AÑO	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
2014	17.711.004	8.763.652	8.947.352
2015	17.865.185	8.839.232	9.025.953
2016	18.001.964	8.905.405	9.096.559
<u>2017</u>	<u>18.138.749</u>	<u>8.971.580</u>	<u>9.167.169</u>
<u>2018</u>	<u>18.275.530</u>	<u>9.037.752</u>	<u>9.237.778</u>
<u>2019</u>	<u>18.412.316</u>	<u>9.103.928</u>	<u>9.308.388</u>
<u>2020</u>	<u>18.549.095</u>	<u>9.170.100</u>	<u>9.378.995</u>

Tabla 8: Población de Chile según el sexo masculino y femenino

FUENTE: *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS DE CHILE*. (3 de SEPTIEMBRE de 2015). Recuperado el 10 de OCTUBRE de 2015, de INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS DE CHILE: http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/demografia_y_vitales/proyecciones/informes/microsoft%20word20-%20inforP_TPDF PAG 36

Segmentación de mercado

El segmento que hemos elegido de la población es para hombres de edad comprendida desde 25-49 años.

Población objetivo hombres de Chile por edades del año 2014 - 2017				
EDAD	2014	2015	2016	2017
25-29	613106	738730	741267	743805
30-34	612990	664678	678740	692303
35-39	604740	604870	614926	659357
40-44	618745	620713	638052	655310
45-49	714300	724884	734744	744110
TOTALES	3163881	3353875	3400529	3494885

Posibles consumidores

POBLACION OBJETIVO HOMBRES DE CHILE POR EDADES DEL AÑO 2014 - 2017				
EDAD	2014	2015	2016	2017
30-34	612990	664678	678740	692303
35-39	604740	604870	614926	659357

Total de consumidores **1.269.548**

Tabla 9: Población objetivo hombres de Chile por edades del año 2014 – 2017

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas de Chile

Fórmula

Para seleccionar la muestra de nuestro estudio de investigación vamos a utilizar el procedimiento llamado selección de muestra estratificada a partir de la población seleccionada, cuando la población supera los 100 miembros como es este caso, es conveniente utilizar la siguiente formula:

90% de confianza => Z=1,645

10% de error => e=0,10

Desviación estándar => desconocida => 0,5

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$
$$n = \frac{(17)(0,5^2)(1,645^2)}{(17-1)0,1^2 + (0,5^2)(1,645^2)}$$
$$n = \frac{11,5006063}{0,83650625}$$
$$n = 13$$

Dónde:

Se ha determinado un total de 1.269.548 siendo esto la suma de la segmentación de mercado comprendida de 25 a 49 años referente a la demanda en Chile y lo que a futuro se exportará será un total de 400 pares de calzado de caballero respondiendo a la demanda del mercado chileno, se utilizarán los TIC'S para realizar la investigación.

MÉTODOS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

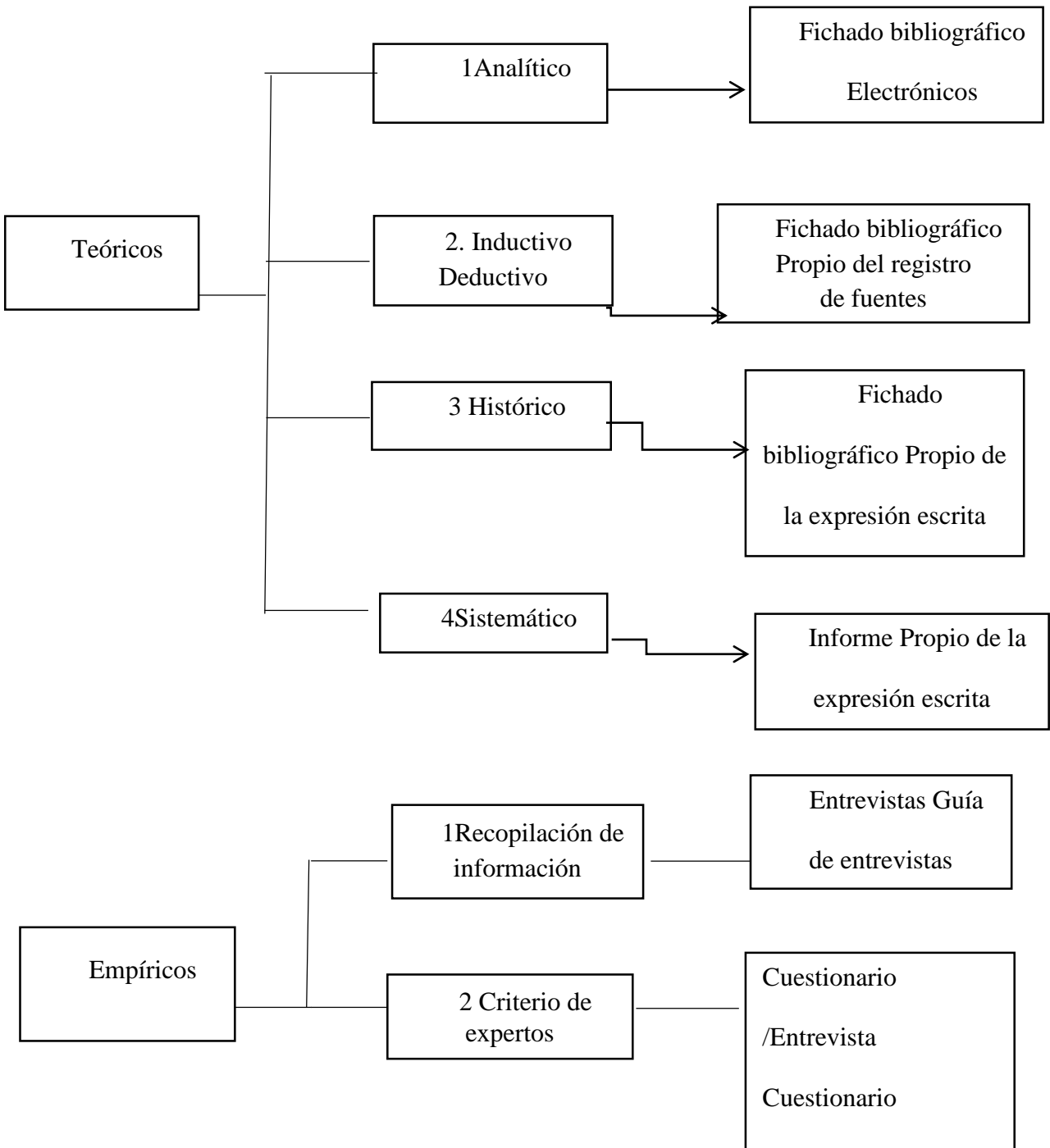


Figura 10. Métodos técnicas e instrumentos de investigación

Fuente: Pro Ecuador

Capítulo IV

PLAN DE EXPORTACIÓN

4.1 Propuesta

Una vez que el estudio de este proyecto investigativo se ha analizado se deduce que la oferta del calzado elaborado de Quisapincha al mercado Chileno, es una alternativa en la participación de dicho mercado; es conveniente desarrollar una oferta de exportable desde Quisapincha a la demanda Chilena, de acuerdo a lo indicado en los capítulos anteriores se deduce:

AÑO	POBLACION		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
2010	17.094,27	8.461.322	8.632.948
2011	17.248.450	8.536.904	8.711.546
2012	17.402.630	8.612.483	8.790.147
2013	17.556.815	8.688.067	8.868.748
2014	17.711.004	8.763.652	8.947.352
2015	17.865.185	8.839.232	9.025.953
2016	18.001.964	8.905.405	9.096.559
2017	18.138.749	8.971.580	9.167.169
2018	18.275.530	9.037.752	9.237.778
2019	18.412.316	9.103.928	9.308.388
2020	18.549.095	9.170.100	9.378.995

Tabla 10. Población de Chile según el sexo.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas de Chile.

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

4.2 Segmentos de mercado:

El segmento que hemos elegido en nuestra población objetivo es para hombres de edad comprendida desde los 25 a 49 años.

HOMBRES	8.536.904	8.612.483	8.688.067	8.763.652	8.839.232
0-4	636.963	638.116	639.270	640.423	541.576
5-9	631.131	632.209	633.287	634.365	635.444
10-14	666.971	657.727	648.484	639.241	629.997
15-19	740.404	724.181	707.959	691.737	675.514
20-25	744.305	746.882	749.460	752.038	754.615
26-29	681.979	696.167	710.354	724.542	738.730
30-34	603.435	618.745	634.056	649.367	664.678
35-39	611.452	604.740	598.029	591.318	584.607
40-44	613.083	612.990	612.898	612.806	612.713
45-49	615.847	613.106	610.366	607.625	604.884
50-54	543.309	558.815	574.320	589.825	605.330
55-59	426.969	447.703	468.437	489.172	509.906
60-64	333.262	346.164	359.065	371.967	384.868
65-69	258.644	267.577	276.510	285.443	294.376
70-74	182.263	191.424	200.585	209.746	218.907
75-79	126.264	129.989	133.715	137.440	141.166
80+	120.623	125.948	131.272	136.597	141.921

Tabla 11. Chile: Poblacion total por edad y sexo (hombre)2010-2015

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas de Chile.

Elaborado por: Margeory Silvana Elizalde Gonzales

EDAD	2014	2015	2016	2017
25-29	613106	738730	741267	743805
30-34	612990	664678	678740	692303
35-39	604740	604870	614926	659357
40-44	618745	620713	638052	655310
45-49	714300	724884	734744	744110
TOTALES	3163881	3353875	3400529	3494885

Tabla 12. Población objetivo hombres de Chile por edades del año 2014 – 2017.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas de Chile.

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

4.3 La oferta

La producción local llega a unos 10 millones de pares al año, según la federación gremial cámara de industriales del cuero, calzado y afines

La producción de calzado para la demanda en Chile y lo que a futuro se exportará será un total de 400 pares de calzado de caballero respondiendo a la demanda del mercado Chileno, se utilizarán los TIC'S para realizar la investigación

TIPO DE CALZADO	VENTAS	PRECIO UNITARIO DE USD	PRECIO PROMEDIO
Mocasín puntón negro	70	24.00-25.00	\$25.00
Castellano color café negro y vino	40	24.00-25.00	\$25.00
Clásico color café negro y vino	30	24.00-25.00	\$25.00
Mocasín puntón negro	60	24.00-25.00	\$25.00
Castellano color café negro y vino	70	24.00-25.00	\$25.00
Clásico color café negro y vino	40	24.00-25.00	\$25.00
Clásico color café negro y vino	30	24.00-25.00	\$25.00
Clásico color café negro y vino	60	24.00-25.00	\$25.00
TOTALES:		400 pares Trimestralmente	

Tabla 13 Determinación de la oferta

Fuente: Curtiembre Quisapincha.

Elaborado por: Margeory Silvana Elizalde Gonzales.

Con estos datos podemos determinar la oferta anual de calzado de cuero para caballero en donde comercializaremos durante el año.

Es decir 400 pares de calzado en los 12 meses (4800); la exportación se la realizará trimestralmente.

4.4 Demanda del producto

Cada Chileno (hombre) consume un promedio de 5 pares de calzado al año de los cuales dos pares son de cuero; entonces:

AÑO	2014	2015	2016	2017
POBLACION OBJETIVO	316881	3353875	3400529	3494885
CONSUMO ANUAL DE PARES	5	5	5	5
TOTAL DEMANDA	15819405	16769375	17002645	17474425

Tabla 14. Demanda de calzado de cuero para caballero Chile.

Fuente: Según datos estadísticos de Chile.

Elaborado por: Margeory Silvana Elizalde Gonzales.

Demanda insatisfecha

Según Walter Andía Valencia la demanda insatisfecha será del resultado de la siguiente formula:

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda Futura} - \text{Oferta optimizada}$$

$$\text{DI} = \text{Dma} - \text{Of}$$

Donde:

DI= Demanda Insatisfecha

Dma= Demanda de Mercado Anual o Demanda Futura

Of= Oferta Optimizada

De esta manera tenemos el siguiente resultado.

AÑO	PERIODO	DEMANDA	OFERTA CHILENA	DEMANDA INSATISFECHA	%
1	2014	15819405	10000000	5.819.41	0.05%
2	2015	16769375	10000000	6.769.37	0.06%
3	2016	17002645	10000000	7.002.65	0.07%
4	2017	17474425	10000000	7.474.43	0.07%

Tabla 15. Demanda Insatisfecha.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas de Chile.

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES.

Con estos resultados se nota que la demanda insatisfecha de la población Chilena entre 0.05% y 0.07% en estos 5 años de alcance de este proyecto investigativo.

Precio

25.00 = 17.024 Pesos chilenos pero la negociación se realizará con la USD.

Desde \$25.00. Se considera este precio debido a que intenta introducir a un nuevo nicho de mercado; en el que se busca posesionar de a pocos con el calzado a exportar al mercado chileno; contaremos con tres modelos tres calidades de calzado formal entre ellos: zapatos en 47% -58%-90 % de cuero puro por tal el precio de venta al público \$ 25.



Competencia en el Mercado Chileno

El mercado chileno tiene importaciones de diferentes países como de China, Colombiano, Argentina, Brasil quienes están posicionados con zapatos entre otros productos a base de cuero. Pero la estrategia de competencia será presentar en el mercado un producto de excelente calidad y variedad en diseño, existen análisis de mercado que demuestran que a pesar de que Chile es un mercado grande y muy diverso; de tal modo que en el sector del calzado para hombre si existe un cierto encarecimiento por lo cual nos da la oportunidad de entrar y ser competencia en este mercado de excelente oportunidad mercantil.

Exportadores	Unidad : miles Dólar Americano				Valor importada en 2014
	importada en 2010	importada en 2011	importada en 2012	importada en 2013	
Mundo	331	476	478	412	403
China	3	33	2	0	194
Argentina	114	171	214	124	68
Alemania	27	19	76	153	68
Brasil	112	134	45	75	44
México	40	60	40	52	20
Uruguay	26	16	33	6	7
Italia	9	0	44	1	2
Bolivia, Estado Plurinacional de	0	37	21	0	0
Perú	0	0	3	0	0
España	0	1	0	0	0
Estados Unidos de América	0	5	0	1	0

Tabla 16. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Chile

Fuente: TRADE MAP

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

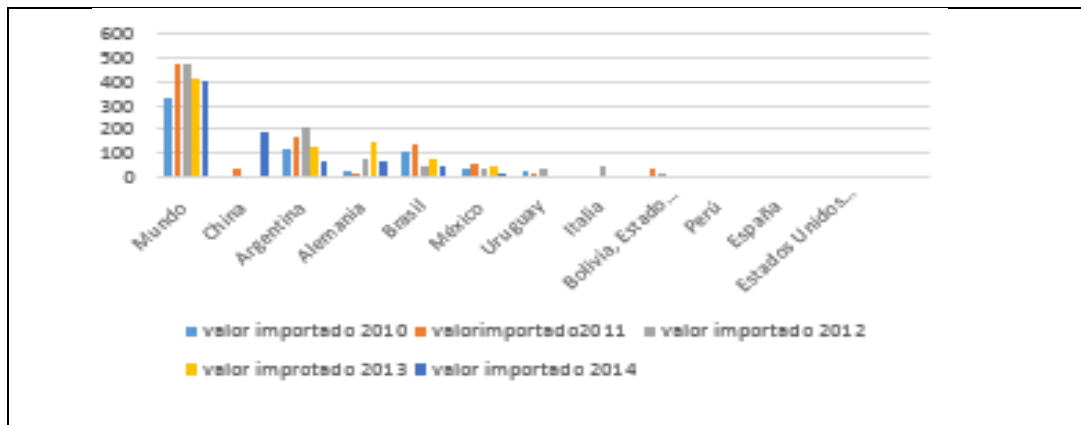


Figura 11. Proveedores de calzado a Chile- Competencia.

Fuente: TRADE MAP

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

Directorio Partida Arancelaria

64.05.10.00	CON LA PARTE SUPERIOR DE CUERO NATURAL O REGENERADO
64.05.20	CON LA PARTE SUPERIOR DE MATERIA TEXTIL
64.05.20.10	CON SUELA DE MADERA O DE CORCHO
64.05.20.91	CON SUELA DE OTRAS MATERIAS,PANTUFLAS Y DEMÁS CALZADO DE CASA
64.05.20.99	CON SUELA DE OTRAS MATERIAS,LOS DEMÁS
64.05.90	LOS DEMÁS
64.05.90.10	CON SUELA DE CAUCHO, DE PLÁSTICO, DE CUERO NATURAL O REGENERADO
64.05.90.90	CON SUELA DE OTRAS MATERIAS

Tabla 17. Productos que Ecuador exporta hacia Chile.

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

La partida Arancelaria utilizada para la exportación:

La base de datos de comercio exterior del BCE, **la partida 6405100000**, que corresponde a calzado con la parte superior de cuero natural o cuero regenerado, que sería el producto “calzado de cuero de vestir” que se requiere impulsar para exportar.

4.6 Objetivo de plan de exportación:

Se realizó un procedimiento integral de exportación; incluyendo una logística eficiente que garantice el despacho de las mercancías y genere la rentabilidad esperada del productor exportado.

4.7 Política de cobro

En el comercio exterior, es preciso establecer el método de pago para llevar a cabo el acuerdo comercial; Chile es un país que posee una serie de requisitos para poder entrar al mercado que de cierto modo representa un riesgo para poder acceder a dicho mercado por los requerimientos; el método elegido es el de remesas directas estableciendo una política de cobro del 60% previo al embarque y el 40% restante a 30 días plazo.

Los plazos de cobro y condiciones de pago que se aplique serán acorde a lo pactado por el importador y exportador. Los intereses que se aplicarán en caso de financiaciones especiales o pagos aplazados.

O exista una excepción de que se procedente efectuar una reserva de dominio de los bienes vendidos a crédito y;

La utilización de algún tipo de cobertura a los riesgos crediticios mediante un seguro de crédito y el tipo de cobertura que se va a utilizar.

Requisitos para Exportador

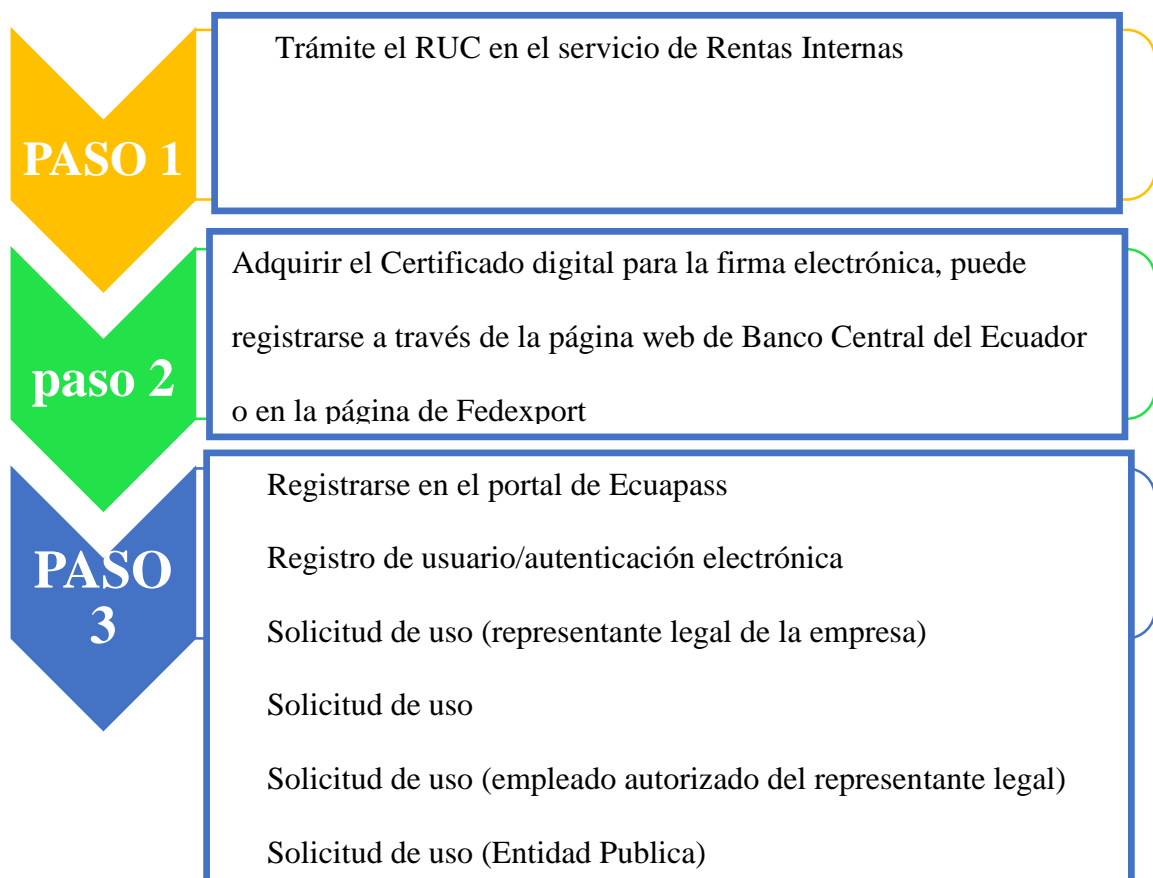
Contar con registro único de contribuyente (RUC) otorgado por el servicio de rentas internas por el SRI indicando la actividad económica que va a desarrollar.

Obtener el certificado de firma digital TOKEN, otorgado por las entidades:

Banco Central

Security Date

Registrarse como exportador en Ecuapass.



4.8 Marketing mix para exportación:

4.8.1 Estudio del producto a exportar

Las actividades relacionadas con el cuero, en especial la fabricación de zapatos, pero también el cuero curtido, están expuestas a una implacable competencia externa, sobre todo de productos provenientes de China, Colombia, EEUU y Brasil. Las preferencias del consumo interno se inclinan por el producto nacional, bajo condiciones de comercio liberalizado. Durante 2009 se establecieron restricciones arancelarias y para-arancelarias con el fin de proteger la cuenta corriente de la balanza de pagos, que también sirvieron para fomentar el desarrollo del sector del cuero y calzado.

El éxito de su desarrollo, con todas las consecuencias externas positivas para otras ramas de actividad, para el empleo y para la consolidación del mercado interno, dependerá del apoyo público a los productores nacionales, con el fin de incrementar la productividad del sector en un ambiente sinérgico que debe servir como plataforma de lanzamiento para competir por calidad en nichos específicos del mercado mundial.

La cadena productiva del calzado de cuero se inicia con el aprovisionamiento de materia prima (el cuero), que es procesado en las curtiembres, para ser transformado en los talleres y fábricas de manufactura de calzado, y finalmente comercializado y expuesto en los centros de expendio. Se estima que cerca de 80% de la producción nacional tendría componente nacional; sin embargo, la elaboración de los diversos artículos elaborados a base de cuero (chompas, chaquetas, casacas, bolsos, carteras y también calzado) no ha podido desligarse por completo de la importación de materia prima de Colombia, Brasil y México, especialmente, pero también desde Italia, desde donde se importan sustancias químicas especializadas para la industria.

En 2007, la oferta total de calzado de cualquier material (a precios de comprador) ascendió a \$ 547,6 millones 34,1% de este valor correspondió a fabricación de cuero, productos de cuero y calzado, mientras que 24,4% a importaciones (CIF). Un casi marginal 4,6% de la oferta total se originó en la rama de fabricación de hilos, hilados, tejidos.

Los servicios más importantes que emplea la fabricación de productos de cuero y calzado son los de empleo (3,1% del valor total insumido), servicios de intermediación financiera de otras instituciones de depósito (1,7%), servicios de arrendamiento de maquinaria (1,5%), otros servicios inmobiliarios (1,3%), servicios de transmisión y distribución eléctrica (1,1%) y servicios de reparación de computadoras y otros enseres eléctricos (1,1%). En todos estos rubros se podría considerar mecanismos de contratación asociativa, para asegurar una provisión eficiente y barata, con el fin de optimizar el uso de recursos y, en consecuencia, de obtener ganancias en productividad.



Figura 11. Producción del calzado.

Fuente: Empresa Curtiembre Quisapincha

4.9 Características y especificaciones del producto

Ecuador siendo un país netamente exportador; podemos decir que posee una de las fortalezas más eminentes, ya que poseemos la materia prima; obteniendo resultados impresionantes en vestimenta, calzado y bordados en manos de obreros que con su creatividad proporcionan calidad y variedad.

El cuero ecuatoriano y por ende sus derivados son considerado a nivel mundial por una excelente calidad. La demanda internacional podría llegar a ser mucho más alta con la debida innovación.

En la última década, Ecuador ha tenido una importante participación en el mercado Chileno debido al elevado número de exportaciones de nuestros productos hacia dicho país.

Conservando políticas de excelencia en sus procesos de gestión y producción de calzado, sustentada en las exigentes certificaciones de calidad tanto a nivel nacional como internacional. Con un punto relevante cabe mencionar que debemos continuar potenciando el gran crecimiento que ha tenido el mercado nacional, introduciendo nuevas tecnologías en sus zapatos, mostrando que nuestro país puede llegar a futuro hacer un país productor; además podemos destacar entre los mayores productores de calzado con una competencia leal.

La oferta exportable ecuatoriana destinada al mercado Chileno se caracteriza por su diversificación, es así que entre las 10 principales partidas exportadas se destacan productos perecederos o frescos y no perecederos de importante valor agregado que en su conjunto representan el 78% del total no petrolero exportado a este país según fuente del Banco Central del Ecuador(BCE).

De acuerdo a las cifras indicadas en el año 2013 por los entes oficiales de cada país, las exportaciones registradas por el BCE de los productos sumaron USD 309.2 millones; mientras que las importaciones reportadas por Aduana de Chile de los mismos productos alcanzaron USD 196.7 millones, marcando así una diferencia considerable a favor de Ecuador de USD 112.5 millones.

En este proyecto investigativo se tomó en cuenta una rama que es la elaboración de calzado de cuero; notaremos las etapas de producción para la transformación del cuero a un calzado elaborado de forma artesanal pero de excelente calidad y diversidad en el color y modelo.

Lo primero que realizaremos es adquirir la materia prima a los comerciantes proveedores o personas que se dedican a esta actividad, y verificar si la materia prima cumple con los requerimientos establecidos en las normas vigentes de nuestro país.

Una vez que la mercadería cumpla con todo los requerimientos será almacenada temporalmente y presta a pasar la siguiente etapa.

La siguiente etapa será el etiquetado, descripción en cuanto al empaque y embalaje se tomara en cuenta todos los lineamientos establecidos para la comercialización; caso contrario se realizara un control para su debida corrección o en tal caso sustitución.

Entre los modelos:

- Mocasín puntón en color negro
- Tipo Castellano color café negro y vino
- Clásico color café negro y vino

Empaque y Embalaje del Producto

Utilizaremos (envase primario) cajas de cartón corrugado por cada par de zapatos; envolviéndose la parte interior del cartón con un papel especial; además que también contará con un relleno que de la protección necesaria del producto y que no sufra daños y que mantenga su estructura intacto y su calidad de excelencia hasta llegar al mercado chileno



Figura 12. Modelos elegidos para la exportación

Fuente: Curtiembre Quisapincha

Una vez terminado todo este proceso se procederá a transportar la mercadería (calzado) al puerto de destino.

Se contratará los servicios de un Agente de Aduana para que realice los trámites pertinentes para dicha exportación en la aduana. La mercadería será apuesta en el buque para su exportación al mercado Chileno. El calzado será diseñado para hombres; todo el proceso se realizará de forma artesanal como normalmente lo realizan; y con el cuero de óptima calidad que garantiza el producto terminado.

Descripción del proceso.- Lo primero que realizaremos es adquirir la materia prima a los comerciantes proveedores o personas que se dedican a esta actividad, y verificar si la materia prima cumple con los requerimientos establecidos en las normas vigentes de nuestro país.

Una vez que la mercadería cumpla con todo los requerimientos será almacenada temporalmente y presta a pasar la siguiente etapa.

La siguiente etapa será el etiquetado, descripción en cuanto al empaque y embalaje se tomará en cuenta todos los lineamientos establecidos para la comercialización; caso contrario se realizara un control para su debida corrección o en tal caso sustitución.

De acuerdo a información extraída de la base de datos de comercio exterior del BCE, la partida **6405100000**, que corresponde a calzado con la parte superior de cuero natural o cuero regenerado, que sería el producto “calzado de cuero de vestir” que se requiere impulsar para exportar.

Desde el 2009 una evolución de las importaciones irregular pero con una clara tendencia a crecer, con tasas positivas en 2008, 2009 y 2013, del 89,4%, 80,5% y 73,5%, respectivamente; y negativas en 2010 y 2013, de -1,3% y -21,2%, respectivamente.

En todo caso, las importaciones de este tipo de producto crecieron desde \$ 142.260 en 2009 hasta \$ 656.340 en 2013.

Según la Información obtenida en el BCE podemos indicar que el precio medio de las exportaciones ecuatorianas presenta significativas oscilaciones, con un mínimo de US\$ 5/kg en 2010 y un máximo de US\$ 48,7/kg en 2012, el de las importaciones oscila alrededor de los US\$ 19/kg, aunque muestra una tendencia creciente.

4.10 FODA del Producto

Fortalezas

- Curtiembre Quisapincha se maneja con su capital familiar propio.
- Su local se encuentra ubicado en un sitio estratégico en la zona más comercial del Cantón.
- Su producto brinda un diseño exclusivo y personalizado.
- Sus productos son elaborados con cuero de alta calidad brindando así un excelente calzado en cuanto a confort y comodidad.
- Recibe una alta rentabilidad de sus productos en el mercado nacional.
- Mantiene una política de pagos al contado lo que permite un flujo constante de dinero y una mayor liquidez.

Oportunidades

- Establecer sucursales a nivel nacional que faciliten la comercialización de sus productos.
- Realizar posibles convenios con proveedores de insumos para abaratar costos.
- Gran acogida por parte de turistas.
- Aprovechar el turismo en la zona para potenciar sus productos; programas especiales por parte del gobierno que fomentan la exportación de los productos.
- Convenios bilaterales que benefician la comercialización de los productos tal es el caso del acuerdo de complementación económica que nos permite la libre circulación, el intercambio comercial y la eliminación de las restricciones arancelarias y de las no-arancelarias que afecten al comercio recíproco.

Debilidades

- No existe un lugar adecuado para el trabajo.
- Sus propietarios carecen de conocimientos superiores o técnicos.
- Carencia de maquinaria de última tecnología.
- Existe muy poco incentivos al gremio artesanal por parte del poder ejecutivo.
- Sus productos no pasan por un control de calidad riguroso.

Amenazas

- La competencia China con sus productos de bajo costo.

- La competencia nacional de calzado con menor precio.
- El avance tecnológico acelerado de otras naciones.
- Regulaciones gubernamentales.
- Informalidad empresarial.
- Excesiva copia y plagio de los diseños.

Son varias las motivaciones que impulsan a las personas o estas micro empresas a salir al mercado internacional, por tal nos enfocamos en situaciones que se apegan a mejorar el desarrollo productivo y convertirnos a futuro un país productor y no un país consumista; por ello creemos en la realización de este estudio investigativo.

Luego de conocer las ventajas que se derivan del proceso de producción; siendo pues su principal función brindarles la comodidad a los consumidores, es necesario la exportación a este nicho de mercado ya que existe una demanda considerable en el vecino país Chile.

Se ha elegido a este vecino país, ya que en los análisis de mercado se denota que nuestros productos ecuatorianos tienen una fuerte acogida en el país Chileno; facilitando una mejor inserción rápidamente al mercado meta, llegando con una idea clara de innovación y calidad; de tal modo que se acrecienta aún más la buena relación comercial existente entre nuestro país Ecuador con el hermano país Chile.

Producto.-

Para exportar se requiere un producto con un estándar alto en calidad y diversificación en modelo texturas etc.; puesto que en el mercado internacional cada vez hay variables que

exigen excelencia; acorde a la decisión de los consumidores y a su poder de adquisición. Por tal el calzado que se fabrica en Curtiembre Quisapincha debe cumplir con ciertas normas de etiquetado y en la reglamentación técnica que exige y poder acceder al mercado chileno.

En cuanto a la etiqueta deberá existir información detallada del producto y el valor agregado de dicho artículo. El producto deberá ser empacado en cajas de cartón en el cual deberá estar detallado marca y modelo del calzado para la venta.

Marca.- La empresa Curtiembre Quisapincha posee varias marcas con los que distingue sus productos, la marca a emplear para la exportación será Calzado Extra Fina que es la marca cuya marca es reconocida a nivel nacional; marca con la que se quiere hacer conocer en los países vecinos definiéndose como una marca única y que se reconozca fuera de las fronteras ecuatorianas; llevando el sello de calidad de “Mucho Mejor si es Hecho en Ecuador”; ya que este sello genera identidad de los productos ecuatorianos.

Precio.- El precio se ha establecido es de 25.00 precio de introducción de acuerdo a las variables como la competencia, costos fabricación, exportación, a la vez que vaya acorde a los hábitos de compra y competencia que sea accesible y atractivo para los posibles demandantes y/o consumidores en el mercado Chileno.

Plaza.- Al saber que nuestro producto de exportación estará fuera de las fronteras ecuatorianas, el lugar de partida será Quisapincha, y los canales de distribución serán elegidos por el importador y/o comprador; el Incoterms empleado será el FOB por lo que el despacho será realizado vía aérea desde Quito o vía marítima desde Guayaquil, de acuerdo a las necesidades o a lo que decida el comprador. Se detalla lo siguiente:

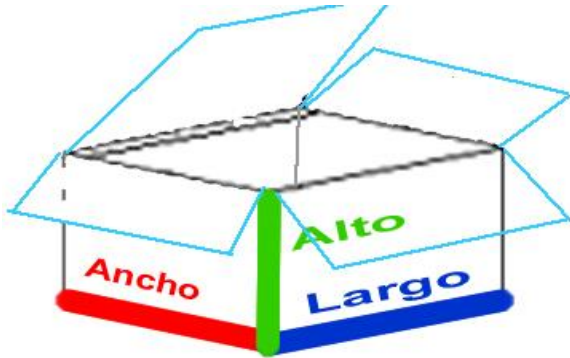
DAE (Declaración Aduanera de Exportación)

Partida Arancelaria: 6405100000

Numero de DAE: 019 AÉREO

Código de Distrito: Gye- Aéreo (Exportación Definitiva)

Transporte: Vía Aérea



Largo: 45 cm

Ancho: 25 cm

Alto: 12 cm

$$45 \times 25 \times 12 = 13500 \text{ cm} = 0.0135 \text{ m}^3$$

$$13.500 / 1.000000 = 0.0135$$

Conversión de cm a m³ (cajas)

$$0.0135 \times 400 = 5.4 \text{ m}^3$$

La aerolínea cobra \$ 45 por metro cúbico por peso la que le resulte más ventajoso para ellos aplicaran la tarifa.

$$5.4 \times 45 = \$ 243$$

1.25 kilos cada caja

Peso Neto solo Calzado

$$1.25 \times 400 = 500 \text{ kilos peso}$$

La aerolínea me cobra entre \$0.80 – \$0.70

$$500 \times 0.80 = \$ 400$$

Peso Bruto con Caja y Embalaje

$$1.31 \text{ kilos } \times 400 = 524 \text{ kilos}$$

Precio de Venta (varia)

$$25 \times 400 = \$ 10.000$$

4.11 Preferencias arancelarias con Chile

El Ecuador mantiene una excelente relación con el vecino país Chile ya que tenemos firmado el acuerdo de complementación económica N° 65 el mismo que nos permite gozar de preferencias arancelarias continuas y viceversa.



Figura 13. Acuerdos comerciales Ecuador con el mundo

Fuente: PRO CHILE

Elaborado por: Margeory Silvana Elizalde Gonzales

4.12 Documentos para exportación:

Proforma, factura, lista de empaque requerida, tramites de exportación; los documentos son:

- **Certificado de origen**

Este documento es emitido y avalado por el Ministerio de Industrias y de Competitividad MIPRO, es el documento habilitante para la libre circulación del calzado ecuatoriano en Chile por tal gozara de las preferencias arancelarias mantenidas con este país hermano.

Para detallar el proceso de obtener este certificado es:

PASO 1

- 1.-Ingreso al portal de Ecuapass- ingreso de Usuario y Contraseña
- 2.-Ventanilla Única Ecuatoriana
Certificado de Origen y Declaración Juramentada de Origen.
- 3.- Declaración Juramentada de Origen

PASO 2

- 1.-Declaración Juramentada de Origen
- 2.- Identificación de la Empresa.
- 3.- Producto formulario de cada producto.
- 4.- usar los instrumentos de competitividad Aduanera materiales extranjeros importados directamente o adquiridos en el mercado nacional
Materiales Nacionales/ Costo- Valor en Fábrica- Producto Terminado /Proceso de Fabricación/ Características Técnicas del Producto /Valor Agregado Nacional VAN / Selección de Esquema o Acuerdo para el País de Origen. / Representante Legal /Opciones para el Usuario / Guardar Temporal/ Traer información Temporal/Registro.

Una vez pactada la negociación es necesario contratar un servicio para el despacho de las mercancías para exportación, y agentes que participarán en la cadena logística

Agente afianzado de Aduana:

Para la realización de este plan es necesaria la contratación de un agente afianzado de aduana para que realice la declaración aduanera de exportación ante la SENA E ante cada embarque

.En Ecuador entre las entidades y agentes de aduana están:

- Torres y Torres Agente de Aduana TTADAD C.A.
- Organización Comercial y Aduanera Mario Coka B. Macobsa S.A.
- **Consolidadora de carga (freigth forwader).**-

Se establece una contratación de servicios de un forwader que se encargue del proceso de consolidación de carga para el despacho de la carga ya sea el transito marítimo y aéreo; entre los agentes de carga:

- PANALPINA
- COSTALINE
- EXPRESS CARGO LINE
- PANATLANTIC LOGISTIC
- **Cadena Logística:**

Establecida una vez la negociación se entrega la documentación necesaria (factura; packing list y certificado de origen) y presentar al agente la presentación de la DAE (Declaración Aduanera de Exportación), por tal se planeará que el calzado esté listo para su despacho desde los talleres de producción se procederá a contratar un transporte interno que movilice desde Quisapincha hasta las bodegas de Forwader en Guayaquil, quien se encargará de la consolidación Y en lo posterior el despacho a el aeropuerto; por petición del importador por

primera ocasión se realizara **vía aéreo** lo conveniente, y se le enviará los documentos respectivos al importador para la desaduanización de la mercancía en destino.

El transporte interno Quisapincha hasta Guayaquil será a cargo :

TRANSPORTE TRAMACO EXPRESS CIA LTDA

Lugar de Origen	Quisapincha
Lugar de destino	Guayaquil
Dirección de destino	Guayaquil
Mercancías a transportar	Zapatos de cuero
Peso neto por caja	33.75 kg
Valor del flete	\$ 35.00
Iva	\$ 4.20
Valor total del flete	39.20

Mapa Logístico del Proceso de Transporte



Tabla 18. Transporte interno

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

Los documentos y sus principales datos que se necesitan son :

Del exportador o declarante

Descripción de mercancía por ítem de factura

Datos del consignatario

Destino de carga

Cantidades

Peso

Demás datos referentes a la mercancía de exportación.

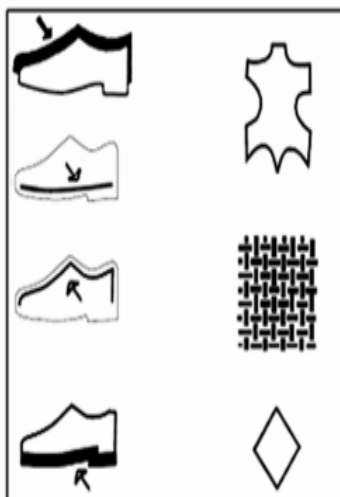
Plaza y distribución:

Los canales de distribución varían y depende en el acuerdo de los importadores, comerciantes, agentes, distribuidores, mayoristas.

El en caso del calzado de cuero para caballero que cuenta con marcas propias como:



Este calzado está acorde al reglamento técnico de etiquetado por tal podemos ver en la siguiente ilustración:



a) Cuero



b) Cuero untado, recubierto o regenerado



c) Textiles naturales y/o sintéticos, tejidos o no



La promoción se realizara vía internet por la página web de Curtiembre Quisapincha y se tomó contacto en Chile con la empresa interesada Dolphin S.A para su posible venta en el mercado Chileno.

Comentario explicativo del flujo de caja:

- Se estima que para el primer año las ventas serán \$ 75.005.00 ; para los siguientes años se estima un incremento de un 10% en ventas
- En cuanto a los costos se consideró para el primer año un valor de \$ 47.450.00 y un incremento del 8% para los años posteriores.
- Se considera para los gastos administrativos un alquiler de almacenamiento temporal de \$ 3.000 anuales, y la diferencia en servicios básicos y varios.
- En lo referente a los gastos de exportación se considera un incremento anual del 3% en consideración con el primer año.
- Se amortizo el valor que se pagó por gastos de promoción y publicidad en el tiempo de duración del proyecto.

Costos

Costos			
Costo de Venta	Costos Fijos	Costo Variable	Total
Costo de Venta			47.450.00
Calzado		43.986.00	
Papel de Seda		120.00	
Cajas de Cartón		2.760.00	
Cartones		80.00	
Etiquetas Plásticas		240.00	
Etiquetas Adhesivas		120.00	
Cinta de Embalaje		144.00	
Depreciación	768.00		
Amortización	200.00		
Gastos de Administración	12.467.91		12.467.91
Gastos de Exportación	12000		12000
Total	25435.91	47.450.00	72885.91

Tabla N ° 21: Costos

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

Costos.-

Se analiza que para la exportación de 2143 pares de zapatos al año se invertiría un valor de **72885.91** en costo fijos y variables.

Fuentes de Financiamiento

Fuente	Valor	%
Curtiembre Quisapincha	25.000	100%
Capital Propio	25.000	100%

Tabla N ° 21: Costos

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

Gastos de Exportación

Gastos de Exportación		
Detalle	Costo Tramite Trimestral	Costo Total
FOB		
Agente de Aduana	150	600
Trámites Aduaneros	120	480
Transporte	135	540
Cargo de Manipuleo en terminal	125	500
Bodega	140	560
Estiba	80	320
Costo total del FOB		3000

Tabla N ° 21: Gastos de Exportación

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

Gastos de Exportación

La exportación se realizara trimestralmente el costo será de \$ 3000 por cada embarque anualmente significaría un costo de 12.000 en gastos de exportación.

Depreciación y Amortización

Bien	Valor	% depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor Residual
Computadora	580.00	10.00%	58	58	58	58	58	290
Escritorios	1.100	10.00%	110	110	110	110	110	550
Moto	3.000	20.00%	600	600	600	600	600	0
Total de Depreciación			768	768	768	768	768	840
	Valor	% Amortización	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor Residual
Publicidad y Promoción	1.000	20.00%	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	0.

Tabla N ° 21: Depreciación y Amortización

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

Depreciación de Activos.-

En el cuadro de activos se muestra la compra de una computadora que se depreció a 10 años porque la compañía tiene como política contable usar los equipos de computación; estimando una vida útil real de acuerdo a las NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera)

Período de Recuperación de la Inversión

Período de Recuperación de la Inversión			
Período	Inversión	Flujos	Flujos Acumulados
0	25000.00		
1		2318.92	2318.92
2		4212.59	6531.51
3		6376.78	12908.29
4		8843.40	21751.69
5		36647.89	58399.58

Tabla N ° 26: Período de Recuperación de la Inversión

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

Se estima que el tiempo de recuperación de la inversión inicial basada en el flujo neto que se genera cada año de la vida útil de los proyectos descontados a la tasa de interés respectivo.

Para el presente proyecto se estima que el período de recuperación se empieza a recuperar el capital de trabajo en el cuarto año aproximadamente.

VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO	- 25.000,00	2.318,92	4.212,59	6.376,78	8.843,40	36.647,89

TASA DESCUENTO 10,07%

VAN \$14.073,66

TIR 23%

Tabla N ° 27: Valor Actual Neto

Elaborado por: MARGEORY SILVANA ELIZALDE GONZALES

El VAN es mayor a cero. El criterio de aceptación es, si el valor presente de las entradas de efectivo menos el valor presente de las salidas de efectivo es cero o mayor se aceptara el proyecto y valdrá la pena emprenderlo. Para el presente proyecto se tiene un Van **14073.66** es decir el proyecto si es factible. La tasa de descuento es la suma de la inflación más tasa de interés pasiva referencial a Diciembre del 2015 del Banco Central del Ecuador.

Tasa de Interés Pasiva Referencial: 4.54%

Inflación: 5.54%

Tasa De Descuento: 10.07%

La Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno es mayor que la tasa mínima de retorno, lo que quiere decir que el proyecto es viable desde el un punto de vista de la TIR. Aplicando un 24.55% de la tasa de descuento.

La TIR es el rendimiento esperado de un proyecto de inversión, esta tasa hace que el valor presente de las entradas futuras de efectivo sea igual al desembolso requerido, en otras palabras esto equivale exactamente a la tasa de interés a la cual el valor presente neto es inferior a cero.

El resultado de la TIR es 24.84% lo cual representa el valor más alto que el inversionista puede aspirar como retorno para la inversión de este proyecto.

Punto de Equilibrio (en unidades)

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{costo variable unitario}}$$

Precio de venta - costo variable unitario

25435.91

$$PE = \frac{\$ 35.00 - \$ 22.14}{25435.91}$$

\$ 35.00 - \$ 22.14

25435.91

$$PE = \frac{\$ 12.86}{1}$$

\$12.86

PE= 1978 Unidades

Comentario:

La compañía alcanza su punto de equilibrio vendiendo en el primer año 1978 pares de zapatos en el mercado Chileno.

Punto de Equilibrio en Ventas

$$\text{PE} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{costo variable unitario}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\text{PE} = \frac{25435.91}{1 - \frac{47450}{75.000}}$$

$$\text{PE} = \frac{25435.91}{1 - 0.63}$$

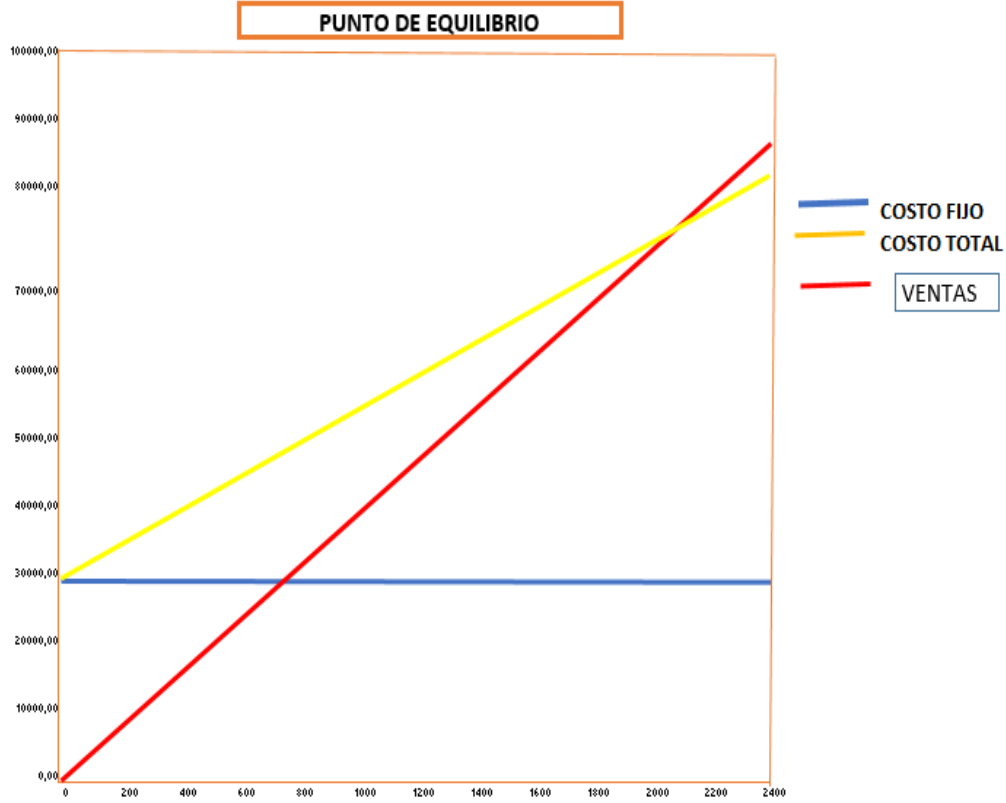
$$\text{PE} = \frac{25435.91}{0.37}$$

$$\text{PE} = \$ 69236.81$$

El punto de equilibrio es la herramienta financiera que nos permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos expresándose en unidades y dólares.

En el primer año de la oferta exportable se asume que con 1978 pares de calzado se alcanza el punto de equilibrio y en ventas serán de un valor de **\$ 69236.81** según el análisis realizado.

A continuación en el grafico se puede observar el punto de equilibrio.



CONCLUSIONES

De la presente investigación realizada se concluye que:

Se ha podido constatar que la Empresa Curtiembre Quisapincha, posee maquinarias pero sustituirás dos maquilas nuevas con tecnología de punta para producir más y en menor tiempo posible, y de esta manera ser más competitivos, ya que su objetivo claro como empresa es de producir mucho más en menor tiempo posible pero con calidad alta para exportar.

El estudio de mercado arrojó una perspectiva de exportar calzado de cuero al mercado chileno, dándonos una visión a futuro con margen de éxito anhelado.

En cuanto a las operaciones comerciales en el mercado chileno existen grandes oportunidades.

A través de la evaluación financiera podemos visualizar el grado de rentabilidad que tiene el proyecto, con lo cual podemos darnos cuenta que la implementación de este proyecto es factible desde el punto de vista financiero.

Un factor importante a considerar en este proyecto se podría decir que el Incoterms utilizado es el más rentable, ya que la mayoría de brokers solo trabajan con el Incoterms FOB el cual brinda mayores beneficios y menores riesgos para las dos partes exportador e importador.

Si se toma la decisión de exportar calzado de cuero para caballero, se generará ingresos de divisas al país de origen es decir (Ecuador) fuentes de empleo lo cual brindará estabilidad

económica para las familias de los colaboradores artesanales de la empresa y a quien preside dicha empresa.

Este sector artesanal e industrial es preciso potenciar un intercambio comercial mucho más alto; para mostrar los productos ecuatorianos dignos de exportación a mercados nuevos dando lugar a otras fuentes de empleo y lograr romper barreras comerciales para exportar a diferentes partes del mundo.

RECOMENDACIONES

Mediante las conclusiones antes mencionadas el proyecto es totalmente viable y se debe ejecutar, porque mediante los análisis realizados se obtuvo resultados positivos que se lograra una satisfacción mutua.

Por la factibilidad que muestra el proyecto de inversión es recomendable con el tiempo ampliar el volumen de producción para satisfacer a la demanda chilena existente, logrando tener mayores rendimientos económicos y posicionamiento en el mercado demostrando eficiencia y calidad dos variables muy importantes.

El artesano se adaptará a nuevas maquilas para mejorar la producción y así se mantenga su permanencia en el mercado globalizado en el cual estaremos inmersos.

Desarrollar la industria y fomentar productos ecuatorianos dentro y fuera de nuestro país para cumplir constantemente con los clientes y futuros clientes ofertando siempre calidad variedad y a un costo accesible.

Dentro de la nueva normativa establecida por los legisladores y el gobierno nacional se establece que el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) será el encargado de la capacitación a los artesanos y por ende de promover el mejoramiento de las artesanías ecuatorianas, con el programa “Programa de Mejora Competitiva Artesanal”.

Se busca trabajar en el fortalecimiento organizacional mediante las herramientas que brinda el Programa de Mejora Competitiva Artesanal como capacitación y asistencia técnica; la

Tercera Etapa del Programa consiste en la comercialización y búsqueda de mercados con productos de calidad.

Desde luego esperemos que no solo sea muestra debido a que este sector si se encuentra descuidado en un porcentaje considerablemente alto.

Haciendo un análisis final del proyecto realizado se considera que al explotar de forma total el ámbito de comercio exterior; debe existir más apoyo al sector artesanal – industrial pues las pequeñas y grandes empresas demuestran que existe oportunidades, denotan el sabio emprendimiento, creando fuentes de trabajo con derechos, responsabilidades, y obligaciones y con la clara visión de que la experiencia los hará llegar muy lejos.

Bibliografía

Arancel Integrado De Importaciones Del Ecuador. (2015). Ecuador: Editor Librotec.

Instituto Nacional De Estadísticas De Chile. (3 De Septiembre De 2015). Recuperado El 10 De Octubre De 2015, De Instituto Nacional De Estadísticas De Chile: [Http://Www.Ine.Cl./Canales/Chile_Estadístico/Demografía_Y_Vitales/Proyecciones/ Informes /Microsoft%20word20-%20inforp_Tpdf](http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/demografia_y_vitales/proyecciones/informes/microsoft%20word20-%20inforp_tpdf) Pag 36

Guayasamin Segovia, Celio Fabian. (2012). Comercio Internacional (Comercio Exterior) Código Organico De La Producción Comercio E Inversiones Tomo I Y Ii. Guayaquil: Pudeleco Editores S.A.

Guayasamin Segovia, Celio Fabian. (2012). Comercio Internacional (Comercio Exterior) Índice Alfabético Nandina Comunidad Andina De Naciones Tomo I. Guayaquil: Pudeleco Editores S.A.

Larrea Estrada Fernando. (2013). Elementos De Comercio Internacional . En L. E. Fernando, Elementos De Comercio Internacional (Comercio Exterior). Quito Ecuador: Pacheco Diseño E Imprenta.

Lopez Zurita (2015). Comportamiento De Las Exportaciones . En H. S.Comercio Internacional (Comercio Exterior). Ambato Ecuador: Editorial Pio Xii.

Miguel Cabello Perez ;Jose Miguel Cabello Gonzalez. (1999-2014). Comercio Internacional. En M. C. González, Comercio Internacional Las Aduanas Y El Comercio Internacional. España, Madrid: Esic Editorial Impreso En España.

(S.F.). Reglamento De Aplicación Del Libro Vi Del Código Organico De La Producción , Comercio E Inversiones. Quito , Ecuador .

((Cámara Nacional De Comercio, Servicios Y Turismo. [Www.Cnc.Cl](http://www.cnc.cl))Cámara De Comercio De Santiago. [Www.Ccs.Cl](http://www.ccs.cl)).

Sebastian Edwards (1953-) Economic Reforms and Labor Markets: Policy Issues and Lessons from Chile, January, (Forthcoming in Economic Policy)

Eduardo Martín Engel Goetz. (1956-) "Chile: Perspectivas en Política, Economía y Gestión. "Protección a los consumidores en Chile Perspectivas en Política, Economía y Gestión

Padre Alonso de Ovalle; (2015) Conociendo de Comercio Exterior en Chile. Editorial Legis Chile S.A.

PAGINAS WEB:

- (www.aduana.gob.ec/contents/nov/press_room_view.jsp?idx)
- (www.industrias.gob.ec/ Mipro (ministerio de industrias y productividad))
- (www.Ecuador-turistico.com/.../quisapincha-artesantias-en-cuero-ambato)
- (www.aduana.gob.ec/pro/reglamento_copci.action)
- (www.curtiembrequisapincha.com)
- (www.viajandox.com/.../quinsapincha-artesantias-cuero-ambato.htm)
- (Asociación de Institutos de Estudios de Mercado y Opinión (A.G.) de)
- (Sociedad Nacional de Agricultura www.sna.cl)
- (Asociación de Bancos e Instituciones Financieras A.G. www.abif.cl)
- (Asociación Gremial de Supermercados www.asach.cl)
- (Cámara chilena de Centros Comerciales www.camaracentroscomerciales.cl)
- (Servicio Agrícola y Ganadero (dependiente del Ministerio de)
- (información de Berries de Chile www.berriesofchile.org)
- (www.trademap.org/Index.aspx)
- (www.industrias.gob.ec/)
- (www.aduana.gob.ec/index.action)
- (www.bce.fin.ec)
- (www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/ACE65_Acuerdo.pdf)
- (www.aduana.gob.ec/pro/special_regimes.action)
- (www.datosmacro.com/paises/chile)
- (www.planificacion.gob.ec/presentan-libro-sobre-la-nueva-economia-del-ecuador)
- (www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/rte_080.pdf)

Anexos

ANEXO DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO



El Dr. D. Juan Carlos Martínez Coll, director del grupo EUMED.NET (SEJ 309), como editor de la revista electrónica "Observatorio de la Economía Latinoamericana", (ISSN 1696-8352), indexada en IDEAS-RePEc, LATINDEX y alojada en <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec>

ACREDITA QUE:

el artículo "EXPORTACIÓN DE CALZADO DE CABALLERO DE QUISAPINCHA-ECUADOR A SANTIAGO DE CHILE", que consta de 06 páginas en formato PDF, cuyos autores son **Margeory Silvana Elizalde Gonzales y Jessica Aroca Clavijo**, ha sido aceptado y publicado en el número de octubre 2016:

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2016/calzado.html>

<http://hdl.handle.net/20.500.11763/ec-16-calzado>

Lo que se hace constar en Málaga a 02 de noviembre de 2016.

 El director

Fdo.: Juan Carlos Martínez Coll

ANEXO #1

Entrevista (GERENTE GENERAL DE CURTIEMBRE QUISAPINCHA)

Hemos empleado esta entrevista para detallar lo que se pretende en esta investigación:

1. ¿Porque deciden exportar?

Decidimos emprender este reto por varios motivos:

Poseen diversidad y calidad en nuestros productos

El precio es accesible y competitivo

Creer en esto puesto que tenemos demanda local (nacional e internacional) de nuestros países vecinos motivados por estas razones pretendemos en el futuro exportar.

2. ¿Cree Ud. que sus productos (cuero) son competitivos?

Es competitivo por varios aspectos calidad, precio y diversidad esto hace que tengamos la visión de crecer y de demostrar al mundo entero que nuestros productos son de excelente calidad

3. ¿Cree Ud. que sus productos desde la materia prima hasta un producto terminado satisfacen de manera total a sus clientes sí o no porque?

Si, puesto que nuestra producción mensual lo demuestra, creemos que lo que atrae a nuestros clientes es la diversidad sea por un modelo, estilo, o en definitiva la calidad del

producto pues al tocar el cuero en los diferentes productos esto garantiza lo conforme y satisfecho por el producto que adquiere el cliente y/o consumidor

4. ¿Cree Ud. que en el Ecuador existe falta de maquinarias o tecnologías para el sector artesanal-industrial ?

Si creo que debería existir más apoyo al sector artesanal – industrial ya que las personas que nos dedicamos a esta ardua pero tan linda labor necesitamos tal vez un impulso mayor para que nuestro sector sea más reconocido a nivel nacional y porque no decirlo internacional

5. ¿Considera Ud. que en el Ecuador se ha descuidado el sector artesanal-industrial sí o no y porque?

Creo que es el sector que si ha existido un descuido pero en los últimos años si algo han hecho por el sector artesanal; pero si me gustaría que pongan más énfasis en nuestra labor ya que no solo se trata de un trabajo artesanal; sino que esta actividad viene realizándose de generación en generación aparte de ser un aporte económico pues también de nuestra cultura y costumbres de nuestros antepasados.

6. ¿Considera Ud. que al adoptar nuevas herramientas de trabajo mejoraría la producción en menor tiempo posible?

Claro que sí, esto sería estupendo puesto que si mejoraría la producción en menor tiempo posible podemos producir más esto sería una real eficiencia en nuestro trabajo.

7. ¿Cree Ud. que es necesario que existan créditos económicos para el desarrollo del sector artesanal –industrial?

Si, lo veo como una alternativa muy útil para nuestro sector, que nos motivaría aún más a crecer

8. ¿Cree Ud. que las ferias internacionales benefician al sector artesanal-industrial de nuestro país?

Claro que sí; seria de mucha ayuda ya que las ferias internacionales son la ventana perfecta para que el mundo entero vea que es lo que poseemos.

ANEXO 2

FICHA DE OBSERVACIÓN EN LA VISITA A LA EMPRESA

CURTIEMBRE QUISAPINCHA

Datos de identificación para acceder a la Empresa:

Estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte

Propietario: Elías Camacho.

Nombre o razón social:

Curtiembre Quisapincha

Dirección:

Av. Circunvalación y Cóndor.

Persona de contacto:

Ing. Luis Cabrera

Hora de visita:

09:00 a.m.

Itinerario, recorrido y ubicación

La visita se dio inicio a las 09:00 a.m. con la ayuda del jefe de producción que fue el guía durante la investigación de campo.

Ubicación de la empresa:

La empresa se encuentra ubicada en el polígono industrial de la parroquia Quisapincha, fuera de la ciudad.

Características de los locales y de las instalaciones:

Es una industria con instalaciones completamente amplias cuanta con las áreas administrativas, producción, secado de cuero (hornos), procesos y fabricación, almacenamiento, y área comercial (tienda comercial en la planta) .

Tipo de edificio

Industria (dos pisos)

Nombre y cargo de la persona que atiende la visita:

Ing. Carlos Villavicencio

Proceso de Producción:

Proceso que se realiza (especificar los pasos)

El proceso de elaboración de zapatos de cuero una vez que entra en la curtiembre se puede resumir en los siguientes pasos:

Recibimiento de pieles crudas o saladas

Remojo, Pelambre y Calero, División, Descarne, Desencalado

Clasificación para las distintas finalidades:

Rendido o Purga, Desengrase, Piquel, Pre-curtido wet-white

Curtido:

Curtido cromo wet-blue, Curtido vegetal, Ecurrido, Dividido

Clasificación: Rebajado, Neutralización

Recurtidos: Teñido, Engrase, Secado, Semi-acabado, Acondicionado, Ablandado

Otras como Lijar, Desempolvar, etc.

Acabado: Impregnación, Aplicación de fondo con pigmento o anilina vía pistola o cortinas o pigmentadoras

Estampado, prensado, Aplicación del acabado final

Medición

Destino del producto

Producto:

Calzados de dama, caballero, chompas, chaquetas, pantalones de cuero, sombreros, etc.

Destino

Internamente distribuyen a Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja, y venden materia prima a los turistas.

Número de trabajadores (mujeres y hombres)

En el área de producción con ocho hombres

En el área de secado tres hombres

En el área de acabados son dos mujeres y un hombre

En el área comercial son 3 mujeres para la venta de los diferentes productos que posee Curtiembre Quisapincha.

Condiciones ambientales de trabajo (espacio, ruidos, seguridad e higiene, ...)

En la empresa curtiembre Quisapincha ha considerado varias de las variables por la actividad que se realiza entre ellas está el uso de los equipos de protección del personal con el fin de proteger la integridad física y la salud de los operadores de los riesgos que podrían darse por la actividad que desempeñan; por tal se realizan jornadas de capacitación para los operadores.

Cambios tecnológicos:

Entre los cambios que se han dado a medida del tiempo han cambiado maquinarias mucho más grandes para producir más en menor tiempo posible.

Perspectivas de futuro

Es elevar los productos de la empresa hacia niveles de alta calidad y excelencia, para ser líderes en el mercado nacional e internacional en la producción de cuero y artículos terminados, comprometiéndonos en lograr que los clientes sientan total satisfacción al usarlos, y que reconozcan que no existe otro producto mejor en todo el mercado. Todo esto está enfocado en fomentar el desarrollo de la empresa y de sus empleados basado en el respeto, confianza y colaboración

ANEXO 4.- CERTIFICADO DE ORIGEN

CERTIFICADO DE ORIGEN

ACUERDO DE ASOCIACIÓN CHILE ECUADOR

PAIS EXPORTADOR:

PAIS IMPORTADOR:

1. Nombre, dirección y número de registro fiscal del Exportador					
<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">CURTIEMBRE QUISAPINCHA RUC 0705262848001</td> </tr> </table>					CURTIEMBRE QUISAPINCHA RUC 0705262848001
CURTIEMBRE QUISAPINCHA RUC 0705262848001					
2. Nombre, dirección y número de registro fiscal del Importador					
<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">DOLPHIN S.A ROSAS 4680 Y CERRILLOS</td> </tr> </table>					DOLPHIN S.A ROSAS 4680 Y CERRILLOS
DOLPHIN S.A ROSAS 4680 Y CERRILLOS					
3. Descripción de las mercancías	4. Naladisa 8 dígitos	5. Criterio de Origen	6. Número y fecha de Factura Comercial	7. Peso Bruto (kg.) u otra medida	
Calzado	6405100 000		15/04/2016	500	
8. OBSERVACIONES					
<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="height: 40px;"></td> </tr> </table>					
9. Declaración del Exportador			10. Firma de la autoridad competente o autoridad habilitada		
<p>El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen con las condiciones exigidas para la emisión del presente certificado</p> <p>País de Origen: ECUADOR</p> <p>Firma:</p>			<p>Certifico la veracidad de la presente declaración</p> <p>Nombre:</p> <p>Sello:</p> <p>Lugar y Fecha:</p> <p>Firma:</p>		

ANEXO # 5 GUIA AEREA

00190363851

00190363851

Shipper's Name and Address CURTIEMBRE QUISAPINCHA RUC 0705262848001		Shipper's Account Number		Not Negotiable Air Waybill General Rules LAN CHILE RUC.:	
Consignee's Name and Address DOLPHIN S.A ROSAS 4680 Y CERRILLOS		Consignee's Account Number		It is agreed that the goods described herein are accepted in apparent good order and condition (except as noted) for carriage SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR ANY OTHER CARRIER UNLESS SPECIFIC CONTRARY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREON BY THE SHIPPER, AND SHIPPER AGREES THAT THE SHIPMENT MAY BE CARRIED VIA INTERMEDIATE STOPPING PLACES WHICH THE CARRIER DEEMS APPROPRIATE. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by declaring a higher value for carriage and paying a supplemental charge if required.	
Issuing Carrier's Agent Name and City PANATLANTIC LOGISTICS - RUC:1790427692001 AV. DE LAS AMERICAS 04-10 PH. (593 4) 2286203 - GUAYAQUIL-ECUADOR				Accounting Information	
Agent's IATA Code 79 10628 0013		Account No.			
Airport of Departure (Addr. of First Carrier) and Requested Routing J. JOAQUIN DE OLMEDO - GYE GYE//S				Reference Number	
To	E	To	By	To	By
	LAN CHILE				
Airport of Destinations SAN				Amount of Insurance N.I.L.	
Currency		Declared Value for Carriage		Declared Value for Customs	
USD		No Value declared for carriage		NCV	
Requested Flight/Date 11048				INSURANCE - If Carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured in figures in box marked 'Amount of Insurance'	

Handling Information							
(For U.S.A. use only) These commodities, technology or software were exported from the United States in accordance with the Export Administration Regulations. Diversion contrary to USA law prohibited.							
No. of Pieces RCP	Gross Weight	kg lb	Commodity Item No.	Chargeable Weight	Rate / Charge	Total	Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)
50	524	KG	F# 192016400	52	0	USD 419.20	Attached Documents
0	0	KG				USD	
Prepaid		Weight Charge		Collect		Other Charges	
		Prepaid					
		Valuation Charge					
		Tax					

Total Other Charges Due Agent		Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulations.	
Total Other Charges Due Carrier		N	
Total Prepaid		PANATLANTIC LOGISTICS Signature of Shipper or his Agent	
Total Collect USD 419.20		15 -Abr- GUAYAQUIL-ECUADOR	
Currency Conversion Rates		Executed on (date) at (place) Signature of Issuing Carrier or its Agent	
For Carrier's Use only at Destinations		Total Collect Charges	
Charges at Destination		00190363851	

Anexo 6.- Declaración Aduanera De Exportación.



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACIÓN



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	019-2016-40-00502513
---------------	----------------------

Información de general

Código de la distrito	GUAYAQUIL – AEREO	Código de régimen	EXPORTACIÓN DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01908912

Información de Exportador

Nombre exportador del	CURTIEMBRE QUISAPINCHA	Teléfono exportador del	032772566/2772566/0987407810
Dirección exportador del	AV. CIRCUNVALACIÓN ALONSO PALACIOS A 500 METROS DE LA PARADA DE BUSES , QUISAPINCHA		
Numero documento de	RUC-0705262848001	Ciudad exportador del	QUISAPINCHA
CIU	VENTA AL POR MAYOR DE CALZADO	Numero documento de	RUC-0705262848001
Nombre declarante del	CURTIEMBRE QUISAPINCHA		
Dirección declarante del	AV. CIRCUNVALACIÓN ALONSO PALACIOS A 500 METROS DE LA PARADA DE BUSES , QUISAPINCHA		
Codigo de forma de pago	GIRO DIRECTO	Codigo de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE

Informacion de carga

Aeropuerto de carga	GUAYAQUIL	Puerto privado desde	
Aeropuerto de llegada o de	SANTIAGO	Fecha de la carta de	01/08/2015
Nombre consignatario del	DOLPHIN S.A		
Direccion del	Rosas 4680 Cerrillos Santiago, Chile		
Ciudad del contribuyente	SANTIAGO	Tipo de carga	CARGA SUELTA
Almacen de lugar de	[05906071] TERMINAL DE CARGA DEL ECUADOR S.A.	Medio de transporte	AEREO
Pais de destino final	CHILE		

Totales

Codigo de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
------------------	----------------------	----------------	---

Total moneda transacción	10,000	Cantidad de item	1
Peso neto total	500 KILOS	Peso total	524 KILOS
Cantidad total de bultos	50	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	400 PARES	Cantidad total de unidades comerciales	400 CAJAS
Codigo de la mercancia de despacho urgente		Codigo de solicitud de aforo	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Firma del Contribuyente

Firma del Declarante

DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACIÓN

Consulta del detalle de la declaración de exportación

No. Item	Codigo. Subpartida	Codigo. Complementario	Codigo. Suplementario	Descripcion de Mercancias	Pais de Origen	Peso Neto	Cnantidad de U.Comerciales
1	6405100000	0000	0000	CALZADO	ECUADOR	500 KILOS	400 CAJAS

Despacho precedente

Numero secuencia	de	Distrito precedente	Ano precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item

Observaciones de oca – ítem

Numero de Item	Tipo Observacion	Contenido

Documentos

Numero de item	Numero documento	de	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha emisión	de
0	NO		EXPORTACIÓN TIENE DESTINO FINAL, TERRITORIOS O USEN INTERMEDIACION DE PERSONAS DOMICILIADAS EN PARAISOS FISCALES O REGIMENES FISCALES PREFERENTES CONSIDERADAS ASI POR EL SRI	15/04/2016	15/04/2016	
0	001-001-000000241		FACTURA COMERCIAL	15/04/2016	15/04/2016	

Firma del Contribuyente

Firma del Declarante

ANEXO #7

Visita a la empresa Curtiembre Quisapincha Taller de producción de curtiembre Quisapincha



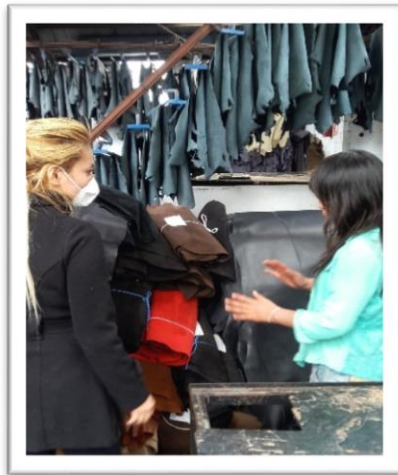
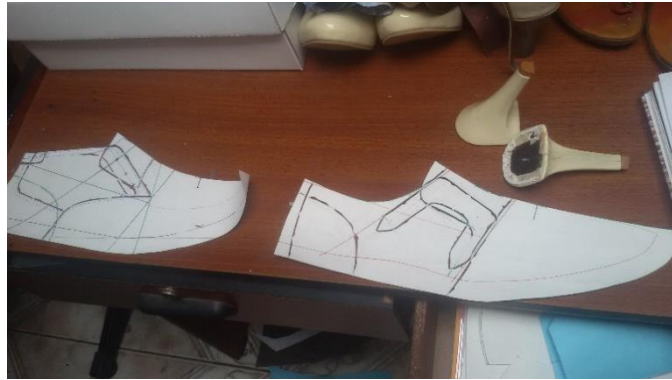




Anexo 8

Productos que fabrica la empresa CURTIEMBRE QUISAPINCHA





Anexo 9.- Tienda Comercial de CURTIEMBRE QUISAPINCHA





Anexo 10.- imágenes de la página web de la empresa Quisapincha



PPM&L

Ordenar Por
Producto +/- <>

Resultados 1 - 9 De

9

 <p>\$38.00 Sin calificación D01L CAJÉ</p> <p>Detalles de producto</p>	 <p>\$38.00 Sin calificación D01L NEGRO</p> <p>Detalles de producto</p>	 <p>\$80.00 Sin calificación D01M NEGRO</p> <p>Detalles de producto</p>
 <p>\$80.00 Sin calificación D12 CAJÉ</p> <p>Detalles de producto</p>	 <p>\$38.00 Sin calificación E0003 NEGRO</p> <p>Detalles de producto</p>	 <p>\$80.00 Sin calificación E0003 NEGRO</p> <p>Detalles de producto</p>
 <p>\$38.00 Sin calificación E0007 CAJÉ</p> <p>Detalles de producto</p>	 <p>\$38.00 Sin calificación E0007 CAJÉ</p> <p>Detalles de producto</p>	 <p>\$38.00 Sin calificación E0009 CAJÉ</p> <p>Detalles de producto</p>