



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO
EXTERIOR

CARRERA INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:
Ingenieros en Comercio Exterior.

TEMA:

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE CUEROS ACABADOS DE LA EMPRESA
“PIELES PUMA” DE LA CIUDADELA LOS TRES JUANES, PROVINCIA DEL
TUNGURAHUA HACIA EL MERCADO DE LONDRES - INGLATERRA.

Darwin Fabián Cando Totoy.
Miguel Ángel Cárdenas Álvarez.

Riobamba – Ecuador
2013

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certifico que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad quedando autorizada su presentación.

.....
Ing. Jorge Washington Álvarez Calderón.

DIRECTOR DE TESIS

.....
Ing. Juan Bladimir Aguilar Poaquiza.

MIEMBRO DE TESIS.

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Las ideas propuestas y expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparece como propia, en su totalidad son de absoluta responsabilidad de los autores.

Darwin Fabián Cando Totoy.

Miguel Ángel Cárdenas Álvarez.



DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y la capacidad de poder cumplir con una más de mis metas y estar siempre conmigo protegiéndome y llenándome de bendiciones, pero sobre todo en los momentos más difíciles me acompaña y me guía por el camino del bien.

A mis padres “Carlos y Laura”, por su sacrificio, amor incondicional, paciencia y preocupación, quienes son el pilar fundamental y ejemplo de lucha constante, aquellas personas que me inculcaron el deseo de buscar metas que constituyen la inspiración de mi superación, en la vida y razón de vivir.

A mis HERMANOS “Jessica, Roberto, Willian, Carlitos” a mis AMIGOS que siempre estuvieron ahí conmigo brindándome su apoyo incondicional.

Es por eso que por su eterno AMOR, me han permitido ser perseverante y alcanzar todo lo que me he propuesto con esfuerzo y sacrificio. Mi gran FAMILIA, hoy puedo compartir este logro con infinita alegría con Uds. y junto a mi enamorada que ha estado junto a mí, motivándome en todo momento y a pesar de los momentos difíciles, me tuvo paciencia y no dejó de confiar en mis conocimientos así como en mí.

DARWIN FABIÁN CANDO TOTOY.



DEDICATORIA

Agradezco a DIOS porque gracias a él hemos podido llegar a la culminación de la tesis, a MIS PADRES Ángel y Teresita por todo su apoyo y por ser el ejemplo a seguir de mi vida, gracias por sus enseñanzas y por el apoyo que me dieron en todo momento.

Dios, que me dio la oportunidad de seguir viviendo, quien es guía de mi camino y me dio la fortaleza de culminar con éxito una de mis metas.

A mis hermanos, porque fueron las personas que compartieron toda su vida y su tiempo conmigo.

A todas las personas que me ayudaron directa o indirectamente para el desarrollo y culminación de este proyecto, y sobre todo gracias a los cuales he logrado cumplir todas y cada una de las metas que me he propuesto en la vida.

MIGUEL ÁNGEL CÁRDENAS ÁLVAREZ.



AGRADECIMIENTO

Nuestro profundo agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, Carrera de Comercio Exterior, por haber sido una fuente de conocimientos, también a nuestros profesores quienes con sus valiosos aportes, ayudaron a la culminación de este proyecto.

Además, agradecer a todo el personal que tiene la dicha de ser parte de esta prestigiosa Institución.

Al Ing. Jorge Álvarez e Ing. Juan Aguilar por sus sabios consejos, excelente orientación, paciencia y conocimiento dedicado durante este tiempo en el presente proyecto.

DARWIN FABIÁN CANDO TOTOY.

MIGUEL ÁNGEL CÁRDENAS ÁLVAREZ.

Índice General

Portada	I
Certificación de Tribunal	II
Certificación de Auditoría	III
Dedicatoria	IV
Agradecimiento	VI
Índice de Contenidos	VII
Índice de Gráficos	XI
Índice de Tablas.....	XII
Índice de Anexos	XIV
Introducción	XV

INDICE GENERAL

Capítulo I

1.	Descripción de la organización.....	1
1.1	Antecedentes.	1
1.2	Reseña histórica.....	2
1.3	Base legal.....	4
1.4	Ubicación geográfica	4
1.4.1	Factores de cercanía.	5
1.4.2	Giro del negocio.	6
1.5	Objetivos.	6
1.5.1	Objetivo general.	6
1.5.2	Objetivos específicos.....	6
1.6	Misión.....	7
1.7	Visión.	7
1.8	Valores y principios.	7
1.9	Filosofía del trabajo	8
1.10	Justificación.....	8
1.11	Mercados.....	10

1.12	Qué es exportación.	11
1.13	Objetivo de la exportación.	12
1.14	Procesos de producción.	14
1.14.1	Flujograma.	14
1.14.2	Proceso de transformación del cuero.	15
1.15	Maquinaria y equipo.	20
1.16	Infraestructura existente.	22
1.17	Propiedades del producto.	23
1.18	Productos a exportar.	26
1.19	Estructura organizacional.	27
1.19.1	Estructura organizativa de la empresa.	27
1.19.2	Organigrama estructural.	28
1.20	Recursos humanos.	29
1.20.1	Descripción de cargos.	29
1.20.2	Definición de cargos.	30
1.21	Posicionamiento.	32
1.21.1	Ventajas competitivas.	33

Capítulo II

2.	Diagnóstico de la empresa “Pieles Puma”	34
2.1	Diagnóstico interno.	34
2.2	Diagnóstico externo.	42
2.3	Mercado destino.	46
2.3.1	Situación geográfica.	46
2.3.2	Balanza comercial.	49
2.3.3	Cultura de consumo.	50
2.4	Análisis situacional de la empresa.	52
2.4.1	Descripción de la microempresa.	52
2.4.2	Principios de la microempresa.	52
2.4.3	Estrategias de crecimiento.	53
2.4.4	Estrategias de penetración de mercado.	53
2.5	Análisis FODA.	54

2.5.1	Fortalezas.....	54
2.5.2	Oportunidades.....	55
2.5.3	Debilidades	55
2.5.4	Amenazas.	56
2.6	Estraegias foda.....	57
2.7	Ventajas y riesgos al momento de exportar	58
2.7.1	Ventajas.	58
2.7.2	Riesgos	58

Capítulolll

3.	Estudio de mercado.....	60
3.1	Antecedentes del mercado Londres - Inglaterra	60
3.1.1	Extensión y población.....	60
3.1.2	Geografía y clima.....	61
3.1.3	Indicadores economicos de londres - inglaterra.....	64
3.2	Estudio de la demanda exterior	64
3.3	Estudio de la oferta exterior	72
3.4	Estudio de la oferta nacional.....	74
3.5	Productos similares.	75
3.6	Mercado meta	76
3.7	Procedimientos de exportación.....	77
3.7.1	Acceso al mercado	77
3.7.2	Requisitos especificos para prodcutos ecuatorianos	79
3.7.3	Preferencias	80
3.7.4	Aranceles para productos ecuatorianos.....	81
3.8	Estudio y evaluación financiera	82
3.8.1	Estudio financiero	82
3.8.2	Inversiones	82
3.8.3	Costo de producción.....	83
3.8.4	Materia prima	86
3.8	Evaluación financiera.....	82

3.8.1	Estados de resultados	87
3.8.2	Balance general.....	89
3.9	Evaluación financiera.....	91
3.9.1	Periodo de recuperación.....	91
3.9.2	Valor actual neto.....	91
3.9.3	Beneficio costo	92
3.9.4	Valor actual neto supuesto	93
3.9.5	Tasa interna de retorno	94
3.9.6	Punto de equilibrio.....	95

Capítulo IV

4.	Exportación de cueros acabados.....	97
4.1	Sistema de comercialización	97
4.1.1	Canal de distribución	97
4.1.2	Comercio electrónico.....	100
4.2	Estrategias comerciales.....	100
4.3	Negoción de inconterms	102
4.3.1	Término de la exportación	102
4.4	Vías de transporte	103
4.4.1	Transporte aéreo.....	104
4.4.2	Transporte marítimo	104
4.4.3	Transporte terrestre.....	105
4.4.4	Transporte multimodal.....	105
4.4.5	Transporte a utilizarse en nuestra exproatción	105
4.5	Empaque y embalaje	106
4.5.1	Empaque.....	106
4.5.2	Embalaje	107
4.6	Seguros.....	108
4.7	Capacidad del contenedor.....	109
4.7.1	Medidas del contenedor	109
4.7.2	Contenedor.....	110
4.8	Normas y requisitos para acceder al mercado de destino.....	111



4.8.1	Documentos	111
4.8.2	Factura proforma	112
4.9	Factura comercial	113
4.10	Lista de contenido (packing list).....	113
4.10.1	Documentos de transporte	113
4.10.2	Transporte marítimo	113
4.10.3	Transporte terrestre.....	114
4.10.4	Transporte aéreo	114
4.10.5	Póliza de seguros	114
4.11	Documentos a ser llenados	114
4.11.1	Cupón de exportación.....	114
4.12	Trámites	115
4.12.1	Requisitos para ser exportador.....	115
4.12.2	Procedimiento aduanero.....	117
4.12.3	Trámites especiales.....	118
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		121
Conclusiones		121
Recomendaciones		122
Resumen.....		122
Summary.....		124
BIBLIOGRAFIA.....		124
ANEXOS.....		126

Índice de gráficos

no. 1: Mapa situacional de la empresa	5
no. 2: Flujograma	14
no. 3: Proceso de curtido y acabado de cuero	15
no. 4: Maquinarias y equipos	20
no. 5: Infraestructura existente.....	22
no. 6: Piel natural	23

no. 7: Propiedades de la piel.....	24
no. 8: Productos a exportar	27
no. 9: Orgranigrma funcional.....	29
no. 10: Evoluciòn de los principales componentes del pib	34
no. 11: Pib.....	34
no. 12: Índice de salario real.....	35
no. 13: Inflaciòn en america latina	35
no. 14: Distribuciòn de la pea.....	36
no. 15: Balanza comercial.....	36
no. 16: Exportaciones	37
no. 17: Importaciones	37
no. 18: Exportaciones, productos primarios e industrializados	38
no. 19: Importaciones por uso o destino economico.....	38
no. 20: Inversiòn extranjera neta por ramas de activida economica	39
no. 21: Comportamiento de la remesas recibidas.....	39
no. 22: Inversiòn extranjera directa neta.....	40
no. 23: El banco de inglaterra	40
no. 24: Estrategias foda	52
no. 25: Principales productos exportados por reino unido	58
no. 26: Principales producto importados por reino unido	59
no. 27: Balanza comercial petrolera ecuador – reino unido	59
no. 28: Flujo de inversiòn extranjera directa de reino unido en ecuador	60
no. 29: Balanza comercial petrolera reino unido	60
no. 30: Balanza comercial petrolera ecuador – reino unido fob	61
no. 31: Balanza comercial no petrolera ecuador – reino unido	61
no. 32: Principales productos exportados por ecuador a reino unido	62
no. 33: Principales productos importados por ecuador desde reino unido.....	62
no. 34: Balanza comercial total ecuador – reino unido	63
no. 35: Exportaciones anual de cuero.....	65
no. 36: Punto de equilibrio en barras	91

no. 37: Empaque.....	101
no. 38: Embalaje.....	102

Índice de tablas

no. 1: Mercados.....	11
no. 2: Economía del reino unido.....	41
no. 3: Análisis comparativo.....	44
no. 4: Indicadores básicos.....	58
no. 5: Países importadores de cueros.....	63
no. 6: Exportaciones ecuatorianas de cueros.....	64
no. 7: Demanda exterior.....	67
no. 8: Proyecciones de la demanda.....	67
no. 9: Formula de la proyección de la demanda.....	67
no. 10: Demanda de cuero en inglaterra.....	68
no. 11: Estudio de la oferta nacional.....	68
no. 12: Precios productos similares.....	69
no. 13: Producción anual de cuero “pieles puma”.....	76
no. 14: Inversiones.....	76
no. 15: Costo de producción del producto.....	77
no. 17: Muebles de oficina.....	77
no. 18: Equipos de oficina.....	78
no. 19: Vehículo.....	78
no. 20: Edificio.....	78
no. 21: Materiales de oficina.....	79
no. 22: Suministros de producción.....	79
no. 23: Materia prima.....	80
no. 24: Mano de obra.....	80
no. 25: Estado de resultados.....	81
no. 26: Balance general.....	83
no. 27: Ingresos totales por ventas de cuero ovino y bovino.....	84

no. 28: Período de recuperación.....	85
no. 29: Valor actual neto (van).....	85
no. 30: Beneficio costo.....	86
no. 31: Valor actual neto supuesto.....	87
no. 32: Valor actual neto supuesto proyectado.....	88
no. 33: Tasa interna de retorno.....	88
no. 34: Punto de equilibrio.....	89
no. 35: Precio unitario de venta.....	90
No. 36: Terminos de negociación INCOTERMS.....	97

Índice de anexos

No. 1: Perfil de la empresa “Pieles Puma”.....	121
No. 2: Logotipo.....	126
No. 3: Pagina web.....	127
No. 4: Factura proforma.....	128
No. 5: Factura comercail (invoice).....	129
No. 6: Certificado de origen.....	130
No. 7: Conocimiento de embarque (Bill Of Lading).....	131
No. 8: Lista de empaque.....	132
No. 9: Poliza de seguro.....	133
No. 10: Declaracion aduanera Unica (DAU).....	134
No. 11: Certificado zoosanitario.....	135
No. 12: Partida arancelaria.....	136
No. 13: Sueldos y salarios.....	138

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo investigativo consiste en realizar un estudio sobre la exportación de cuero para lo cual iniciaremos realizando una investigación sobre el nivel de consumo de cueros acabados en la ciudad de Londres-Inglaterra y de productos similares. Con esto también se realizara la investigación respectiva de los proveedores de la materia prima junto con los precios a los que se comercializa estos productos.

Actualmente el sector de curtiembres está adquiriendo cada día más importancia por la exportación de cueros a mercados extranjeros. La existencia de gran cantidad de ganado ovino y bovino y la falta de curtiembres obliga a trasladar la materia prima a otras zonas para su industrialización.

La importancia de la elaboración de un proyecto de exportación radica en la necesidad de apertura de nuevos mercados de cuero acabado de ovino y bovino en la ciudad de Ambato, con el propósito de dotar a la población de una empresa dedicada al rubro del curtido de cuero de res y de oveja.

Realizaremos un previo estudio del Foda la misma que nos servirá para identificar la viabilidad del proyecto y requerimientos que se necesita para la comercialización del producto.

Con la información obtenida preliminarmente daremos inicio a los estudios del proyecto, empezando por el estudio de mercado el mismo que nos ayudara a establecer la demanda, la oferta, el precio de nuestra competencia y así obtener una

posible demanda insatisfecha la misma que nos permitirá avanzar con el estudio técnico dándonos a conocer así el tamaño de nuestro proyecto en base a la misma.

En base al estudio de mercado y técnico, realizaremos el estudio financiero en el cual estableceremos los recursos necesarios para la realización del proyecto de exportación, basándonos en el estudio financiero y aplicando las respectivas formulas y técnicas financieras, efectuaremos una evaluación del estudio del proyecto de exportación, donde definiremos la rentabilidad del proyecto de exportación.

Finalizaremos ejecutando las respectivas conclusiones y recomendaciones, en base al estudio realizado.

CAPÍTULO I

1. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1.1 Antecedentes.

PIELES PUMA, fue creada en el año de 1999, es una Pequeña Empresa Artesanal, manejada por su fundadora en forma de empresa familiar quien concentra la toma de decisiones y administración bajo su mando.

La compañía tuvo como propósito inicial utilizar industrialmente el cuero de rechazo, aprovechando que en la zona existe un buen número de ganaderos que pueden suministrar la materia prima.

Desde su inicio, los accionistas de **PIELES PUMA** han sido la Sra. Teresita Álvarez, quienes actualmente tienen tareas ejecutivas en la administración y producción de la industria. Los inicios de su producción efectiva se remontan al año 1999, año desde el cual se destina el 100% de su producción al mercado interno y por terceros en el exterior.

Nuestra empresa reconocida en la producción de cuero de vestimenta con una relación de proveedores que garanticen la utilización de cueros e insumos de calidad en la elaboración de nuestros productos.

Para ello la empresa cuenta con personal altamente calificados y artesanos conocedores de técnicas ancestrales de tratamiento de cueros, mezclado con tecnología de última generación, no generando contaminación ambiental y contribuyendo al manejo sostenido y responsable de Fauna Silvestre, durante el proceso de elaboración de los cueros.

Hasta el año 2006 las ventas, tanto en cantidades como en valores, fueron crecientes; sin embargo desde 2009 con la incorporación de las plantas industriales de la China Comunista que coparon el mercado a precios bajos, redujo su volumen de producción, pero abriéndose a nuevos mercados. La participación de **PIELES PUMA** en el mercado se redujo, circunstancialmente esto motivo a los propietarios de la compañía a que estudien la posibilidad de ampliar su mercado a otros destinos sin descuidar la recuperación del mercado local, la reposición de su maquinaria y tecnología, para elevar su capacidad de producción.

Nuestra empresa trabaja estrechamente con instituciones financieras tales como: Banco Pichincha, Proamerica, Banco Internacional, la forma de acceso al crédito será mediante préstamos bancarios.

1.2. Reseña Histórica de la Empresa.

“PIELES PUMA” fue creada hace 13 años, por la Sra. Teresita Álvarez en la ciudadela Los Tres Juanes, Ambato. Actualmente pertenece a la Asociación Nacional

de Curtidores del Ecuador (ANCE), continúa siendo manejada por su fundadora en forma de empresa familiar; Teresita Álvarez. Desde 1999, la empresa empezó sus operaciones de producción y a comercializar con éxito en el mercado nacional y actualmente el 60% de sus productos se comercializa en el extranjero, precisamente a Europa.

A sus inicios contaba con tan sólo 4 artesanos. Es decir, era un pequeño negocio que se dedica a la curtición de pieles de Ovino y Bovino. Por ello, su capital de trabajo inicial fue de \$50´000.000 (de sucres) a crédito.

La curtiembre fabrica diferentes tipos de cueros acabados:

- Cuero de Ovino (Borrego) (Vestimenta)
- Cuero Napa Bovino (Res) (Vestimenta)
- Cuero Nobuk
- Material para cinturón (Correas)
- Cuero de Marroquinería (Cartera, etc.)
- Cuero para Calzado (zapatos)

A través del tiempo, Pieles Puma se ha destacado por su calidad y garantía. Hoy en día, la empresa ha crecido en operaciones, dominio de mercado, y por ende en capital de trabajo cuenta con 25 empleados, tres de ellos trabajan en la administración y los demás en las diferentes áreas de la Curtiembre.

La empresa está ubicada en la Ciudadela Los Tres Juanes, la zona tradicional de origen de esta actividad Curtiera. La capacidad productiva de la empresa cada año es mayor, debido a la constante capitalización que se le invierte, es por ello, que la empresa ha decidido ya no sólo competir en el mercado nacional. Si no, expandir sus productos al mercado extranjero.

1.3 Base Legal.

- **Razón Social:** Procesamiento de cueros y pieles “**Pieles Puma**”
- **Objeto Social:** Producir y comercializar, Cuero acabado Ovino y Bovino, a base de técnicas que se han aprendiendo durante los años.
- **Capital Social:** \$ 51.000 dólares.
- **Representante Legal:** Sra. Teresita Álvarez
- **Duración:** Trece años, desde la fecha de su inscripción.
- **Domicilio:** Cdla. Tres Juanes – Sector La Península. Ambato - Ecuador
- **Contactos:** Oficina:(03) 2855234 Cel.: 084639771

1.4 Ubicación Geográfica.

PIELES PUMA cuenta con una planta de industrial ubicada en el sector semiindustrial de la región Sierra del Ecuador, Ciudad de Ambato en la Ciudadela Los Tres Juanes – Av. Indoamericana y calle Juan Montalvo Sector la Península. Teléfono (02)2855234 / (02) 3856028 gracias a su perfecta ubicación le permite distribuir sus productos a todo el área local con mayor rapidez y eficiencia.

1.4.2. Giro del Negocio.

“**PIELES PUMA.**” Es una empresa dedicada a la curtición de Cuero de ovino y bovino entre otros brindando siempre confiabilidad y prestigio a nuestros clientes. La empresa estará conformada por 2 socios capitalistas el Sr. **ÁNGEL GERARDO CÁRDENAS CASCANTE** y la Sra. **TERESITA LEONOR ÁLVAREZ MANCERO** con derechos y obligaciones unánimes quienes se desenvolverán en un área específica; operación y comercialización de los diferentes tipos de cueros existentes.

1.5 OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo General.

Determinar los factores que permitirán el diseño de un proyecto de negocios para la instalación de una curtiembre de cuero Ovino y Bovino en la ciudad de Ambato.

1.5.2 Objetivos Específicos.

- Determinar el plan de operaciones para obtener el tipo de producto en cuanto a cantidad, calidad y tamaño que se desea lanzar para satisfacer la demanda y así lograr incursionar en el mercado.
- Diseñar el plan de mercadotecnia para mercados locales orientado a un marketing estratégico con el fin de despertar el interés del comprador.
- Realizar el diseño de una estructura organizacional en base al tamaño y los requerimientos de la empresa.

- Analizar los elementos de financiamiento, además de algunos indicadores financieros como el VAN, el TIR y entre otros que definirán la factibilidad del proyecto.

1.6 Misión.

Somos una empresa con tradición de calidad, innovación tecnológica y mejora continua en la elaboración, comercialización y distribución de cueros acabados, que promueve, mantiene relaciones de lealtad y compromiso con los clientes, proveedores, personal y con la comunidad a la que nos debemos, en el marco de nuestro sistema de gestión integrado, cimentado en los valores corporativos de acorde con las normas y estándares de higiene, sanidad y calidad en beneficio de los consumidores.

1.7 Visión.

Incrementar la eficiencia en todos los procesos, reducir los costos y lograr productos que satisfagan las necesidades de nuestros clientes; Buscar permanentemente diferenciarnos de nuestros competidores para poder brindar a nuestro consumidor final una propuesta de valor diferenciado, que fortalezca la vinculación de las cadenas productivas y de éstas con el sector académico y de investigación, y que permita que los productos ecuatorianos sean reconocidos y apreciados por su calidad, tanto internamente como en el exterior.

1.8 Valores

- Honestidad
- Lealtad
- Eficiencia
- Veracidad
- Puntualidad
- Compromiso con la empresa y la sociedad
- Identidad empresarial
- Responsabilidad
- Trabajo en Equipo.

1.9 Filosofía de Trabajo

La empresa se basa en los siguientes factores fundamentales:

- **Calidad:** La empresa aspira obtener prestigio internacional mediante la satisfacción de las más altas exigencias del mercado meta al que se proyecta llegar.
- **Servicio:** Filosofía de existir como empresa para y por los clientes, en base de ello la empresa enfoca todos sus esfuerzos para satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto a la calidad de los productos que se entregan a los clientes y la logística utilizada para esta operación.
- **Rentabilidad:** Toda la operación se basa en la eficiencia de las operaciones para lograr la rentabilidad de la empresa.

- **Clientes:** Mantener relaciones a largo plazo con los compradores, para de esta manera lograr los mejores rendimientos para ellos y el mejor producto para la empresa.

1.10 Justificación.

La relevancia de crear una empresa dedicada a la curtición de Cuero ovino y bovino, se basa en diferentes motivos, los cuales son:

- I. La creación de una empresa surge de la necesidad de ayudar a resolver problemas de desabastecimiento de cuero acabado en la ciudad de Ambato y sus alrededores y la falta de información que ayuden a la empresa a fortalecer su presencia en las mentes de los consumidores, ya que en las últimas fechas existe cada vez más competencia. Cualquier tipo de empresa está compuesta de personas que ayuden con su esfuerzo para fortalecer y hacerla crecer desde un ejecutivo hasta un intendente de limpieza necesita estar cómodo, a gusto, sentirse bien en su trabajo.
- II. La creación de fuente de trabajo, actualmente la situación económica del país es cada vez más difícil, existe mucho desempleo, las empresas grandes y medianas cada día tienen más problemas económicos y por lo cual tienden a desaparecer o a reducir su producción y obviamente al personal.
- III. Realizar un proyecto de negocios para la Instalación de una Curtiembre de Cuero de Ovino y Bovino que nos permita conocer y analizar variables

fundamentales que influyen en el proceso de operación como objetivos, metas, fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades, competencia, características del mercado, logística, aspectos culturales, costos, viabilidades, adaptaciones, modificaciones o cambios al producto y financiamiento entre otras.

- IV.** La industria Curtirá, a diferencia de antaño que fue de las más prósperas, es ahora una de las que enfrentan más problemas; sólo a través del consumo y difusión podrá mantenerse vigente su existencia, presencia y elaboración de tal manera que se pueda preservar el producto.

1.11 Mercados.

Para la selección de nuestro mercado se realizó un comparativo con otros países. Posteriormente se presenta la información necesaria para conocer el país al que deseamos ingresar así como la mejor manera de colocar el producto de acuerdo a sus requerimientos y preferencias.

La empresa está orientada a la comercialización del producto en el mercado internacional, preferentemente al mercado Europeo.

Dentro de los países a exportar destacan: Francia, Alemania, España e Inglaterra.

Un estudio proporcionado en las oficinas de Cámara de Comercio de Ambato nos muestra las características de los distintos mercados internacionales, lo que sirvió de guía para determinar la estrategia a seguir, orientándonos a aquel mercado más

rentable y adecuado para las aspiraciones de la empresa y en el cual estos productos artesanales son más aceptados:

Tabla No 1

Puntos de venta	Proximidad geográfica	Precio	Riesgo	Volumen	Satis factor adicional	Producto
E.U.A	Excelente	Castigado	Medio	Alto	Orgullo de exportador	Artesanías
Canadá	Excelente	Castigado	Bajo	Alto	Orgullo de exportador	Artesanías
Europa	Media	Excelente	Bajo	Medio y alto	Orgullo de exportador	Artesanías en piel
América Latina	Media	Bueno	Alto	Medio	Mercado poco aprovechado	Artesanías
Oriente medio	Lejana	Excelente	Medio	Bajo inicial	Problemas de transporte	Artesanías

FUENTE: Cámara de comercio de Ambato.

1.12 ¿Qué es la Exportación?¹

Para definir el término exportación es necesario buscar en distintas fuentes la definición que se le ha dado, así para el Banco de Comercio Exterior (BANCOMEXT) “Exportar es vender en la concepción más ambiciosa de la mercadotecnia; vender en

¹BANCOMEX, Proyecto de Negocios para proyectos de Exportación, México 2010 Pág. 25

el mercado magnifico, insaciable del mundo entero. Vender bienes y servicios elaborados en el país y que se consumen en otro diferente.”

A partir de lo anterior es posible definir la Exportación como una forma de operar una venta, con la particularidad de que quienes venden (exportadores) tienen a sus clientes fuera de las fronteras de su país, por lo cual existen normas que regulan esta venta internacional en el país importador, dependiendo del producto o tipo de control dentro de un país.

Cuando una empresa se enfrenta a un mercado maduro y saturado en su mercado nacional es importante que busque nuevos mercados en el extranjero. De acuerdo con la “Guía del Exportador” publicada por BANCOMEXT, algunas de las ventajas empresariales de exportar son:

- Mejora de la competitividad e imagen de la empresa
- Mayor estabilidad financiera de la empresa por flujos en otras divisas.
- Mejor aprovechamiento de la capacidad de producción instalada.
- Reducción de costos por mayores volúmenes de venta

1.13 Objetivos de la Exportación.

- ✓ Este proyecto de tesis pretende ayudar a la Empresa “Pieles Puma” a optimizar su proceso de internacionalización mediante la exportación y diversificación hacia otros mercados diferentes a los que actualmente se exporta, como es el caso de

Inglaterra, generando que dicha organización tenga una exitosa incursión del producto, presencia de marca y expansión a través de nuevas oportunidades de negocio.

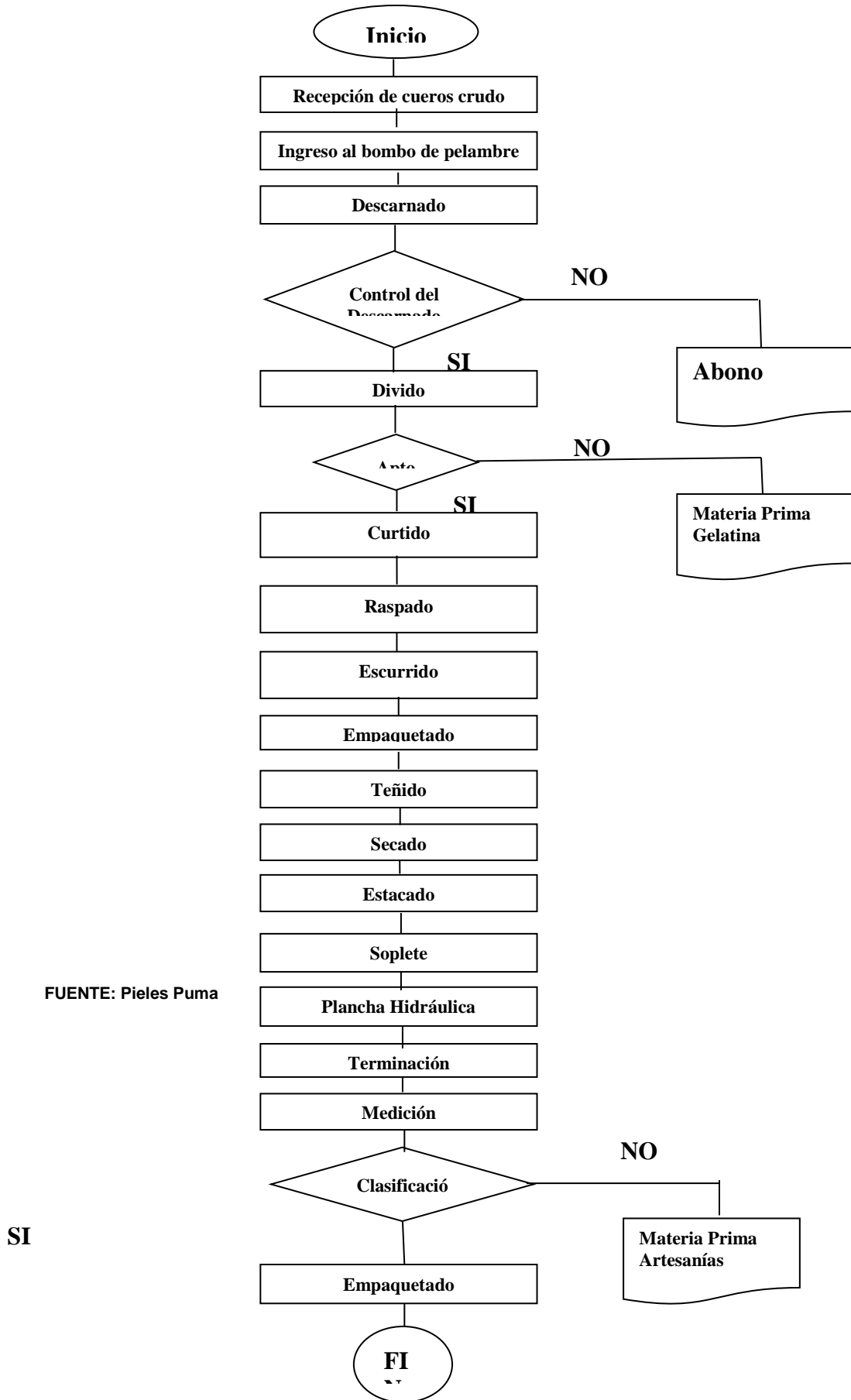
- ✓ La necesidad de crecimiento de nuestro país es mucha; es por lo tanto ineludible que los jóvenes acrecentemos las oportunidades de generar empleo en el futuro, ayudando así a los diferentes sectores que forman parte de la economía ecuatoriana.

- ✓ Con el fin de lograr que esta empresa Ecuatoriana logre exportar exitosamente al mercado inglés un producto tan tradicional, 100% ecuatoriano y con gran potencial como el cuero acabado, se realiza el presente proyecto de exportación.

1.14 PROCESOS DE PRODUCCIÓN.

1.14.1 Flujograma

Gráfico No 2



PROCESO DE CURTIDO Y ACABADO DE CUERO

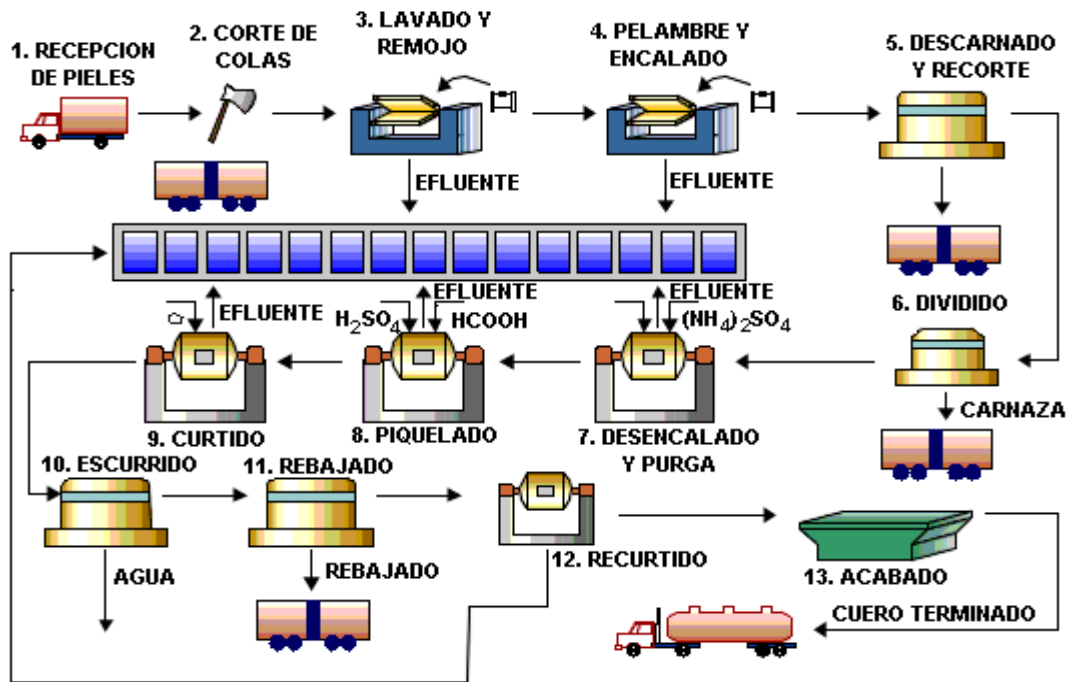


GRÁFICO NO° 3

FUENTE: <http://proceso%20de%20produccion.htm>

1.14.2 El Proceso de Transformación del Cuero²

Se conoce como cuero a la piel de origen animal luego de haber sido sometida a un proceso de curtido, el cual le permite una duración prolongada.

El proceso de curtido de las pieles hasta su transformación en cuero es un proceso largo y complejo que comprende muchas etapas y distintas localidades que van desde la crianza del animal, pasando por el matadero hasta llegar a la curtiembre, lugar en el que se realiza el acabado del cuero.

²<file:///I:/El%20Cuero%20y%20el%20Curtido.%20El%20proceso%20de%20transformaci%C3%B3n%20del%20cuero.htm>

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

1. **Recepción de Cuero Crudo.**³



La materia prima mas importante en esta industria es el cuero crudo proveniente de los frigoríficos y mataderos. A su llegada a la curtiembre se realiza el control de calidad recorte y clasificación.

2. **Bombos de Apelmbrado.**



En estos enormes recipientes se realiza durante las 24 horas un proceso químico/mecánico para lavar y rehumedecer el cuero, eliminar el pelo y abrir las fibras del cuero para permitirle absorber los procesos químicos posteriores.

3. **Descarnado**



El cuero salado de los bombos de pelambre se llama “Cuero en tripa”, y es pasado por una maquina llamada “Descarnadora”, que con cilindros dotados de filosas cuchillas elimina del lado carne del cuero remanentes de grasa, carne y otras sustancias desechables.

³ file:///I:/Cidec%20-%20Procesos.htm

4. Dividido



Esta operación es una operación absolutamente mecánica, se puede dividir después del pelambre después de curtir (en cromo o en azul). El estado de la piel para ser dividida es tradicionalmente en estado de tripa descarnada, pero también empleando máquinas más modernas después de curtir al cromo y aunque menos frecuentemente en pieles piqueadas (alfombras por ejemplo), pieles en bruto y pieles secas.⁴

5. Curtido



El curtido es el proceso de convertir La él putrescible en cuero imputrescible, tradicionalmente con tanino, un compuesto químico ácido que evita la descomposición y a menudo da color.⁵

6. Ecurrido



Una vez terminada la curtición al cromo es conveniente colocar el cuero sobre caballete para evitar la formación de manchas de cromo y dejarlo en reposo durante 24-48 horas para obtener una coordinación de la sal de cromo. Durante este reposo continúa la coordinación de la sal de cromo con el colágeno y se libera ácido sulfúrico que queda retenido por la piel curtida.⁶

⁴<http://www.cueronet.com/flujograma/dividido.htm>

⁵<http://es.wikipedia.org/wiki/Curtido>

7. Rebajado



Estas maquinas de altísima precisión, tiene cilindros de cuchillas de acero que rotan a 2800rpm, y permiten uniformar el espesor del cuero con una exactitud de una decima de milímetro. Cada tipo de cuero requiere un espesor de acuerdo con su uso específico por ejemplo: un cuero para calzado de dama.

8. Teñido



El cuero es sometido nuevamente a un proceso químico complejo que le repone las grasas naturales que ha perdido durante los procesos anteriores logrando un tacto suave, sedoso y natural, y al tiempo se lo tiñe con anilina de altísima calidad que le permiten lucir tonalidades vivos y resistentes a la luz y al tiempo.

9. Secado al Vacío



Las modernas técnicas de secado, incluye el sometimiento del cuero a secado contra superficies de acero calentados a 50/65° Centígrados, y en un ambiente de vacío donde la evaporación del agua es más rápida y controlada.

⁶<http://www.cueronet.com/flujograma/escurrido.htm>

10. Clavado/Estacados



Esta operación se efectúa en túneles de secado donde los cueros son extendidos contra los marcos de metal para obtener una superficie mayor y más lisa.

11. Plancha Hidráulica



Los cueros se planchan a calor y precisión para obtener superficies lisas o grabadas según el artículo final.

12. Terminación



El objetivo de las mismas operaciones que en su conjunto se llaman terminación, es a dar el cuero semiterminado su aspecto, color, brillo, relieve, y tacto final. Estos numerosos procesos químicos y mecánicos varían enormemente según los distintos artículos que se fabrican que van desde un cuero plena flor, hasta un cuero ligado acrílico grabados con aspectos tan dispares como el charol, la gamuza, el Nobuk, la napa, etc.

13. Soplete



A lo largo de las mesas con sopletes de 8 a 16 pistolas rotativas, y en muchos casos formando parte de trenes de sopleteados de 100 mts, de largo con 3 o 4 estaciones sopleteados, se aplican pinturas lacas y resinas que le dan al cuero el tono brillo y resistencia física necesaria.

14. Medición



La superficie del cuero se mide con instrumentos de medición que permiten registrar su calidad, s el resultado final del proceso industrial.

15. Empacado

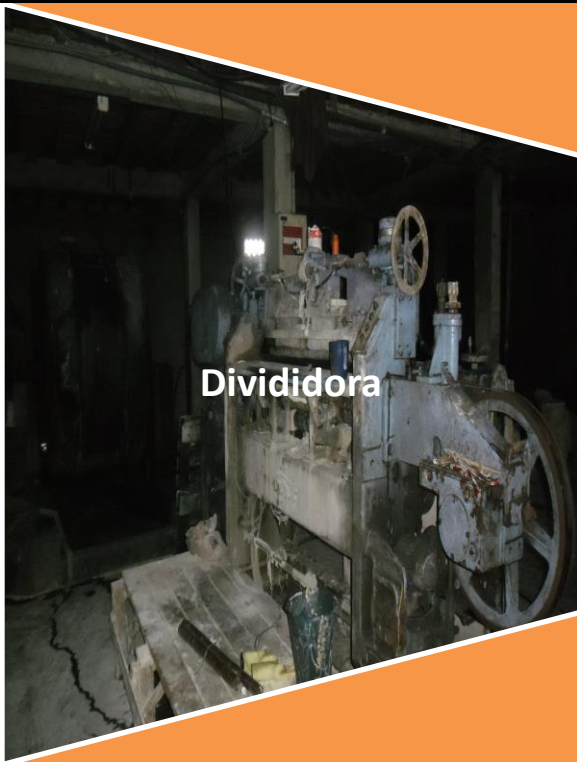


El cuero terminado de este modo se encuentra listo para su exhibición, distribución y comercialización.

1.15 Maquinarias y Equipos

Gráfico No 4





Divididora



Raspadora Mediana



Raspadora Pequeña



Prensa



Estacadora



Compresores



Caldero



Camión

1.16 Infraestructura Existente

Gráfico No° 5



1.17 Propiedades del Producto

LA PIEL

El cuero natural es el pellejo que cubre la carne de los animales después de curtido y preparado para su conservación y uso doméstico e industrial. La piel es el subproducto más importante de la industria frigorífica o de la carne. El curtido lo valoriza transformándolo en cuero.

Gráfico No° 6



La palabra cuero proviene del latín curia (piel de los animales, curtida), es decir se trata de la piel tratada mediante curtido. El cuero en definitiva proviene de una capa de tejido que recubre a los animales y que tiene propiedades de resistencia y flexibilidad bastante apropiadas para su posterior manipulación. La capa de piel es separada del cuerpo de los animales, se elimina el pelo o la lana, salvo en los casos en que se quiera conservar esta cobertura pilosa en el resultado final y posteriormente es sometida a un proceso de curtido. El cuero se emplea como material primario para otras elaboraciones.

La Península Ibérica ha estado desde sus comienzos muy unida con la piel. Se puede ver sino la definición que hace de Hispania ofrece Estrabón poco después de iniciarse la era cristiana: "Hispania es semejante a una piel extendida a lo largo de Occidente a Oriente", y a veces mencionamos que la península es una piel de toro, indicando únicamente la forma de la península.

La Piel se puede definir utilizando tres criterios diferentes: estructural, embriológico o funcional.

Criterio Estructural: Desde este punto de vista, se define como un órgano constituido por tres capas: Epidermis, Dermis e Hipodermis. En las tres intervienen los tejidos: Epitelial, Conjuntivo, Muscular y Nervioso. Toda la epidermis es un epitelio especializado sumamente complejo, mientras que la dermis e hipodermis están constituidas por tejido conjuntivo.

Criterio embriológico: Está constituido por tres capas: Ectodermo, Mesodermo y Endodermo.

Criterio funcional: La piel es un órgano vital que tiene funciones específicas: Órgano de protección sumamente eficaz, también es un órgano termorregulador, cumple con la función de mantener la temperatura corporal y la cumple en base a determinadas estructuras fundamentales que son las glándulas sudoríparas y la basculación (irrigación sanguínea).

Es un órgano sensorial ya que posee diseminados en toda su superficie una serie de ramificaciones nerviosas con funciones motoras.

Gráfico No 7

Actúa como depósito de determinadas sustancias químicas, como son los lípidos.

Es un órgano de secreción de diferentes productos que van desde el sudor, hasta productos de secreción mucho más elaborados como la secreción láctea.

La piel se constituye el revestimiento de los animales superiores. Es una sustancia heterogénea,

generalmente cubierta de pelos o lana y formada por varias capas superpuestas.

La piel responde a los cambios fisiológicos del animal, por lo tanto reflejará en ella muchas características importantes y específicas tales como: edad, sexo, dieta, medio ambiente y estado de salud.



Una resistencia al desgarrar puede, por contra, producir una rotura al coser. Los botones grandes pueden desgarrar el cuero durante la limpieza en seco y es aconsejable que se saquen antes. En algunos casos también es conveniente quitar los botones pequeños del reverso. Durante la limpieza en seco pueden desgarrarse las zonas muy delgadas.

La contracción no puede ser determinada antes de limpiar la prenda pero es muy conveniente tomar la medida inicial de ancho y largo total para evitar pérdidas exageradas. Una contracción del área del 5% generalmente puede ser tolerada debido a que en la rehumidificación, vaporización y extensión, antes del planchado, pueden restablecer este grado de contracción.

- Si la prenda se calienta por encima de su temperatura de contracción ya sea en el bombeo o en el planchado a vapor se producen daños irreversibles por la acción del calor. En este caso se produce un endurecimiento general y, si es fuerte, incluso puede romperse el cuero.
- En la práctica del secado de prenda de cuero, la temperatura de la corriente de aire en el bombeo de secado debe ser inferior a 50 °C.
- La vaporización tampoco debe exceder de esta temperatura en el cuero, y deberá hacerse siempre antes del planchado y no cuando la prenda esté bajo presión.
- Algunas prendas de cordero de color blanco tienen una curtición sal-alumbre y presentan una resistencia al calor sólo ligeramente superior a la de la piel en

bruto. En este caso la temperatura en el bombo de secado debe reducirse a 37 °C y no hace la vaporización. Un ensayo rápido es poner la lengua sobre el cuero y si el gusto es un salado típico se confirma que lleva este tipo de curtición.

1.18 Productos a Exportar

Gráfico No 8

NAPA VESTIMENTA	NAPA FLOTER
NOBUK	CUERO CARTERA
BORREGO	

1.19 Estructura Organizacional Actual y Proyectada.

1.19.1. Estructura Organizativa de la Empresa

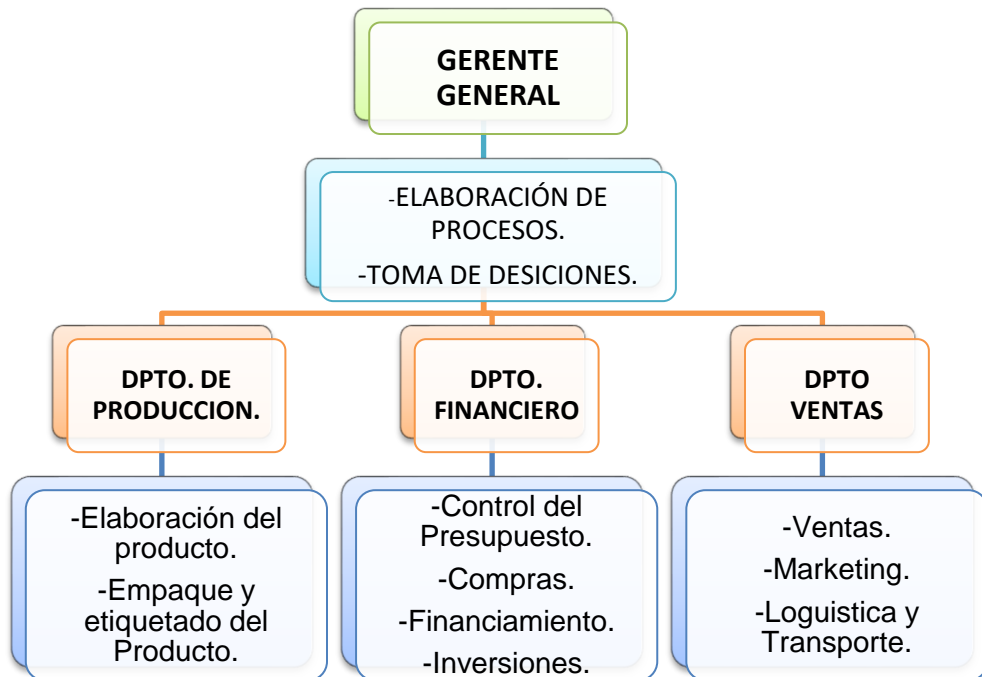
En lo que respecta a cómo se llevará a cabo el negocio, se ha acordado que dado el giro de nuestra empresa es necesario que “nazca” como comercializadora de su producción. El nombre de la empresa será “PIELES PUMA”.

Sin embargo, una de nuestras metas es que una vez que se esté bien establecido y con el suficiente capital y posicionamiento en el mercado, se buscará la expansión entorno a la inversión en activos que nos permitirán llevar a cabo la producción con independencia, esto claro en el largo plazo. Optando por la medida de maquilar la producción, nuestros costos de fabricación serán en su mayoría costos variables que nos permitirán obtener un precio de venta competitivo y rentable.

La estructura organizacional propuesta para la realización del proyecto de acuerdo a los requerimientos del personal de la organización, se puede observar en el siguiente cuadro, en donde se pueden observar los principales cargos y sus objetivos para cada departamento.

1.19.2. Organigrama Funcional

Gráfico No 9



1.20 Recursos Humanos

1.20.1 Descripción de Cargos

El Recurso Humano es clave para una buena ejecución de cualquier proyecto, por eso la selección de la gente que se vincule a las actividades departamentales debe ser escogida con mucho cuidado buscando siempre la mejor disposición y los conocimientos necesarios para poder desarrollar esas funciones de cada carga.

Cada candidato será evaluado para poder determinar si el postulante cumple con los requerimientos necesarios para el cargo que desempeñara.

Los diferentes departamentos que estará conformada la empresa tendrán los cargos a desempeñarse que se detallan a continuación:

- Gerente
- Departamento de Producción.
- Departamento de Ventas.

1.20.2 Definición de Cargos

Manual de Funciones

CARGO	PERFIL	SALARIO
GERENTE GENERAL Y COMERCIAL	Profesional de Administración de Empresas, con perfecto manejo del idioma inglés, conocimiento y aplicación eficiente de los sistemas de información, con competencias para la comunicación, trabajo en equipo, sentido de liderazgo, conocimiento de modelos de mejoramiento continuo y normatividad legal vigente para procesos de exportación. Persona capacitada para trabajar bajo presión, con alto sentido de responsabilidad, honestidad y excelentes relaciones interpersonales.	\$ 600 Mas prestaciones de Ley

CARGO	PERFIL	SALARIO
GERENTE DE COMERCIO EXTERIOR	Profesional de Administración de Empresas, con perfecto manejo del idioma inglés, experiencia en comercio exterior, conocimiento y aplicación eficiente de los sistemas de información, con competencias para la comunicación, trabajo en equipo, sentido de liderazgo, conocimiento de modelos de mejoramiento continuo y normatividad legal vigente para procesos de exportación, capacidad negociadora y persuasiva. Persona capacitada para trabajar bajo presión, con alto sentido de responsabilidad, honestidad y excelentes relaciones interpersonales	\$ 500 Mas prestaciones de Ley

CARGO	PERFIL	SALARIO
GERENTE DE PRODUCCIÓN	<p>Profesional de Administración de Empresas, con perfecto manejo del idioma inglés, experiencia en comunicación, conocimiento y aplicación eficiente de los sistemas de información, con competencias para la comunicación, trabajo en equipo, sentido de liderazgo, conocimiento de modelos de mejoramiento continuo y normatividad legal vigente para procesos de exportación, Alto grado de organización y sentido de pertenencia, capacidad negociadora. Persona capacitada para trabajar bajo presión, con alto sentido de responsabilidad, honestidad y excelentes relaciones interpersonales</p>	<p>\$ 470 Mas prestacione s de Ley</p>

1.21 Posicionamiento

El posicionamiento en el mercado de un producto o servicio es la manera en la que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia.

1.21.1 Ventaja Competitiva

La ventaja competitiva es la diferenciación en su elaboración, es un cuero 100% natural ya que está elaborado por pieles naturales como es el cuero bovino y ovino es elaborado a mano por lo que se convierte en un producto altamente Ecológico.

CAPITULO II

2. DIAGNÓSTICO

2.1 Diagnóstico Interno

Gráfico No 10

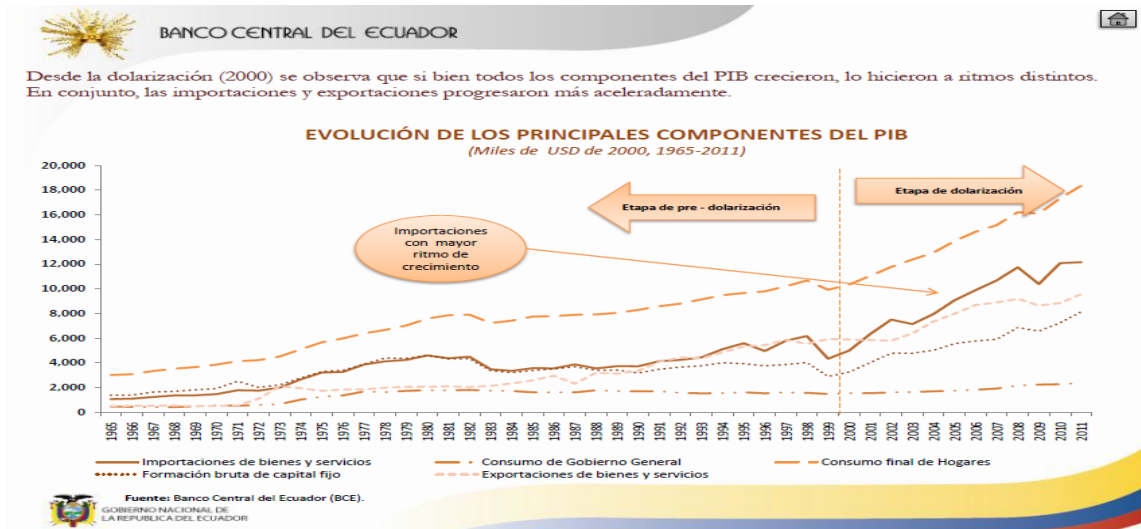


Gráfico No 11

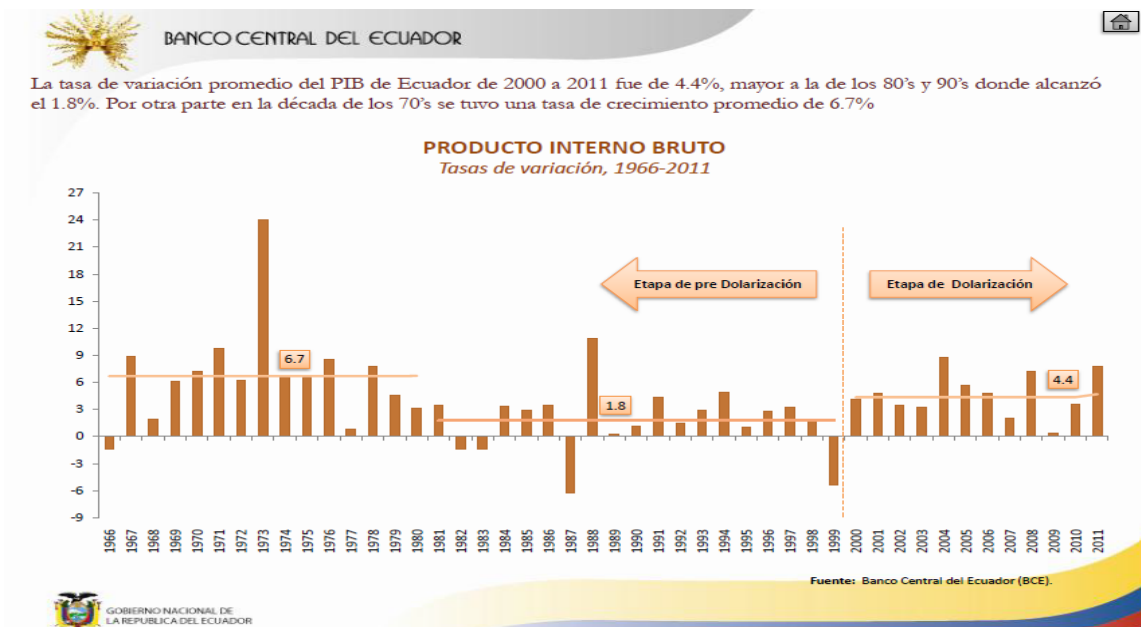


Gráfico No 12

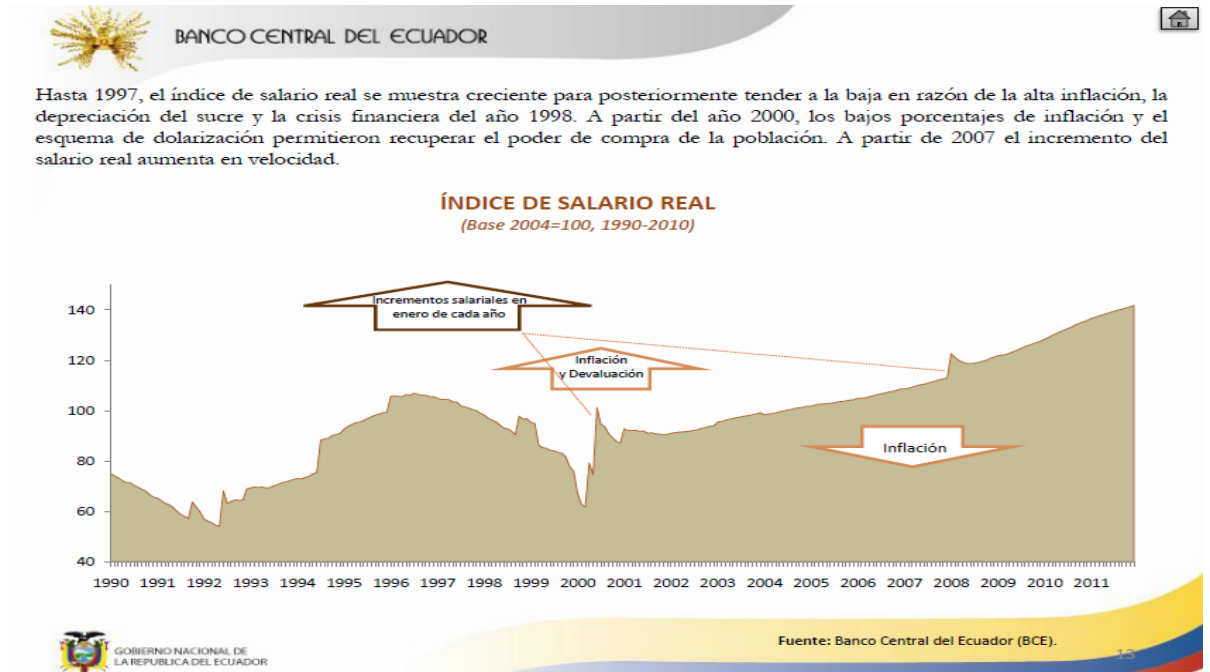


Gráfico No 13

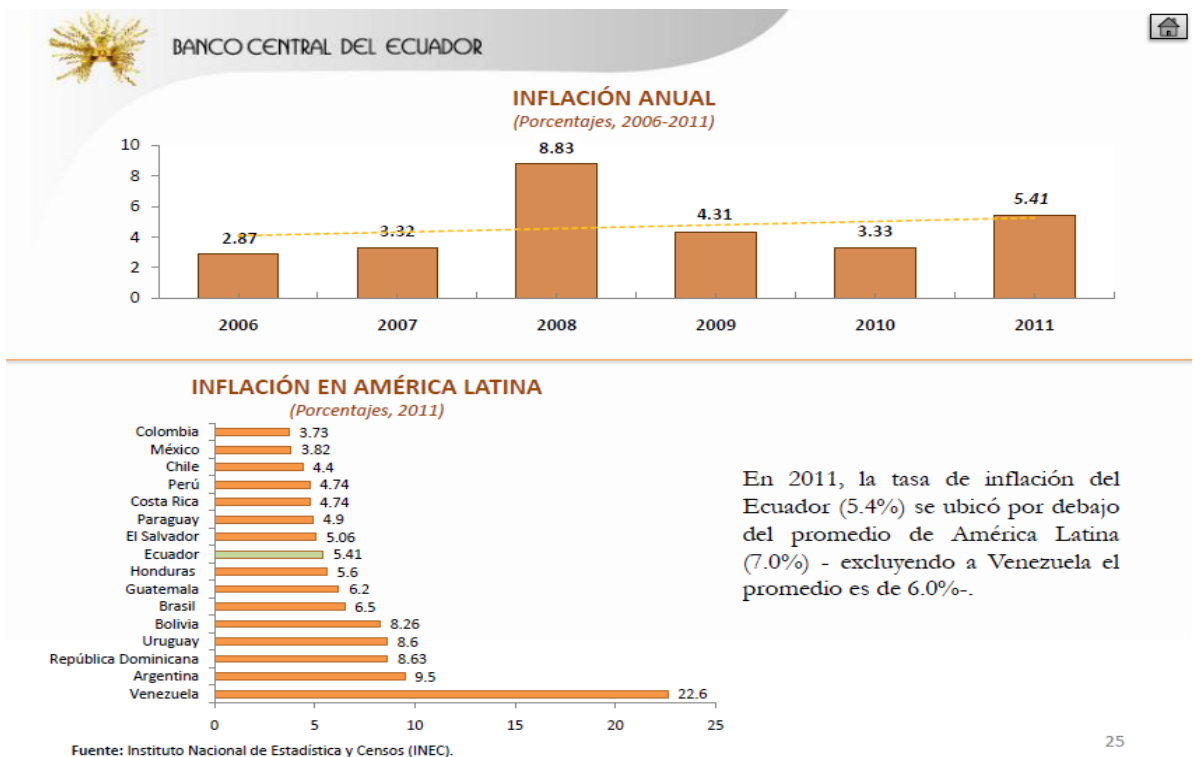


Gráfico No 14

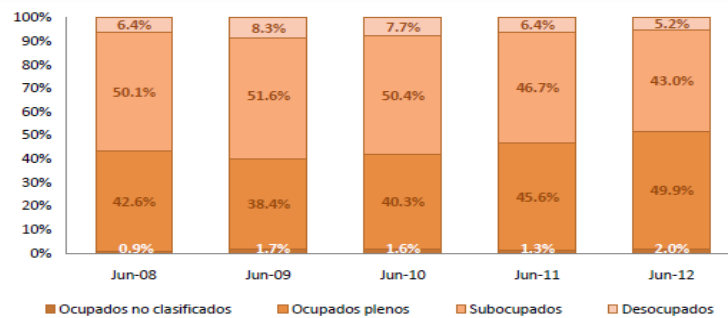


BANCO CENTRAL DEL ECUADOR



Dentro de la estructura del mercado laboral y como parte de la PEA, en junio de 2012, la tasa de *ocupados plenos* representó la mayor parte, con una participación de 49.9%; la tasa de *subocupación* fue la segunda en importancia al situarse en 43.0%; le sigue la tasa de *desocupación* total (5.2%) y finalmente en mínimo porcentaje los *ocupados no clasificados* que son aquellos que no se pueden clasificar en *ocupados plenos* u *otras formas de subempleo*, por falta de datos en los ingresos o en las horas de trabajo. Estos resultados con respecto al mes de junio de 2011, evidencian que los *subocupados* y los *desempleados* disminuyeron en 3.7 y 1.2 puntos porcentuales, respectivamente, en tanto que los ocupados plenos aumentaron en 4.3 puntos porcentuales.

DISTRIBUCIÓN DE LA PEA



Fuente: INEC



GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

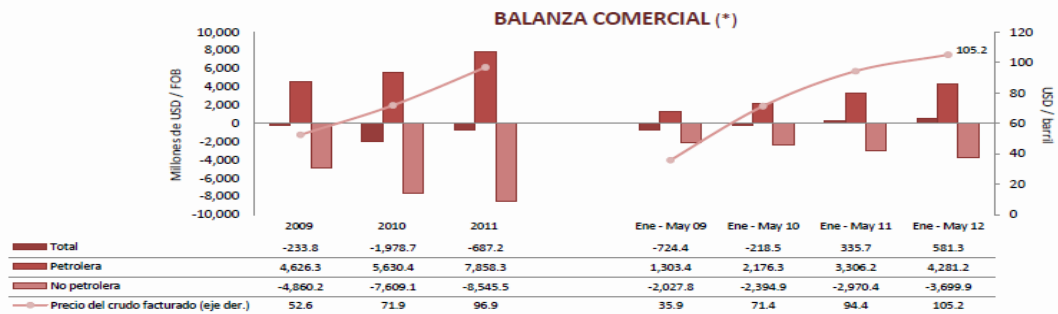
Gráfico No 15



BANCO CENTRAL DEL ECUADOR



La *Balanza Comercial Total*, registró un superávit de USD 581.3 millones durante enero – mayo 2012, resultado que al ser comparado con el obtenido en el mismo período del año 2011 (USD 335.7 millones), representó un incremento del 73.1%. La *Balanza Comercial Petrolera* tuvo un saldo favorable de USD 4,281.2 millones, 29.5% superior al saldo registrado en los cinco primeros meses del año 2011 (USD 3,306.2 millones), principalmente como consecuencia del incremento del precio del barril de petróleo y sus derivados (11.9%). La *Balanza Comercial No Petrolera* contabilizó saldos comerciales negativos al pasar de USD -2,970.4 a USD -3,699.9 millones, lo que significó un crecimiento del déficit comercial no petrolero de 24.6%.



(*) Las cifras son provisionales; su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior. A partir de 2011, y en el marco de la Ley Reformativa a la Ley de Hidrocarburos, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 244 de julio 27 de 2010, en las estadísticas de las exportaciones de petróleo crudo, se incluye a la Secretaría de Hidrocarburos, del Ministerio de Recursos Naturales no Renovables del Ecuador, como nueva fuente de información. Esta entidad es la responsable de proveer información sobre las distintas modalidades de pago, que por concepto de tarifa, reciben las compañías petroleras privadas que operan en el Ecuador, bajo la modalidad contractual de prestación de servicios. Para fines de este gráfico, se incluye el pago en especie destinado a la exportación.



GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

Fuente: BCE

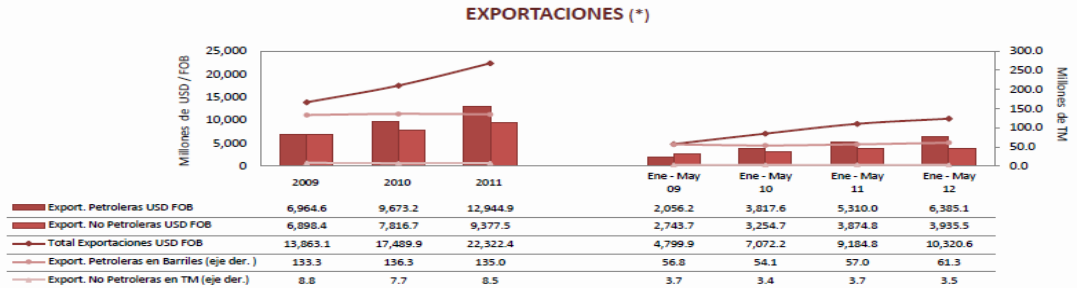
Gráfico No 16



BANCO CENTRAL DEL ECUADOR



Las *exportaciones totales* en valores FOB durante los meses de enero y mayo de 2012 alcanzaron USD 10,320.6 millones, creciendo en 12.4% frente a las ventas externas registradas durante enero – mayo de 2011 (USD 9,184.8 millones); las ventas al exterior en valor FOB de *productos Petroleros* se incrementaron en 20.2% y en volumen (barriles) en 7.4%; los bienes *No petroleros*, crecieron en valor FOB en 1.6% y en volumen (toneladas métricas) disminuyeron en -5.7%.



(*) Las cifras son provisionales; su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior. A partir de 2011, y en el marco de la Ley Reformatoria a la Ley de Hidrocarburos, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 244 de julio 27 de 2010, en las estadísticas de las exportaciones de petróleo crudo, se incluye a la Secretaría de Hidrocarburos, del Ministerio de Recursos Naturales no Renovables del Ecuador, como nueva fuente de información. Esta entidad es la responsable de proveer información sobre las distintas modalidades de pago, que por concepto de tarifa, reciben las compañías petroleras privadas que operan en el Ecuador, bajo la modalidad contractual de prestación de servicios. Para fines de este gráfico, se incluye el pago en especie destinado a la exportación.

Fuente: BCE



GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

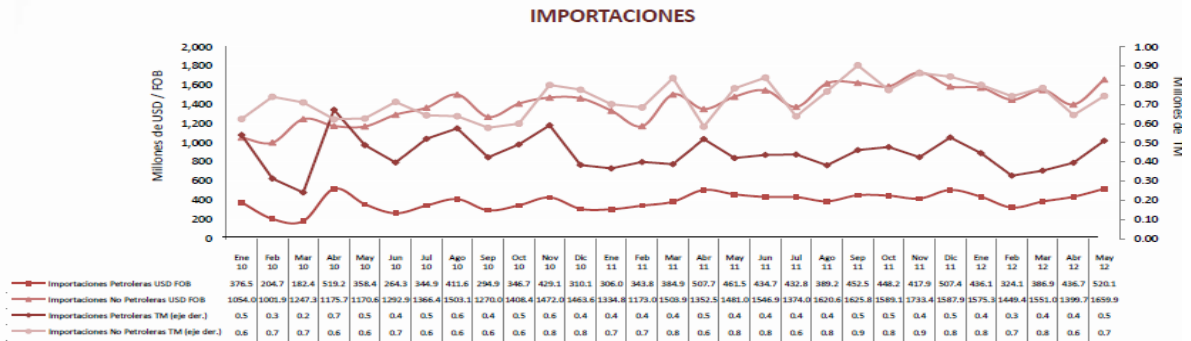
Gráfico No 17



BANCO CENTRAL DEL ECUADOR



Las compras del exterior *petroleras* en el mes de mayo de 2012, en valor FOB y volumen (TM) crecieron en 19.1% y 29.1%, respectivamente, frente a las importaciones realizadas en abril de 2012. En cuanto a las importaciones *no petroleras*, de igual manera estas fueron mayores en los dos rubros valor FOB (18.6%) y volumen (15.4%).



Fuente: BCE



GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

2.2 Diagnóstico externo. Gráfico No 18

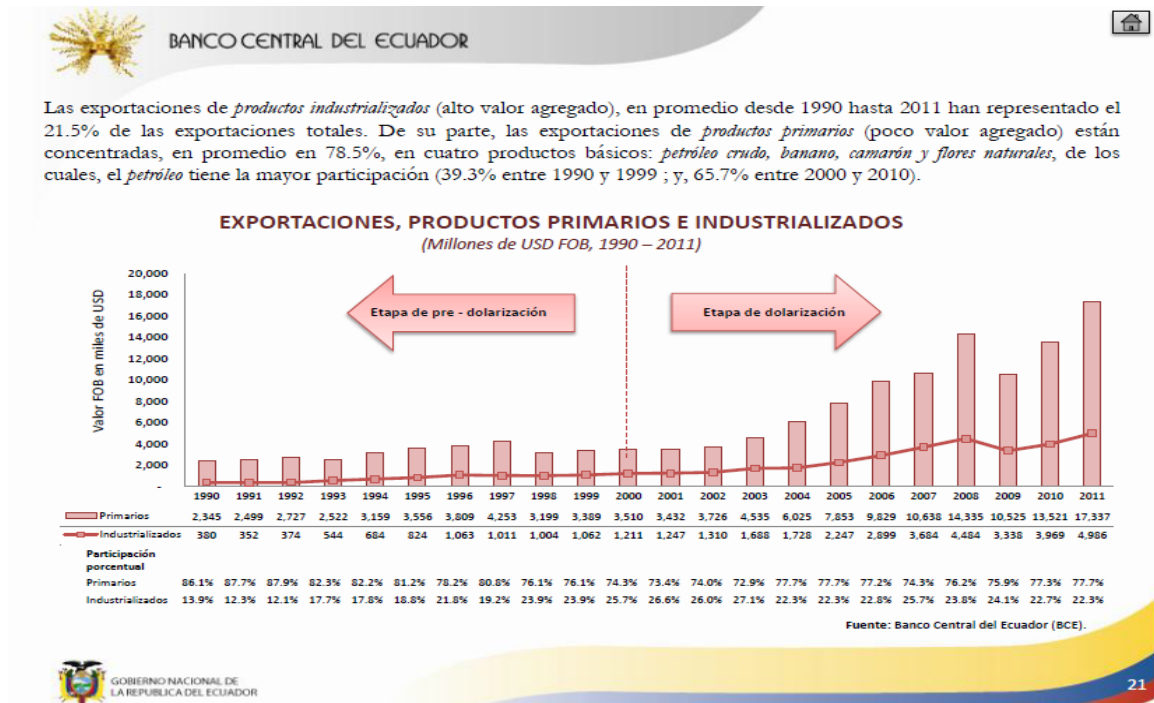


Gráfico No 19

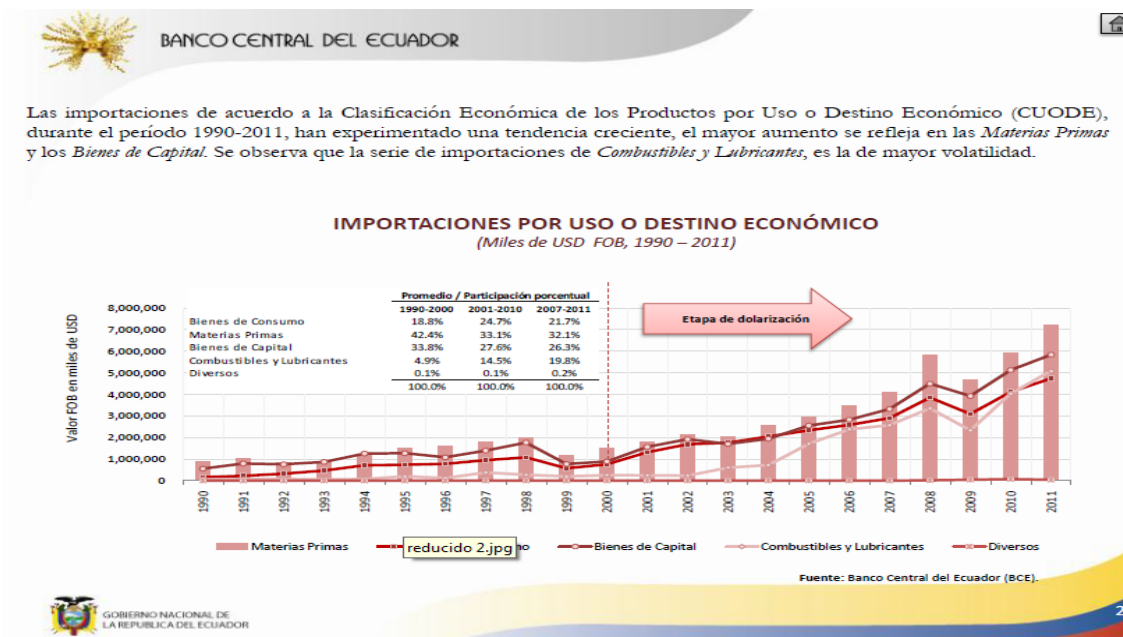


Gráfico No 20

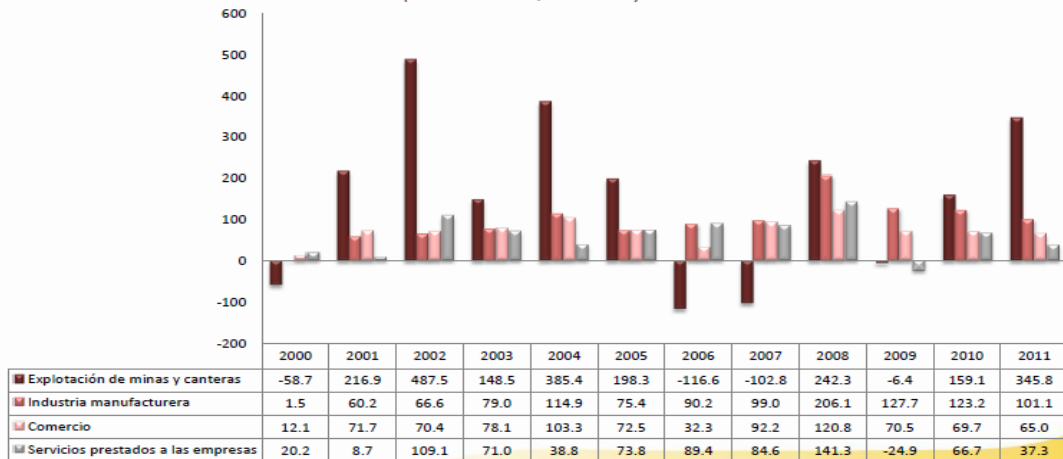


BANCO CENTRAL DEL ECUADOR



Entre los años 2000 a 2011, en la IED neta por ramas de actividad, la que más destaca es la dirigida al sector de *Explotación de Minas y Canteras* con USD 1,899.2 millones, seguida por la de *Industria Manufacturera* con USD 1,144.8 millones, *Comercio* con USD 858.6 millones, y finalmente *Servicios prestados a las empresas* con USD 716.0 millones.

INVERSIÓN EXTRANJERA NETA POR RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (Millones de USD, 2000-2011)



GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Gráfico No 21

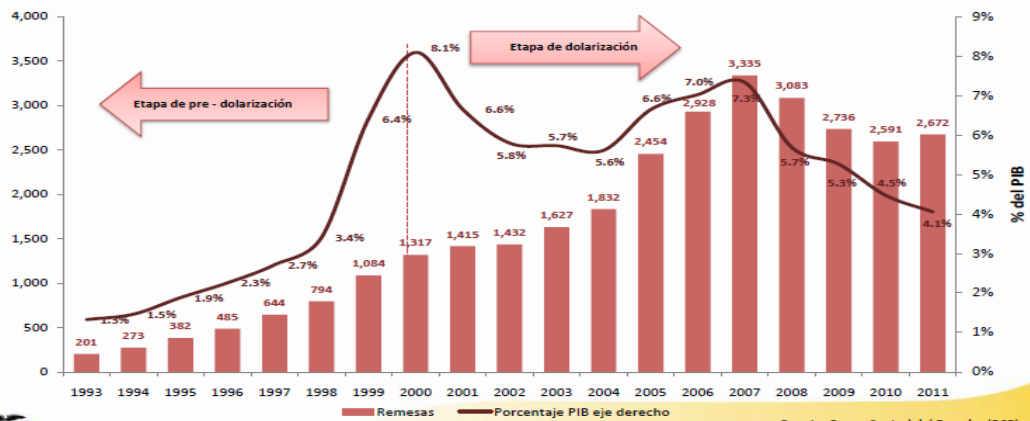


BANCO CENTRAL DEL ECUADOR



Uno de los componentes principales de la *Cuenta Corriente* es la cuenta de *Remesas de emigrantes*, que a lo largo de los años se ha constituido en uno de los ingresos más importantes de la Balanza de Pagos. En el año 2007 las remesas alcanzaron la cifra máxima de USD 3,335 millones equivalentes al 7.3% del PIB y mientras que para el año 2011 se recibieron remesas por el valor de USD 2,672 millones que representaron el 4.1% del PIB.

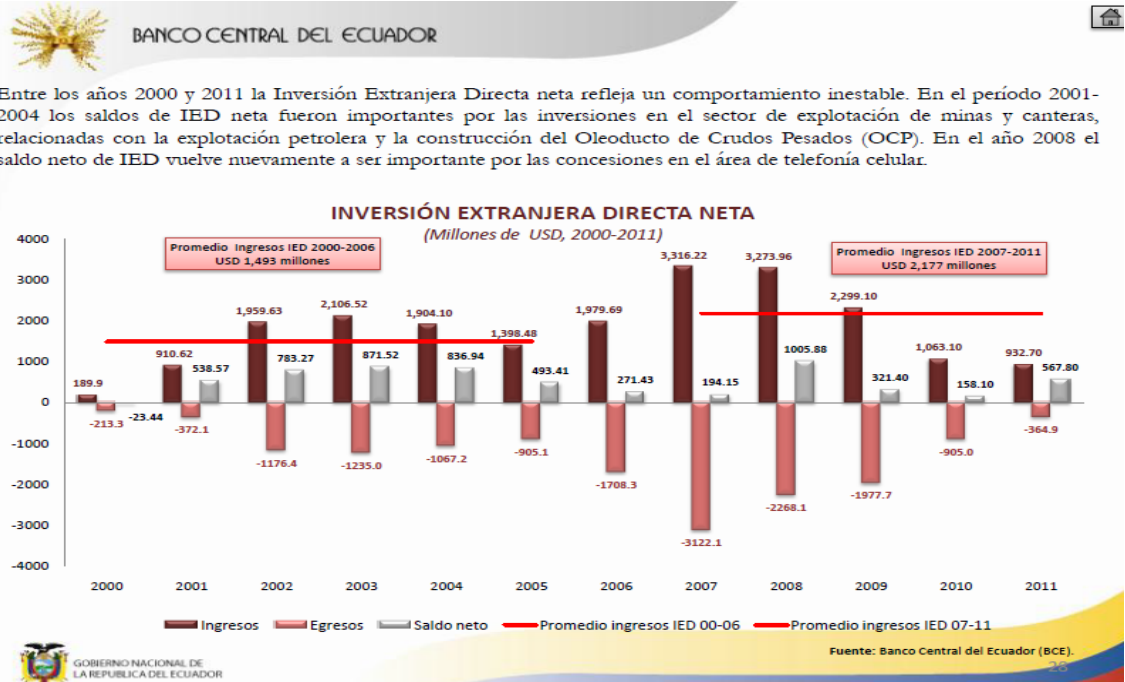
COMPORTAMIENTO DE LAS REMESAS RECIBIDAS (Millones de USD, 1993-2011)



GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Gráfico No 22



2.3 MERCADO DESTINO.

2.3.1 Situación Geográfica.

Economía de Reino Unido-Inglaterra.

Gráfico No 23



El Banco de Inglaterra, en Londres.

Tabla No 2

Moneda	libra esterlina
Año fiscal	6 de abril - 5 de abril
Banco Central	Banco de Inglaterra
Organizaciones	OMC, Unión Europea, OCDE, Commonwealth
Mercado de Valores	Bolsa de Valores de Londres
PIB (nominal)	2 231 mil millones (2010)
PIB (PPA)	2 787 mil millones
Variación PIB	0,7%
PIB per cápita	36 600 (2010)
PIB por sectores:	agricultura 0,9%, industria 22,8% comercio y servicios 76,2%



	(2010)
Inflación (IPC):	3,8%
IDH:	sin informaciones
Población bajo la línea de pobreza:	14% (2010)
Fuerza Laboral:	31,2 millones (2010)
Desempleo:	5,5% (2010)
Principales Industrias:	máquinas-herramienta, equipamientos eléctricos, equipamientos de automatización, equipamientos de ferrocarril, construcción naval, aeronaves, vehículos de motor y partes, electrónicos y equipamientos de comunicaciones, metales, sustancias químicas, carbón, petróleo, papel y productos de papel, procesamiento de alimentos, textiles, ropa, otros bienes de consumo
Exportaciones	468,7 mil millones (2010)
Productos Exportados	manufacturados, combustibles, productos químicos, alimentos, bebidas, tabaco
Destino de Exportaciones	Estados Unidos 14,2%,Alemania 11,1%, Francia 8,1%,República de

	Irlanda 8%, Países Bajos 6,8%, Bélgica 5,3%, España 4,5%, Italia 4,1% (2010)
Importaciones	645,7 mil millones (2010)
Productos Importados	manufacturados, máquinas, combustibles, alimentos
Origen de Importaciones	Alemania 14,2%, Estados Unidos 8,6%, República Popular de China 7,3%, Países Bajos 7,3%, Francia 6,9%, Bélgica 4,7%, Noruega 4,7%, Italia 4,2%
Deuda externa (Pública y Privada)	10 450 mil millones (2010)
Ingresos	1 107 mil millones
Gasto público	1 242 mil millones
Reservas internacionales	57,3 mil millones (2010)
Ayuda económica	8 mil millones

2.3.2 BALANZA COMERCIAL

✓ Análisis Comparativo

Tabla No 3

	 Reino Unido	 Ecuador
% terreno agricultura	11,00 %	11,00 %
Capital	LONDRES	QUITO
Centrales nucleares	19	0
Consumo petróleo	1.669.000 bbl	181.000 bbl
Deuda externa	9.836.000,00 millones (\$)	14.320,00 millones (\$)
Emisiones de CO2	8,80 Tn	2,20 Tn
Habitantes	63,047,162 personas	15,426,592 personas
Medallas en los JJ.OO.	714	2
PIB	2.246.079.150.000,00 \$	58.909.999.000,00 \$
Potencia eléctrica	3.195 KW/h	310 KW/h
Producción petróleo	1.502.000 bbl	485.700 bbl
Renta per cápita	35.165,00 \$	4.202,00 \$
Reservas petróleo	3.084.000.000,00 bbl	6.542.000.100,00 bbl
Superficie	244.820,00 km ²	283.560,00 km ²
Superficie forestal	28.810,00 km ²	98.650,00 km ²
Tasa de natalidad	2,00 personas	2,50 personas
Tropas en activo	195.000 personas	59.000 personas
Usuarios de Internet	83,20 %	15,10 %

FUENTE: <http://estadisticasEconomicasdelInglaterraReinoUnido.htm>

2.3.3 Cultura de Consumo

Como en todos los países altamente desarrollados, los principales factores en contra de la economía del Reino Unido lo representan los altos salarios y la fuerte presencia en los sectores de manufacturas e industria pesada de los países emergentes, sobre todo China, Taiwán, India y Corea del Sur.

La agricultura representa únicamente el 1% del PIB y contribuye apenas con el 2% de la PPA(Paridad de poder Adquisitivo). Altamente mecanizada, sus principales producciones son de patatas, remolacha, trigo y cebada.

La ganadería es también significativa, sobre todo la ovina y la bovina, siendo un gran productor europeo de leche y sus derivados. La pesca, sin embargo, sufre un proceso de reconversión agudo, al igual que el resto de las flotas de los países de la Unión Europea debido a la disminución del volumen de pescado en los caladeros tradicionales.

En la industria, las principales actividades son la maquinaria, el material de transporte (vehículos, ferrocarriles y aeronáutica) y los productos químicos. El alto desarrollo tecnológico y las grandes sumas destinadas a investigación hacen que la economía británica goce en estos de buena salud. Los sectores en crisis son el textil y el naval.

Con el descubrimiento en 1970 de reservas abundantes de petróleo y gas natural en el Mar del Norte, se inició la explotación comercial en 1975 y, en la actualidad es el segundo productor europeo, tras Noruega. En materia energética, dispone igualmente de centrales nucleares que abastecen de energía a la población y las empresas, así como aseguran el mantenimiento de su capacidad militar nuclear. El Reino Unido fue el primer país del mundo en poner en funcionamiento una central nuclear para fines civiles en 1956.

El sector servicios es el que más aporta el PIB del país, destacando entre ellos la Bolsa y los servicios financieros banca y compañías de seguros. La Bolsa de Londres es la segunda plaza financiera mundial tras la de Nueva York, y la capital británica es la ciudad europea con más actividad en el mercado de capitales. La otra gran capital financiera e industrial del Reino Unido es Edimburgo donde se sitúan importantes empresas del país y mundiales.

Aunque integrado el país en la Unión Europea, el llamado "euroescepticismo" tradicional de los británicos le mantiene fuera de la zona euro, siendo la divisa del país la Libra esterlina.

2.4 Análisis Situacional de la Empresa.

La microempresa Pieles Puma., sin importar su tamaño o el sector en que se desenvuelve, precisa elaborar un Proyecto de Negocio.

PIELES PUMA; principalmente estará orientada a la comercialización de cuero ovino y bovino en el mercado inglés, considerando que nuestro país tiene ventaja competitiva en la producción, además, se presenta una oportunidad en el mercado de destino.

2.4.1. Descripción de la Microempresa

PIELES PUMA, se desarrollará en actividades comerciales como distribuidor mayorista, en un ambiente geográfico de alcance internacional. De acuerdo a su volumen de operaciones, se la puede considerar como una microempresa. Pieles Puma., surge de la necesidad de promover el cuero ovino y bovino en el exterior, así como, de proyectar una visión más amplia del país durante los próximos años.

2.4.2. Principios de la Microempresa

- ❖ La empresa debe ser capaz de cumplir con la cantidad de Cuero ovino y Bovino requerida en cada pedido.
- ❖ La empresa debe asegurar un estándar de calidad de los productos comercializados y exportados.

- ❖ Trabajo en equipo para obtener los resultados deseados.
- ❖ Mejoramiento continuo, basados en la calidad de nuestros productos y procesos.
- ❖ Responsabilidad, basados en principios de ética y lealtad.
- ❖ Conciencia, conservar el medio ambiente para contribuir a mantener el equilibrio ecológico y la calidad de vida de nuestro entorno.
- ❖ Adaptabilidad, mantener un clima organizacional motivante, en el que cada persona pueda desarrollar sus competencias y habilidades.

2.4.3. Estrategias de Crecimiento

La estrategia de crecimiento más adecuada para la Exportación de Cuero a Inglaterra es:

- ❖ Penetración en el mercado
- ❖ Desarrollo de productos

2.4.4. Estrategia de Penetración en el Mercado

- ❖ Posicionamiento de la marca
- ❖ Aumentar las ventas del producto actual (cuero ovino y bovino) en el mercado (Inglaterra).
- ❖ Aumentar el tamaño del mercado
- ❖ Hallar nuevas oportunidades de utilización del cuero ovino y bovino

- ❖ Mejorar el producto ofertado
- ❖ Mantener un nivel de penetración en el mercado
- ❖ Incentivar a los clientes al consumo

2.5 Análisis Foda.

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

2.5.1 Fortalezas.

- ✓ Preservación de costumbres y tradiciones de la empresa.
- ✓ Elevada creatividad y habilidad manual.
- ✓ Materia prima disponible localmente.
- ✓ Exclusividad en el Diseño.

- ✓ Excelente mano de obra.
- ✓ Entrega Segura y a tiempo.
- ✓ Producto 100% artesanal.
- ✓ Producto natural y ecológico.

2.5.2 Oportunidades.

- ✓ Creciente interés de jóvenes artesanos en asociarse.
- ✓ Mayor demanda de productos elaborados netamente a mano.
- ✓ Intensificación de los artesanos ecuatorianos en participar en ferias internacionales.
- ✓ Prestigio artesanal ecuatoriano reconocido a nivel internacional.
- ✓ Preferencias arancelarias.
- ✓ Creciente apoyo de organismos públicos y privados.
- ✓ Nichos externos con un alto poder adquisitivo.
- ✓ Aprovechamiento de Convenios Internacionales con Inglaterra
- ✓ Realización de ferias y negocios que permiten el contacto con nuevos clientes.
- ✓ Crecimientos de las exportaciones hacia Europa en productos no tradicionales.
- ✓ Tendencia hacia lo natural.
- ✓ Aumento de la demanda para mayor producción.
- ✓ Buena aceptación del producto en el exterior.

2.5.3 Debilidades.

- ✓ Monopolización de la oferta en el Ecuador.
- ✓ Elevada informalidad.
- ✓ Resistencia al cambio de estructura tradicional (Calidad Total).
- ✓ Alto tiempo de elaboración.
- ✓ Calidad Variada de las materias primas.

2.5.4 Amenazas.

- ✓ Patrones de consumo con mucha variabilidad.
- ✓ Imitación y cambio en la materia prima, usada para la elaboración del cuero.
- ✓ Aumento en los costos de la materia prima, que son de consumo diario en su mayoría.
- ✓ Sector con poco apoyo gubernamental.
- ✓ Escasa iniciativa de emprender nuevos productos destinados a nichos específicos de mercado, por falta de información de las necesidades de los mercados.
- ✓ Aparición de un gran competidor o empresa líder con el mismo producto.
- ✓ Competencia con países asiáticos que cuentan con mayor nivel tecnológico y Alta producción ofreciendo un costo menor al consumidor.
- ✓ Productos sustitutos como lo Cueros sintético.
- ✓ Poca difusión del producto a nivel internacional.
- ✓ Difícil acceso al financiamiento.
- ✓ Mano de obra no tecnificada y/o calificada.

- ✓ Falta de una marca Internacional de la producción artesanal del País frente a otros países productores.
- ✓ Escasa información de precios y mercados

2.6. Estrategias FODA

Gráfico No 24

<p>ESTRATEGIAS FO</p> <p>Promover la exclusividad en el diseño del producto aprovechando la aceptación del mismo en el mercado internacional.</p> <p>Aprovechar la tendencia actual por consumir y utilizar productos naturales que ayuden a proteger el medio ambiente.</p> <p>Aprovechar la poca competencia nacional y desarrollar un sistema de entrega óptimo, seguro y a tiempo; el mismo que mantenga la satisfacción del cliente.</p>	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <p>Mantener la excelente mano de obra ecuatoriana que generen productos exclusivos y de calidad, lo que permitirá eliminar las imitaciones por parte de la competencia.</p> <p>Fomentar la existencia de grupos artesanales organizados, con el objetivo de conseguir el apoyo gubernamental para este sector.</p> <p>Realzar el compromiso y motivación de los artesanos para reducir las condiciones de pobreza.</p>
<p>ESTRATEGIAS DO</p> <p>Participar en ferias internacionales, logrando obtener mayor información de precios y mercados que permita el contacto con nuevos clientes.</p> <p>Mantener la frecuencia y el crecimiento de las exportaciones permitirá adquirir mayor experiencia.</p> <p>Aprovechamiento de convenios internacionales ayudará a incrementar la demanda del producto.</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <p>Apoyarse en organizaciones como embajadas, consulados, cámaras; para ofertar el producto a nuevos mercados internacionales.</p> <p>Crear micro y pequeñas empresas artesanales que unidas busque incentivos y apoyo gubernamental.</p> <p>Fomentar la creación de micro y pequeñas empresas para Eliminar la aparición de nuevas empresas competidoras.</p>

2.7 Ventajas y Riesgos al Momento de Exportar

2.7.1 Ventajas:

- Ampliar la participación de la empresa en el mercado.
- Incrementar la producción, utilizando la capacidad ociosa.
- Reducir los riesgos, al no depender únicamente del mercado nacional.
- Se reducen los efectos en caso de estancamiento de la demanda nacional.

- La calidad de los productos se mejora considerablemente cuando estos se adaptan a los estándares internacionales.

2.7.2 Riesgos:

Por otro lado, así como exportar puede traer ventajas, también pueden presentarse riesgos potenciales, tales como:

Lanzarse a Ciegas.- Uno de los riesgos más frecuentes y fáciles de evitar son aquellos que resultan de la inexperiencia. Entre estos podemos mencionar el pretender abarcar muchos mercados al mismo tiempo, sin considerar la capacidad de producción para atender las demandas de altos volúmenes.

Es importante que aquí el empresario, considere esto como un riesgo si su producción o su proveedor no van a poder responderle a determinadas exigencias de volumen o calidad.

Riesgos Financieros.- Es posible que usted envíe la mercadería y no reciba su pago. Aquí pueden presentarse dos situaciones: Usted no cumplió con los requerimientos del comprador (empaquete, calidad, tiempo de entrega, etc.) o bien la persona con quien usted hizo la negociación es deshonesto. Antes de cualquier negociación se debe investigar los contactos y solicitar referencias.

Riesgos Legales.- Usted puede involucrarse en negocios supuestamente "atractivos" que prometen hacerlo rico de la noche a la mañana, sin embargo, estos no siempre son legales.

Riesgos Políticos: Aquellos que pueden darse debido a cambios drásticos en la política de un país. Tales como, movimientos multitudinarios de la población, restricciones a la transferencia de divisas, restricciones sorpresivas a la importación de determinados productos, políticas de proteccionismo a productos locales, etc.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.

3.1. Antecedentes del Mercado Londres – Inglaterra.

Londres⁷ (en inglés, London) es la capital de Inglaterra y el Reino Unido. Situada en el sur de la isla de Gran Bretaña y a orillas del río Támesis, fue fundada alrededor del año 43 por los romanos con el nombre de Londinium.

3.1.1. Extensión y Población

Originalmente, Londres era una ciudad pequeña que comprendía lo que hoy se denomina city of London. Sin embargo, hoy en día es una de las mayores aglomeraciones urbanas o megalópolis del mundo, al haberse extendido a lo largo de kilómetros, abarcando multitud de antiguos pueblos y aldeas colindantes. Con una superficie total de 1.579 kilómetros cuadrados y con 32 distritos, el Londres actual, o Gran Londres, cuenta con 7.172.000 habitantes (2001), que hacen de ésta una de las ciudades europeas más pobladas, junto con Moscú, Estambul y París.

En el censo de 2001, el 71% de los siete millones de habitantes se clasificaba en el grupo de etnia blanca, el 10% en la india, bengalí o paquistaní, el 5% en la africana, el 5% en la caribeña, el 3% en las de razas mixtas y 1% en la china. El mayor grupo

⁷<http://www.rent.it/page-1961/londres.aspx>

religioso es el cristiano (58,2%) y el que carece de religión declarada (15,8%). El 21,8% de los habitantes de Londres son nacidos fuera de la Unión Europea.

El área metropolitana de Londres tiene una población de 13.945.000 habitantes, mayor que las poblaciones de Escocia, Gales e Irlanda del Norte juntas. Es la segunda mayor área metropolitana de Europa, sólo superada por Moscú, y una de las 20 mayores en el mundo, con una vida y flujo económico que la sitúan en el segundo puesto mundial, sólo por detrás de la ciudad de Nueva York (Estados Unidos).

3.1.2. Geografía y Clima.

El Támesis, un río navegable, cruza la ciudad actual y la divide en dos mitades. El río tuvo una gran influencia en el desarrollo de la ciudad. Londres fue fundada en la orilla norte del Támesis y, por muchos siglos, hubo un único puente en la ciudad, el puente de Londres (London Bridge). Como consecuencia, la principal y más histórica zona de Londres es la de la orilla norte del río, donde también se encuentran la mayoría de las atracciones turísticas, cines, teatros, salas de conciertos, galerías. Cuando se construyeron más puentes en el siglo XVIII, la ciudad se expandió en todas direcciones.

Londres tiene un clima temperado, con calor pero con pocos veranos especialmente calurosos, así como también raramente se ve un invierno muy severo. En verano, las

temperaturas raramente ascienden a más de 33°C, aunque las altas temperaturas se han vuelto más frecuentes en los últimos años. La temperatura más alta registrada en Londres fue de 38,1°C.

La economía de Inglaterra ha sido tradicionalmente sólida, lleva décadas establecida como una de las principales economías basadas en la industria y en el comercio, lo cual ha generado que por años su PIB se encuentre entre los 5 primeros del mundo, debajo de Estados Unidos, Japón, Alemania y China.⁸

La clave del éxito en la economía inglesa es que tras las duras pérdidas por la segunda guerra mundial así como también cuando sus colonias se independizaron supieron mantener una doble alianza, manteniendo siempre de cerca a los mercados europeos sin perder ni por un minuto su buen trato con los Estados Unidos, lo que generó que por mucho tiempo la economía inglesa mantuviera muy buenos índices.

En la industrias caracterizan por la producción de la maquinaria, el material de transporte (vehículos, ferrocarriles y aeronáutica) y los productos químicos, pero el sector que más aporta al **PIB inglés** es el sector de los servicios producto de las transacciones en la **Bolsa de Valores**, así como también los servicios financieros de la banca y las compañías de seguros.

Una de las cosas que más ha luchado Inglaterra es para no pertenecer a la eurozona lo que ha logrado manteniendo su moneda que es la **Libra Esterlina** una de las

⁸[http://enciclopedia.us.es/index.php/Londres_\(Gran_Londres\)](http://enciclopedia.us.es/index.php/Londres_(Gran_Londres))

monedas que más transacciones logra diariamente en el mercado de las divisas a nivel mundial.

Londres es una de las principales capitales del mundo y su Bolsa de Valores es la mayor de Europa. La actividad económica de Londres representa un 20% del producto interior bruto del Reino Unido. El perfil económico se ha orientado decididamente hacia el sector servicios. El turismo genera unos 200.000 empleos. El salario promedio en 2010 fue de alrededor de 30.000 libras esterlinas.⁹

La economía de Londres pasa por su incesante actividad financiera, ya que hablamos de uno de los principales centros de negocios del planeta, es por ello que este es uno de sus principales activos, al igual que en ciudades como Nueva York, Tokio o París, pero también al igual que en estas otras ciudades el turismo ocupa una parte importante de la actividad económica.

La industria, la banca, el turismo y el sector servicios, el Puerto y la actividad que genera a su alrededor son las principales actividades económicas que sustentan la vida diaria de esta ciudad.¹⁰

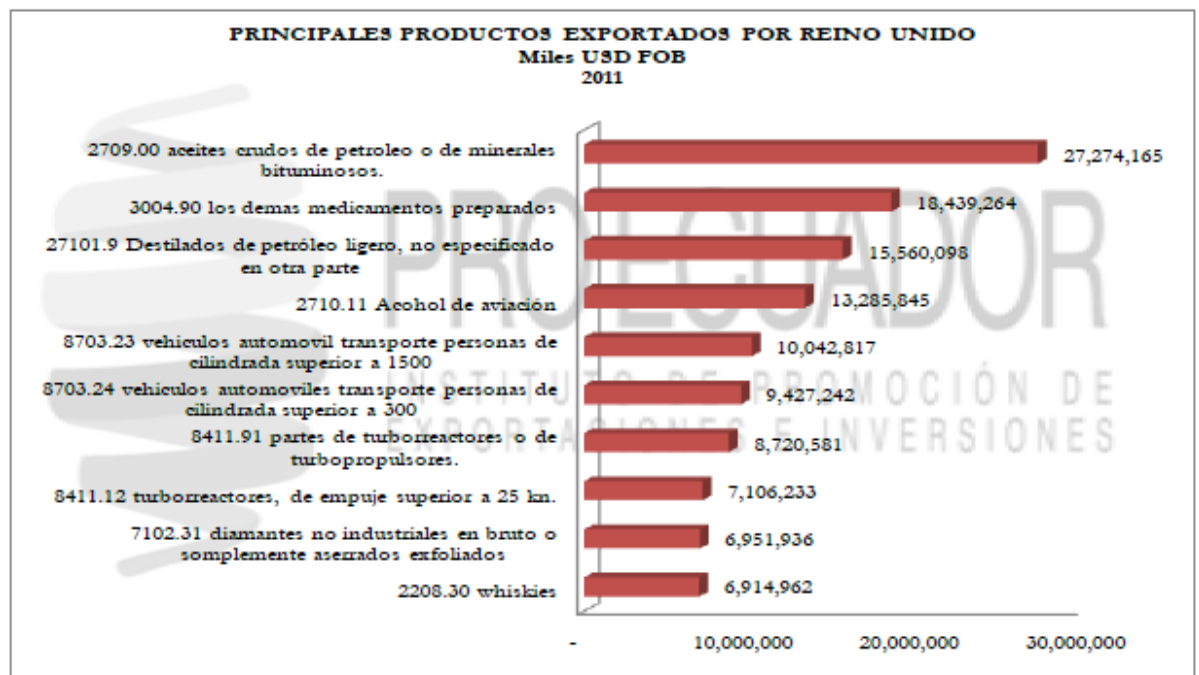
¹⁰<http://london.costasur.com/es/economia.html>

3.1.3. Indicadores Económicos de Londres-Inglaterra.

Tabla No 4

Indicadores Básicos		
	CAPITAL	Londres
DEMOGRAFÍA	Población (julio 2012 est)	63,047,162
	Tasa de crecimiento poblacional anual (est 2012)	0.55%
	Indice de GINI-Distribución del Ingreso	34
	Puesto 41	
	Indice de Desarrollo Humano (2011)	0.86 Puesto 28 Desarrollo Humano Muy Alto
PRODUCCIÓN	PIB (billones* de dólares americanos, est. 2011)	2.42
	PIB per cápita (dólares, est. 2011)	39,381
	Crecimiento del PIB (tasa de crecimiento real, est.2011)	1.1%
	Composición del PIB por sector (2011):	
	Agricultura	0.7%
	Industria	21.6%
Servicios	77.7%	
PRECIOS	Inflación anual (est. 2011)	4.50%
MONEDA	Moneda	Libra Esterlina (GBP)
	Tipo de cambio (GBP por dólar) 2011	0.62 por dólar
EMPLEO	Tasa de Desempleo (% del total de la fuerza de trabajo) 2011 est.	7.90%

Gráfico No 25



FUENTE: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PROECUADOR

Gráfico No 26

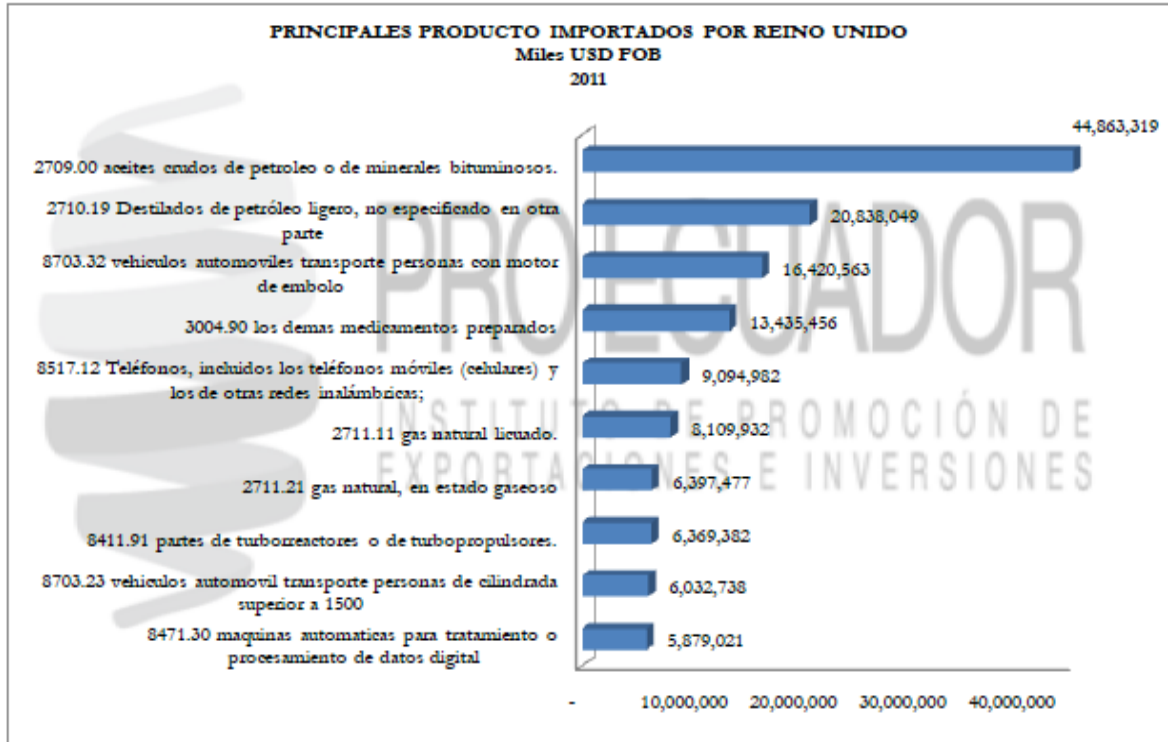
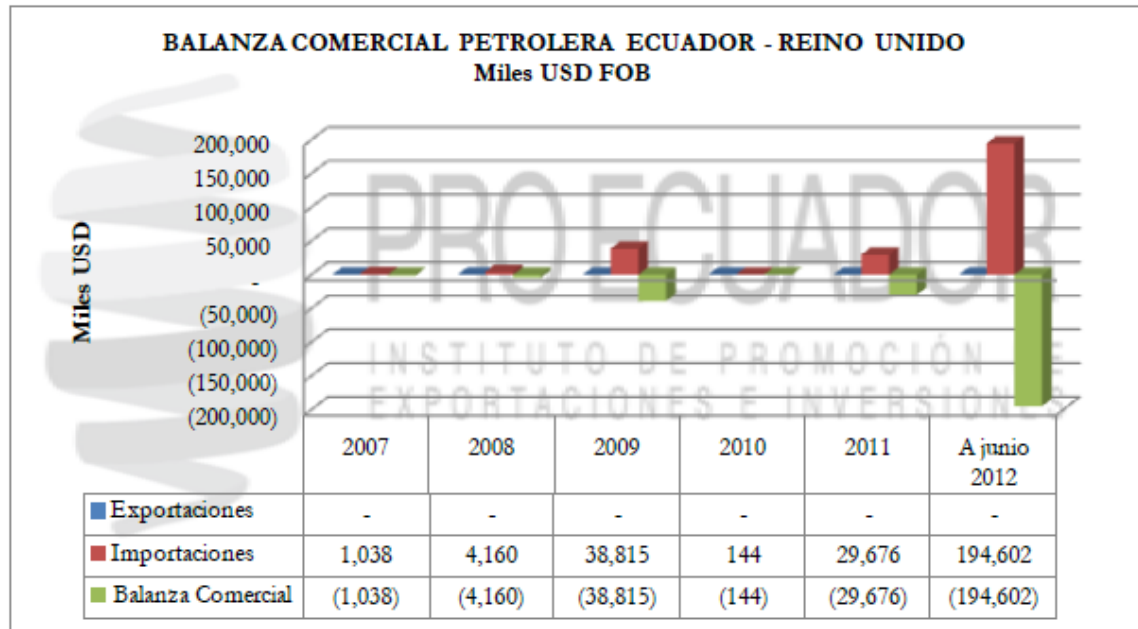


Gráfico No 27



FUENTE: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PROECUADOR

Gráfico No 28

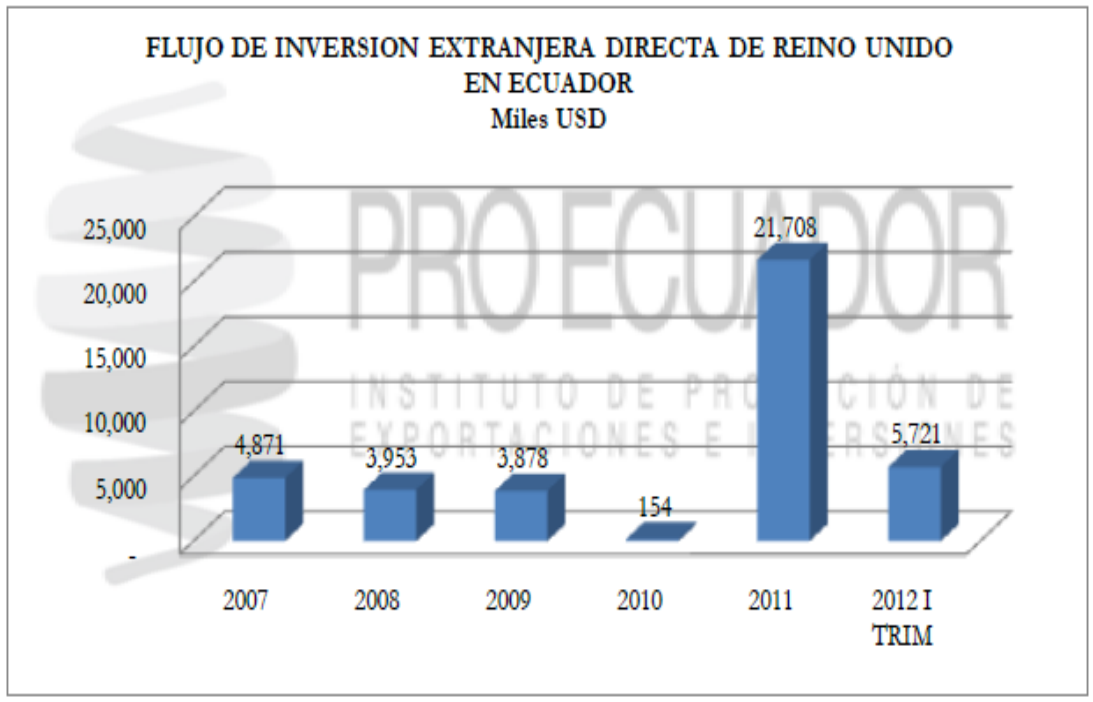
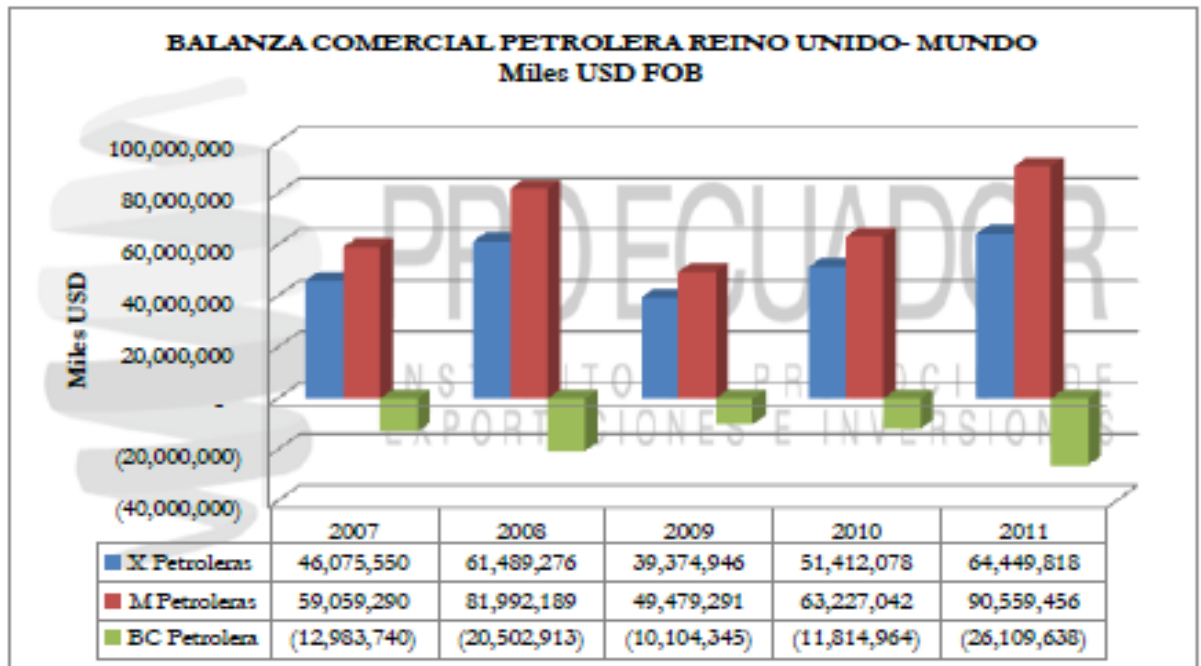


Gráfico No 29



FUENTE: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PROECUADOR

Gráfico No 30

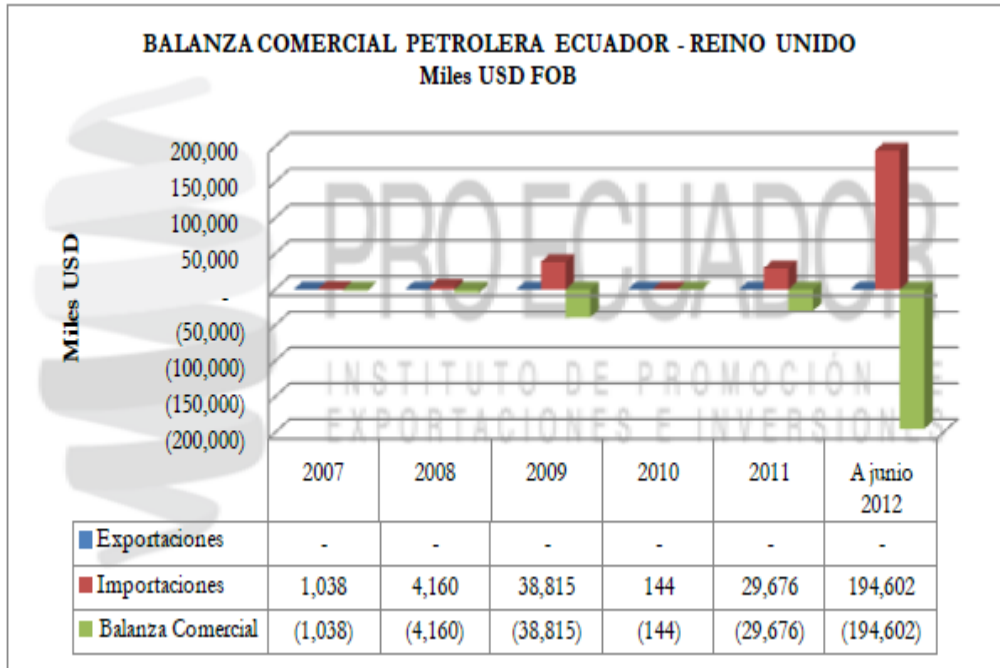
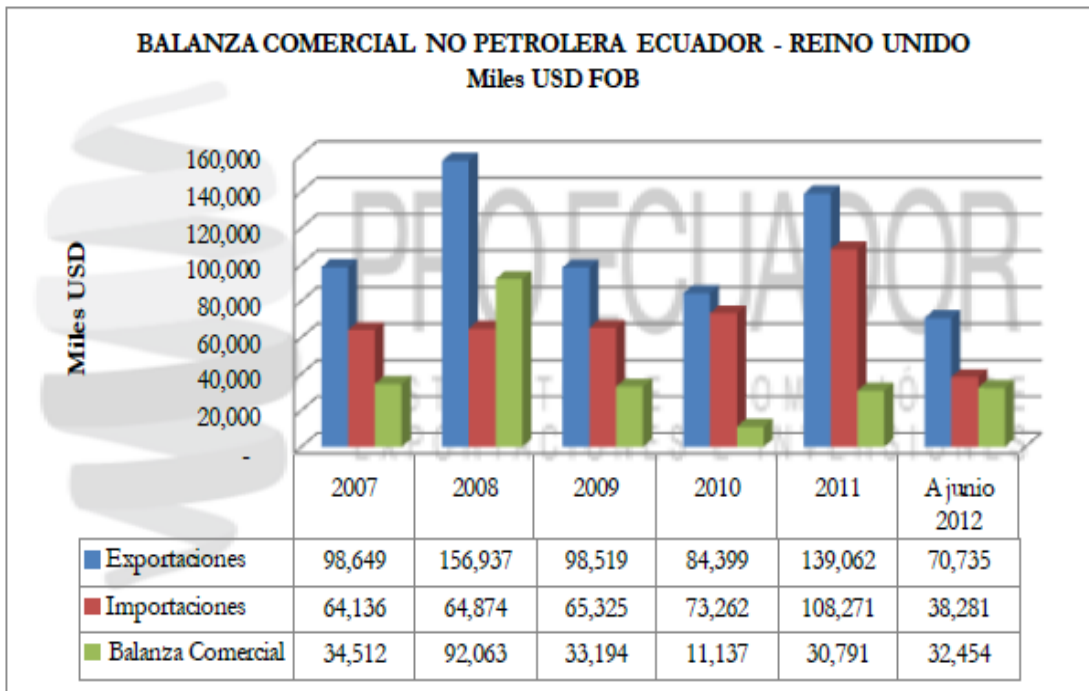


Gráfico No 31



FUENTE: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PROECUADOR

Gráfico No 32

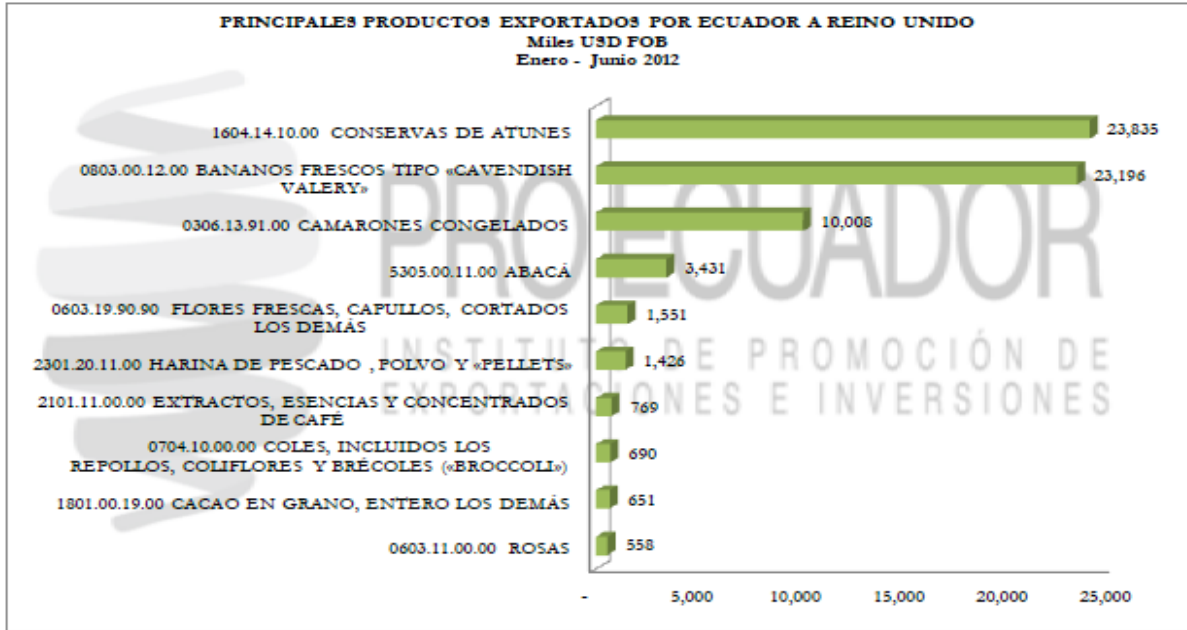
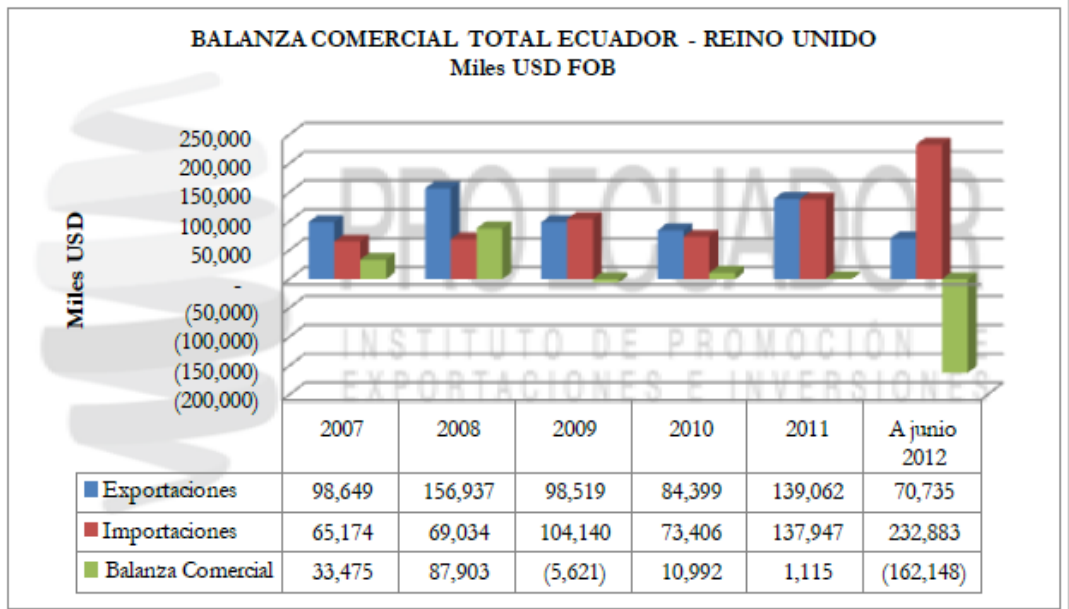


Gráfico No 33



FUENTE: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PROECUADOR

Gráfico No 34



FUENTE: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PROECUADOR.

3.2. Introducción al Mercado

3.2.1. Países Importadores de Cueros.

Ecuador- Importaciones (pies excepto la peletería) Cueros- Anual FOB USD.

Países de procedencia	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ecuador Importaciones						
NO INFORMADO	4.542.848	4.776.254				
Colombia		171.011	1.872.201	3.414.582	2.389.559	717.824
Perú		12.760	487.503	582.518	1.926.476	1.391.218
Italia		84.981	405.140	286.070	372.535	198.990
Brasil		32.892	437.583	540.918	261.246	53.615
Uruguay			339.247	125.064	16.427	44.760
China			11.059	118.147	61.261	215.788
Chile		33.500	189.538	65.313	64.960	
Venezuela			16.130	283.380	30.000	
Estados Unidos		42.287	105.483	53.087	104.868	2.866
Otros		39.057	195.851	120.818	271.409	301.831
Subtotal	4.542.848	5.192.743	4.059.734	5.589.896	5.498.741	2.926.891
Total	4.542.848	5.192.743	4.059.734	5.589.896	5.498.741	2.926.891

Autor: Darwin Cando, Miguel Cárdenas.

Fuente: Trade.nosis.com/ec.

3.2.2. Exportaciones Ecuatorianas de Cueros

Ecuador- Exportaciones (pies excepto la peletería) Cueros- Anual FOB USD.

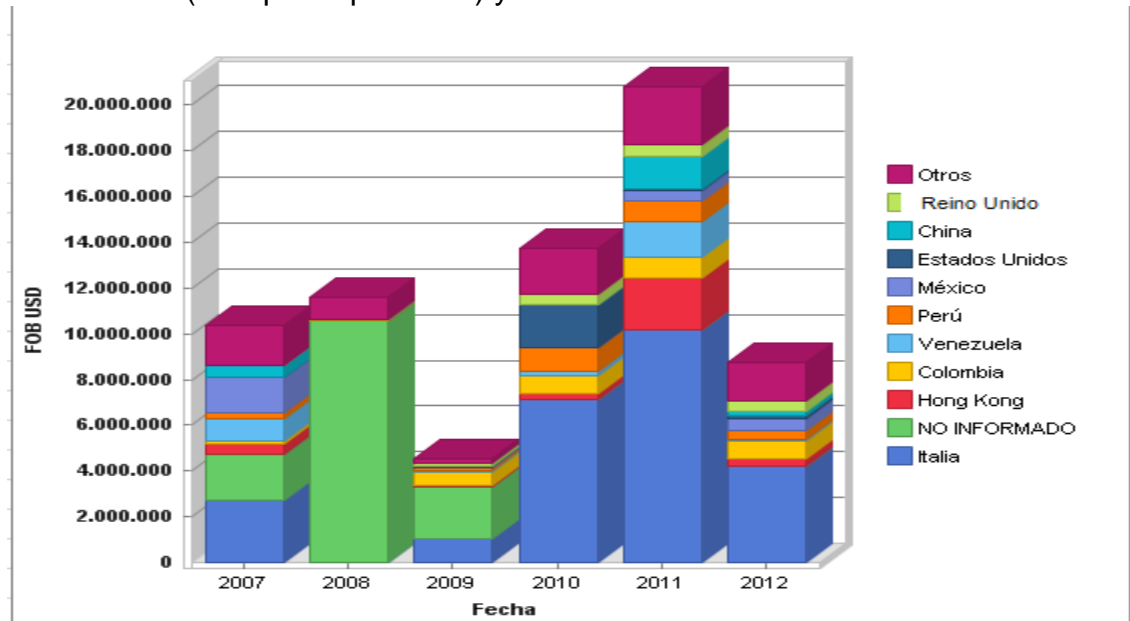
Tabla No 6

Países de destino	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ecuador Exportaciones						
Italia	2.723.664		1.038.738	7.152.307	10.206.598	4.200.275
NO INFORMADO	2.008.514	10.596.766	2.235.242			
Hong Kong	470.980		64.790	268.725	2.252.914	327.872
Colombia	139.010	8.700	620.917	738.045	917.472	801.783
Venezuela	960.324		64.720	210.756	1.515.174	55.037
Perú	253.711	26.000	106.359	1.019.433	917.821	384.155
México	1.550.376				435.232	507.418
Estados Unidos	23.045	21.362	63.844	1.901.205	110.448	121.667
China	515.534	5.000			1.411.926	193.585
Reino Unido			163.992	459.243	481.975	491.877
Otros	1.696.831	919.235	191.072	1.962.778	2.550.290	1.652.678
Subtotal	10.341.989	11.577.063	4.549.674	13.712.492	20.799.850	8.736.346
Total	10.341.989	11.577.063	4.549.674	13.712.492	20.799.850	8.736.346

Gráfico No 35

Ecuador- Exportaciones- Evaluación.

NCE: Pieles (excepto la peletería) y cueros – Anual FOB USD.



Autor: Darwin Cando, Miguel Cárdenas.

Fuente: Trade.nosis.com

3.2.2.1. Análisis

Luego de realizar las investigaciones en la página Web Trade.nosis.com, obtuvimos las estadísticas de las exportaciones realizadas en el último año correspondientes a la partida arancelaria # 410977 en la cual está encasillado nuestro producto, en el cuadro vemos que existe gran cantidad de países europeos, entre ellos Reino Unido, que es específicamente el país a donde vamos a exportar los cueros acabados, estas estadísticas nos sirven de forma general para saber las cantidad que se están exportando, mas no especifican los productos de la empresa artesanal “PIELES PUMA”, que exportaremos a Londres.

3.3. Estudio de la Demanda Exterior.

El mayor consumidor de productos de cuero a escala mundial es la Unión Europea (Alemania, Francia, Italia y Reino Unido (Inglaterra) que concentran el 62% del consumo de la Unión), con una demanda superior a 7.000 millones de dólares.¹¹

Donde Inglaterra es consumidor de 100000 pies (tanto ovino como bovino) que es la unidad que utilizaremos para exportar el producto.

La dinámica de la demanda mundial de cuero acabado y sus productos se espera sea superior a la tasa de crecimiento de la producción, siempre y cuando se logre una relativa estabilización en los precios. Como el principal uso de los cueros y pieles

¹¹http://cueroplanet.com/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=57

a escala mundial está en el calzado, se prevé que la demanda de cuero esté determinada por la demanda de calzado; no obstante el creciente uso del cuero en prendas de vestir, tapicería y marroquinería.

3.3.1. Demanda Exterior.

Tabla No 7

Tipos de Cuero	Mínimo	Demanda Mensual en Pie	Oferta Mensual	Oferta Exportable Trimestral	Precio FOB/ Pie	Cajas	Peso/ KG
Napa Vestimenta	1000	28705	4269	12807	2,24	261	8709
Floter	1000	6524	970	2911	1,76	59	1979
Nobuk	1000	14497	2156	6468	2,4	132	4398
Cuero Cartera	1000	18266	2717	8150	2,08	166	5542
Borrego	1000	32009	2587	7761	1,84	291	9711
Total	5000	100000	12699	38097		911	30339

Fuente: Anexo 1 Empresa Leatherotics Ltda.

Realizado: Darwin Cando, Miguel Cárdenas.

Proyección de Demanda= Demanda en pies * tasa de incremento poblacional+ demanda anterior.

Tabla No 8

PROYECCIONES DE LA DEMANDA(Londres-Inglaterra)	
DATOS	
Tasa de crecimiento poblacional =	0,55%
Costo promedio por pie ² =	1,29\$

Fuente: Investigación de Campo

Tabla No 9

Fórmula	
Demanda inicial =	Consumo aproximado en pies ²
Proyección Demanda =	Demanda inicial*tasa de crec. Pob + demanda anterior

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Darwin Cando, Miguel Cárdenas.

Tabla No 10

	AÑO #	DEMANDA	DEMANDA \$	DEMANDA EN PIES.
2012	0	100000,00	129000,00	100550,00
2013	1	100550,00	129709,50	101103,03
2014	2	101103,03	130422,90	101659,09
2015	3	101659,09	131140,23	102218,22
2016	4	102218,22	131861,50	102780,42
2017	5	102780,42	132586,74	103345,71

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: Darwin Cando, Miguel Cárdenas.

3.4. Estudio de la Oferta Nacional.

Por medio de la investigación podemos determinar que la oferta nacional generada por la competencia y mencionada en el cuadro anterior, demuestra que los valores en precios Total – FOB en el periodo 2007 – 2012 frente a otros rubros son bajos.

Esto permitirá en nuestro análisis tener un panorama muy claro de oportunidades y mercados potenciales para la exportación de este producto.

Tabla No 11

	AÑO #	DEMANDA INGLATERRA	EN	OFERTA NACIONAL	DEM. INSATISFECHA
2012	0	140000		65000	75000
2013	1	147070		68283	78788
2014	2	154497		71731	82766
2015	3	162299		75353	86946
2016	4	170495		79159	91337
2017	5	179105		83156	95949

Fuente: www.webcache.googleusercontent.com

3.5. Precios Productos Similares

En la actualidad existen alternativas al cuero, las cuales son mejores para el medio ambiente, para la salud de las personas (ya que no desprenden el desagradable olor

característico del cuero), y además son más económicas e higiénicas. Son los derivados de fibras vegetales (cáñamo, lino, algodón), además de los materiales sintéticos (gore-tex, acrílico, poliamida...). En absoluto es necesario utilizar cuero, y mucho menos podemos afirmar que este material es elegante, ya que el cuero es piel muerta.

Para saber si una prenda o accesorio está hecho de piel, podemos mirar su etiqueta. El rombo y el cuadrado con líneas cruzadas son símbolos que indican que una prenda es vegana; mientras que la piel desplegada indica que no lo es. En la siguiente página web tienes más información sobre los tejidos y símbolos:

Tabla No 12

Tipos de Cuero	100 % Cuero	Cuero Sintético
Borrego	\$ 1.25	\$ 1,00
Napa Vestimenta	\$ 1.50	\$ 1,30
Napa Floter	\$ 1.20	\$ 1,10
Cuero Cartera	\$ 1.40	\$ 1,30
Nobuk	\$ 1.40	\$1,30

Fuente: Pieles Puma

3.6. Mercado Meta.

Nuestras motivaciones son el mercado externo (Europa) y el mercado local porque la demanda de artículos de cuero sigue siendo muy baja en comparación con los mercados externos, como el de los Europeos y el de otros países, En base a las investigaciones sabemos que es más factible exportar que hacer un volumen de producción en el mercado interno, principalmente porque en el mercado nacional se compite con empresas familiares, que manejan unos costos muy bajos pues no contemplan dentro de sus gastos las cargas salariales e impuestos que pagan las empresas legalmente constituidas

Por otro lado, abrir el frente de las exportaciones podríamos tener una mayor contratación de mano de obra y que de esta forma estaríamos contribuyendo al desarrollo del país al aportar empleo.

Consideramos que una forma de introducirnos y darnos a conocer es a través de las ferias “Leather Show”, donde acuden clientes potenciales de todo el mundo con los cuales se podrían cerrar negocios. Otro mecanismo para lograr la introducción en nuevos mercados es vendiendo a agentes mayorista en Londres.

Para ello se hace básico cumplir con objetivos como: calidad excelente, precios competitivos, agilidad en las entregas y una búsqueda permanente de estrategias para el desarrollo de nuevos productos.

Para esta línea de producto hemos definido el siguiente mercado meta: "Londres – Inglaterra".

3.7. Procedimientos de Exportación.

3.7.1. Requisitos Generales de Acceso al Mercado

Los requerimientos aduaneros generales en el Reino Unido, con excepción de los requisitos de procedimiento menor, son los mismos que existen para el resto de la Unión Europea dado que las leyes aduaneras están completamente armonizadas.

Tratamiento de las importaciones (despacho de aduanas; documentación necesaria).

Todo producto importado debe cumplir con un determinado procedimiento de importación y debe venir acompañado de uno o varios de los siguientes documentos: la Factura Comercial, el Documento de Transporte, el Documento Único Administrativo, la Lista de Carga y el Seguro de Transporte.

- ❖ **Factura Comercial.-** La factura comercial contiene información básica del exportador e importador y representa la evidencia de que se ha llevado a cabo la transacción comercial de venta entre el exportador e importador.
- ❖ **Documentos de Transporte.-** El documento de transporte evidencia la entrega de los productos a la empresa de transporte y da información sobre el dueño del cargamento y otros detalles de transporte. El documento difiere según el modo de transporte.

- ❖ **Lista de Carga.-** Este documento da información más específica sobre la carga y su empaquetamiento tal como el peso, cantidad y descripción del producto.
- ❖ **Declaración del valor en aduana.-** Documento que determina el valor de la carga para propósitos de pago de aranceles y demás impuestos.
- ❖ **Seguro de Transporte.-** Documento que muestra que los bienes han sido asegurados.
- ❖ **Documento Único Administrativo.-** El Documento Único Administrativo (DUA) sirve para declarar las importaciones ante el HM Revenue & Customs, entidad que corresponde a la aduana en el Reino Unido. El DUA es conocido como C88 y a partir de enero de 2010 tiene que ser completado de manera electrónica. Generalmente esta declaración es realizada por un agente o por la empresa de carga aunque también puede ser presentada por el importador.
- ❖ **Otros.-** Dependiendo del producto se puede necesitar el certificado original del Sistema General de Preferencias Plus, la licencia de importación, el certificado sanitario o fitosanitario, etc.

Productos de Prohibida Importación.

La administración de aduanas de cada país miembro de la UE está encargada del control en la restricción y prohibición de determinados productos o de aquellos que sólo se importan bajo ciertas condiciones, y que atentan principalmente con la protección de la población, ambiente, seguridad interna, fauna y flora. Se aplica en los siguientes productos:

- Armas de fuego y municiones
- Fuegos artificiales
- Literatura de contenido constitucional
- Pornografía
- Alimentos
- Estupefacientes
- Medicamentos
- Perros peligrosos, mascotas o productos hechos de animales
- Especies en peligro de extinción (pieles de animales)
- Productos falsificados o piratería
- Régimen para muestras

3.7.2. Requisitos Específicos para Productos Ecuatorianos:

Requisitos Arancelarios

1. Aranceles y otros Impuestos

Al formar parte de la Unión Europea, los requisitos arancelarios en el Reino Unido se desprenden de los requisitos arancelarios armonizados de la Unión Europea, es decir, los aranceles son los mismos que en el resto de países miembros de la Unión Europea.

La clasificación arancelaria se da a 10 dígitos y corresponde a la Nomenclatura Combinada TARIC (Sistema de Tarifas Integrado Comunitario) que a su vez toma los

primeros seis dígitos del Sistema Armonizado de la Organización Mundial de Aduanas.

La Unión Europea aplica varios tipos de aranceles:

- ✓ **Aranceles Ad-valorem:** que se expresan como porcentaje del valor del producto importado. (x% del valor CIF)
- ✓ **Aranceles Específico:** Expresados por unidades, volumen, peso, etc. (x euros por kilo)
- ✓ **Aranceles Compuestos:** Combinación de ad valorem y específicos. (x% del valor CIF + z euros por kilo)
- ✓ **Aranceles Mixtos:** Combinación de ad valorem y/o específicos dependiendo de las condiciones (x% del valor CIF o z euros por kilo, cualquiera que sea menor)
- ✓ **Arancel técnico:** valor depende del contenido de un ingrediente (caso del azúcar para el chocolate, por ejemplo).
- ✓ **Aranceles Variables:** Valor depende del precio al que ingresa el producto. (0 arancel si precio menor o igual a x, z euros por kilo si precio mayor a x)
- ✓ Los aranceles más comunes son los aranceles ad valorem y se cobran normalmente sobre el valor CIF (alrededor de 90% caen en esta categoría). Sin embargo, especialmente para los productos agrícolas, muchos de los aranceles no son ad valorem y se dividen en específicos, compuestos, mixtos, variables o técnicos.

En términos generales, el Reino Unido tiene aranceles bajos para los productos no agrícolas, con algunas excepciones tales como los textiles. Los productos agrícolas, por otro lado, cuentan con condiciones de ingreso especiales y aranceles más altos debido a la Política Agrícola Común (PAC) adoptada por la Unión Europea para proteger su agricultura e industrias.

3.7.3. Preferencias

El Sistema General de Preferencias (SGP) brinda a los países en desarrollo un acceso preferencial al mercado europeo. Específicamente busca apoyar a los mismos en la disminución de la pobreza y el desarrollo sostenible a través de la reducción o eliminación de aranceles para un grupo de productos. Dado que se trata de preferencias otorgadas unilateralmente, los países en desarrollo deben cumplir con una serie de normas internacionales para poder gozar de las preferencias.

Adicionalmente, en el caso de los países andinos, entre otros, la Unión Europea otorgó preferencias bajo el Régimen Especial de Estímulo del Desarrollo Sostenible y la Gobernanza o Sistema General de Preferencias Plus (SGP Plus). Para acceder a estas preferencias, los países beneficiarios tienen que presentar cada tres años una solicitud para renovación que incluya, entre otros, un informe sobre el cumplimiento de varias convenciones internacionales sobre derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y buena gobernanza.

Como consecuencia del sistema de preferencia, el Ecuador tiene acceso preferencial en alrededor de 6600 subpartidas arancelarias, de las cuales 6370 subpartidas

ingresan con un arancel 0 y 228 ingresan con preferencias parciales. El banano es uno de los únicos productos de gran importancia para el Ecuador que no está incluido en el régimen. No obstante ya se llegó a un acuerdo con la Unión Europea para reducir paulatinamente los aranceles actuales al banano.

3.7.4. Aranceles para Productos Ecuatorianos.

Es absolutamente esencial comenzar cualquier proceso de exportación al Reino Unido (Inglaterra), determinando el código arancelario que corresponde al bien exportado. El código permitirá establecer el nivel de arancel y del impuesto al valor agregado y los requisitos específicos que se deben cumplir antes de poder ingresar (medidas sanitarias, fitosanitarias, reglamentos y normas técnicas, medidas antidumping, licencias de importación, cuotas, etc.).

En caso de duda acerca de la correcta clasificación, el exportador deberá asesorarse previo al envío de la mercancía, ya sea telefónicamente con el Servicio de Ayuda sobre Clasificación o por escrito para un asesoramiento vinculante con el HM Customs & Excise (VAT). Este asesoramiento es gratuito y evita problemas de clasificación.

Si desea obtener información acerca del arancel que debe pagar su producto al ingresar al Reino Unido., Cabe señalar que una vez que los productos importados ingresan a cualquier país de la Unión Europea, pueden transitar libremente a cualquier país miembro.

3.8. ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN

3.8.1. Estudio Financiero.

Tabla No 13

Cantidad\Producción	Prod. Anual Est.	Prod. C.A Anual Est.	Prod. Total Est.
Pieles	84366,432	10193,57	94560,00
Pies	1261213,92	152386,08	1413600
%	89,22	10,78	100

3.8.2. Inversiones.

Tabla No 14

RUBRO DE INVERSIONES	AÑOS
ACTIVOS	
Materia Prima	16381,50
TOTAL ACTIVOS	16381,50
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos del Proyecto	1265
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	1265
CAPITAL DE TRABAJO	
Caja- Bancos	20000
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	20000
TOTAL INVERSION	37646,50

Elaborado: Darwin Cando, Miguel Cárdenas.

**3.8.3. Costo de Producción del Producto
MAQUINARIA**

Tabla No 15

Descripción	Cantidad	Precio (Unidad)	Total	Vida Útil/Años	DEPRESIACIONES ANUALES	% Cuero Ovino - Bovino
Bombos Grandes	2	2200	4400	10	440	47,432
Bombos Pequeños	2	1800	3600	10	360	38,808
Divididora	1	2500	2500	10	250	26,95
Lijadora 45 Min	1	1200	1200	10	120	12,936
Lijadora 60 Min	1	1500	1500	10	150	16,17
Plancha	1	12000	12000	10	1200	129,36
Rebajadora Pequeña	2	2000	4000	10	400	43,12
Saranda	2	1000	2000	10	200	21,56
Togly	1	7000	7000	10	700	75,46
Compresores	2	1000	2000	10	200	21,56
Caldero	1	6200	6200	10	620	66,836
TOTAL			46400		4640	500,19
Porcentaje Cuero Ovino - Bovino 10.78%			2500,96			

Tabla No 16

MUEBLES DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO \$	TOTAL	VIDA UTIL/AÑOS	DEPRESIACIONES ANUALES	% C.Ovino – Bovino
Sillas	7	20,00	140,00	5	28,00	3,02
Escritorios	4	90,00	360,00	5	72,00	7,76
Archivadores	2	100,00	200,00	5	40,00	4,31
Sillas Giratorias	2	40,00	80,00	5	16,00	1,72
TOTAL			780,00		156,00	16,82
Porcentaje Cuero Ovino - Bovino 10.78%			84,084		16,82	

Tabla No 17

EQUIPOS DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	VIDA ÚTIL/AÑOS	DEPRESIACIONES ANUALES	% C.Ovino – Bovino
Computadoras	3	600,00	1800,00	5	360,00	38,81
Impresora	1	125,00	125,00	5	25,00	2,70
Fax	1	90,00	90,00	5	18,00	1,94
TOTAL			2015,00		403,00	43,44
Porcentaje Cuero Ovino - Bovino 10.78%			217,22		43,44	

Tabla No 18

VEHÍCULOS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Camión	1	25000	25000
Porcentaje pieles ovino-bovino 10,78%			403,00

Tabla No 19

EDIFICIOS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	VIDA ÚTIL/AÑO
Planta de Producción	1	35000	35000,00	20
Porcentaje pieles ovinos-bovinos 10,78%			3773,00	

Nota: La planta de producción hasta el año 2011 se depreció 5 años.

Tabla No 20

MATERIALES DE OFICINA	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	Porcentaje Ovino – Bovino
Carpetas	25	0,75	18,75	2,02
Esferos	70	0,65	45,50	4,90

Lápices	25	0,50	12,50	1,35
Borradores	10	0,30	3,00	0,32
Correctores	5	1,00	5,00	0,54
Papel para impresoras(Resmas)	20	3,00	60,00	6,47
Toners para Impresora	3	50,00	150,00	16,17
CD en Blanco	50	0,3	15,00	1,62
TOTAL			309,75	33,39

Tabla No 21

SUMINISTROS DE PRODUCCION	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	Porcentaje Ovino - Bovino
Forro	1000	1,00	1000,00	107,8
Romana	5	70,00	350,00	37,73
Mallas de Pintar	7	30,00	210,00	22,64
Mesas de Recortar	6	15,00	90,00	9,70
Herramientas	6	10,00	60,00	6,47
Rollo Etiquetas (Rollo 1000 Etiquetas)	6	7,00	42,00	4,53
Escobas	5	1,50	7,50	0,81
Palas	6	6,00	36,00	3,88
Recogedores	5	1,25	6,25	0,67
Tachos basura	8	4,00	32,00	3,45
Sacos de basura	150	0,20	30,00	3,23
Desinfectantes	25	3,75	93,75	10,11
Detergentes	30	2,25	67,50	7,28
Extinguidores	8	50,00	400,00	7,28
TOTAL			2425,00	225,57
% C. Ovino-Bovino 10,78%			261,42	261,42

3.8.4. Materia Prima

Tabla No 22

MATERIA PRIMA	CANTIDAD PIES MENSUAL	PRECIO x PIE	TOTAL
Ovino	93800	1,33	124285
Bovino	24000	1,15	27600
TOTAL	117800		151885

Tabla No 23

Salarios		
Cargos	Personal	Mensual
Jefe de Producción	1	400
Empleados	6	292
Total		692

Fuente: "Pieles-PUMA"

Elaborado: Darwin Cando, Miguel Cárdenas.

Tabla No 24

ESTADO DE RESULTADOS											
AÑOS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5		
INGRESOS		217526,60		243884,25		273467,87		306676,83		343960,56	1385516,11
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN		189662,10		210421,12		233526,58		259249,09		287890,49	
MATERIA PRIMA	175243,99		195488,18	0,00	218070,97		243262,53		271364,22		1103429,89
MANO DE OBRA	7275,01		7650,15		8025,30		8400,44		8775,59		40126,49
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	7143,10		7282,79		7430,31		7586,12		7750,69		
DEPRECIACION ACUMULADA MAQUINARIA	4600,00		4600,00		4600,00		4600,00		4600,00		23000,00
PAGO SERVICIOS BASICOS	1681,68		1765,76		1854,05		1946,75		2044,09		9292,34
SUMINISTROS Y MATERIALES	261,42		281,02		302,10		324,76		349,11		1518,40
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	600,00		636,00		674,16		714,61		757,49		3382,26
(=) UTILIDAD BRUTA		27864,50		33463,13		39941,29		47427,74		56070,07	
(-) COSTOS ADMINISTRATIVOS		2443,36		2569,69		2697,01		2825,41		2961,65	
PAGO PERSONAL ADMINISTRATIVO	1481,56		1594,11		1706,65		1819,19		1931,74		8533,24
DEPRECIACION ACUMULADA MUEBLES DE OFICINA	16,82		16,82		16,82		16,82		16,82		84,08
DEPRECIACION ACUMULADA EQUIPOS DE OFICINA	43,44		43,44		43,44		43,44		43,44		217,22
DEPRECIACION ACUMULADA EDIFICIOS	188,65		188,65		188,65		188,65		188,65		943,25
DEPRECIACION ACUMULADA VEHICULO	269,50		269,50		269,50		269,50		269,50		1347,50
AMORTIZACION ACUMULADA GASTO INVESTIGACION	253,00		253,00		253,00		253,00		253,00		1265,00
MATERIALES DE OFICINA	33,39		35,39		37,52		39,77		42,16		188,23
GASTO TRANSPORTE	120,00		129,00		138,68		149,08		166,93		703,68
TELECOMUNICACIONES	37,00		39,78		42,76		45,96		49,41		214,91
(-) COSTOS VENTAS		325,00		346,38		369,17		393,49		327,19	
TRANSPORTE EN VENTAS	200,00		212,00		224,72		155,29		160,26		952,26
OTROS GASTOS	125,00		134,38		144,45		238,20		166,93		808,96

(=)UTILIDAD ANTES 15% REPARTICION TRABAJADORES		25096,14		30547,07		36875,11		44208,83		52781,23
(-) 15% REPARTICION TRABAJADORES	3764,42		4582,06		5531,27		6631,33		7917,18	
(=) UTILIDAD ANTES DEL I.R.		21331,72		25965,01		31343,84		37577,51		44864,05
(-) 25% I.R.	5332,93		6491,25		7835,96		9394,38		11216,01	
(=) UTILIDAD NETA		15998,79		19473,76		23507,88		28183,13		33648,03

Tabla No 25

COSTOS FIJOS	16800,05	17433,60	18075,24	18642,51	19299,07
COSTOS VARIABLES	175630,41	195903,57	218517,52	243825,49	271880,26

FLUJO DE FONDOS					
AÑO	1	2	3	4	5
UTILIDAD ANTES REPARTICION TRABAJADORES	25020,54	26324,13	27539,95	28531,77	29541,88
TOTAL DEPRECIACIONES	1014,29	1014,29	1014,29	1014,29	1014,29
TOTAL AMORTIZACIONES	253	253	253	253	253
TOTAL SUMADO	26287,83	27591,42	28807,24	29799,06	30809,17

Tabla No 26

BALANCES GENERALES										
AÑOS	INICIAL	FINAL-1	INICIAL-2	FINAL-2	INICIAL-3	FINAL-3	INICIAL-4	FINAL-4	INICIAL-5	FINAL-5
ACTIVOS										
CAJA-BANCOS	20000,00	35634,06	26536,71	54128,13	43054,82	71862,06	58494,83	88293,89	114853,48	145662,65
MAQUINARIA	3406,48	2910,60	2910,60	2414,72	2414,72	1918,84	1918,84	1422,96	1422,96	927,08
(-)DEPRECIACION ACUMULADA MAQUINARIA	495,88		495,88		495,88		495,88		495,88	
MUEBLES DE OFICINA	84,08	67,27	67,27	50,45	50,45	33,63	33,63	16,82	16,82	0,00
(-)DEPRECIACION ACUMULADA MUEBLES DE OFICINA	16,82		16,82		16,82		16,82		16,82	
EQUIPOS DE OFICINA	217,22	173,77	173,77	130,33	130,33	86,89	86,89	43,44	43,44	0,00
(-)DEPRECIACION ACUMULADA EQUIPOS DE OFICINA	43,44		43,44		43,44		43,44		43,44	
VEHICULO	2695,00	2425,50	2425,50	2156,00	2156,00	1886,50	1886,50	1617,00	1617,00	1347,50
(-)DEPRECIACION ACUMULADA VEHICULO	269,50		269,50		269,50		269,50		269,50	
EDIFICACIONES	3773,00	3584,35	3584,35	3395,70	3395,70	3207,05	3207,05	3018,40	3018,40	2829,75
(-)DEPRECIACION ACUMULADA EDIFICACIONES	188,65		188,65		188,65		188,65		188,65	
MATERIALES DE OFICINA	33,39	63,88	63,88	67,71	67,71	71,77	71,77	76,08	76,08	76,08
SUMINISTROS	261,42	884,71	884,71	951,06	951,06	1022,39	1022,39	1099,07	1099,07	1099,07
GASTO INVESTIGACION	1265,00	1012,00	1012,00	759,00	759,00	506,00	506,00	253,00	253,00	0,00
(-)AMORTIZACION ACUMULADA GASTO INVESTIGACION	253,00		253,00		253,00		253,00		253,00	
TOTAL ACTIVOS	31735,59	46756,14	47734,38	78281,45	67208,13	104083,24	90716,01	92339,55	118899,15	171680,38
PASIVOS										
15% REPARTICION TRABAJADORES	0,00	3764,42	0,00	4582,06	0,00	5531,27	0,00	6631,33	0,00	7917,18
25% I.R.	0,00	5332,93	0,00	6491,25	0,00	7835,96	0,00	9394,38	0,00	11216,01
TOTAL PASIVOS	0,00	9097,35	0,00	11073,31	0,00	13367,23	0,00	16025,71	0,00	19133,20
PATRIMONIO										
CAPITAL SOCIAL	31735,59	31735,59	47734,38	47734,38	67208,13	67208,13	90716,01	90716,01	118899,15	118899,15
UTILIDAD DEL EJERCICIO	0,00	15998,79	0,00	19473,76	0,00	23507,88	0,00	28183,13	0,00	33648,03

TOTAL PATRIMONIO	31735,5 9	47734,3 8	47734,38	67208,1 3	67208,13	90716,01	90716,01	118899,1 5	118899,1 5	152547,1 8
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>31735,5</u> 9	<u>56831,7</u> 3	<u>47734,38</u>	<u>78281,4</u> 5	<u>67208,13</u>	<u>104083,2</u> 4	<u>90716,01</u>	<u>92339,55</u>	<u>118899,1</u> 5	<u>171680,3</u> 8

Tabla No 27
Ingresos Totales por Ventas de Ovino y Bovino.

VENTAS	1	2	3	4	5
UNIDADES(pies)	51226,56	54423,10	57819,10	61427,01	65260,06
PRECIO	1,51	1,59	1,67	1,75	1,84
TOTAL INGRESOS(N. Vestiment)	77454,56	86402,11	96383,28	107517,48	119937,90
UNIDADES(pies)	11642,40	12368,89	13140,70	13960,68	14831,83
Precio	1,19	1,25	1,31	1,38	1,44
TOTAL INGRESOS(Napafloter)	13831,17	15428,95	17211,30	19199,55	21417,48
UNIDADES(pies)	25872,00	27486,41	29201,56	31023,74	32959,62
PRECIO	1,62	1,70	1,79	1,88	1,97
TOTAL INGRESOS(Nobuk)	41912,64	46754,39	52155,46	58180,45	64901,46
UNIDADES(pies)	32598,72	34632,88	36793,97	39089,92	41529,13
PRECIO	1,40	1,47	1,55	1,63	1,71
TOTAL INGRESOS(C.CARTERA)	45768,60	51055,79	56953,76	63533,05	70872,39
UNIDADES(pies)	31046,40	32983,70	35041,88	37228,49	39551,55
PRECIO	1,24	1,34	1,45	1,56	1,69
TOTAL INGRESOS(BORREGO)	38559,63	44243,01	50764,08	58246,29	66831,33
TOTAL \$ anual	217526,60	243884,25	273467,87	306676,83	343960,56
TOTAL PIES anual	152386	161895	171997	182730	194132

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado: Darwin Cando, Miguel Cárdenas.

3.9. EVALUACION FINANCIERA

3.9.1. Periodo de Recuperación

Tabla No 28

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION (PRI)

PERIODO	INVERSION	UTILIDAD NETA	UTILIDAD ACUMULADA
0	37646,50		
1		15998,79	15998,79
2		19473,76	35472,55
3		23507,88	58980,43
4		28183,13	87163,56
5		33648,03	120811,59
	37646,50		

PAY
BACK= 28 MESES

3.9.2. Valor Actual Neto.

Tabla No 29

PERIODO	VALORES CORRIENTES			FACTOR DE ACTUALIZACION	VALORES ACTUALIZADOS		
	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS		INVERSION	INGRESOS	EGRESOS
0	37646,50			1,000	37646,50		
1		217526,60	192430,46	0,928		201787,20	178506,92
2		243884,25	213337,18	0,861		209868,00	183581,55
3		273467,87	236592,76	0,798		218298,13	188862,26
4		306676,83	262467,99	0,740		227094,14	194357,50
5		343960,56	291179,33	0,687		236273,41	200016,92
TOTALES					37646,50	1093320,88	945325,15

VAN= INGRESOS ACTUALIZADOS-EGRESOS ACTUALIZADOS-INVERSION ACTUALIZADA

VAN= 110349,23

Datos:

Tasa Pasiva Dic 2011 =4,53 %

Tasa de Inflación =3,32%

Fuente:http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=pasiva**VAN = Ingresos Actualizados-Egresos Actualizados - Inversión Actualizada.****VAN=** 110349,23**Elaborado:** Darwin Cando, Miguel Cárdenas.**3.9.3. Beneficio Costo.****Tabla No 30****BENEFICIO-COSTO**

CONCEPTO	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS
INVERSION INICIAL	37646,50		
UTILIDAD 1 AÑO		201787,20	178506,92
UTILIDAD 2 AÑO		209868,00	183581,55
UTILIDAD 3 AÑO		218298,13	188862,26
UTILIDAD 4 AÑO		227094,14	194357,50
UTILIDAD 5 AÑO		236273,41	200016,92
TOTAL	37646,50	1093320,88	945325,15

B/C= (INGRESOS ACTUALIZADOS-EGRESOS ACTUALIZADOS)/INVERSION ACTUALIZADA

B/C= 3,93

$$B. C = \frac{(\text{INGRESOS ACTUALIZADOS} - \text{EGRESOS ACTUALIZADOS})}{\text{INVERSIÓN ACTUALIZADA}}$$

$$B. C = 6,25$$

3.9.4. Valor Actual Neto Supuesto.

Tabla No 31

VALOR ACTUAL NETO (VAN) SUPUESTO

PERIODO	VALORES CORRIENTES			FACTOR DE ACTUALIZACION	VALORES ACTUALIZADOS			
	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS		INVERSION	INGRESOS	EGRESOS	
0	37646,50			1,000	37646,50			
1		217526,60	192430,46	0,667		145017,73	128286,97	
2		243884,25	213337,18	0,444		108393,00	94816,52	
3		273467,87	236592,76	0,296		81027,52	70101,56	
4		306676,83	262467,99	0,198		60578,14	51845,53	
5		343960,56	291179,33	0,132		45295,22	38344,60	
TOTALES						37646,50	440311,61	383395,19

VAN= INGRESOS ACTUALIZADOS-EGRESOS ACTUALIZADOS-INVERSION ACTUALIZADA

VAN= 19269,91

$$VAN = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS} - \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{INVERSIÓN ACTUALIZADA}}$$

VAN = 91879,00

TASA DE RETORNO INICIAL=7,8% 0,078

TASA DE RETORNO SUPUESTA=50% 0,5

$$TIR = \text{TASA DE DESCUENTO INFERIOR} + \left[\frac{(\text{DIFERENCIA TASAS(VAN TASA INFERIOR)})}{\text{DIFERENCIA ABS. VAN DIST TASAS}} \right]$$

Tabla No 32
VALOR ACTUAL NETO (VAN)

PERIODO	VALORES CORRIENTES			FACTOR DE ACTUALIZACION	VALORES ACTUALIZADOS		
	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS		INVERSION	INGRESOS	EGRESOS
0	37646,50			1,000	37646,50		
1		217526,60	192430,46	0,928		201787,20	178506,92
2		243884,25	213337,18	0,861		209868,00	183581,55
3		273467,87	236592,76	0,798		218298,13	188862,26
4		306676,83	262467,99	0,740		227094,14	194357,50
5		343960,56	291179,33	0,687		236273,41	200016,92
TOTALES					37646,50	1093320,88	945325,15

VAN= INGRESOS ACTUALIZADOS-EGRESOS ACTUALIZADOS-INVERSION ACTUALIZADA

VAN= 110349,23

3.9.5. Tasa Interna de Retorno.

Tabla No 34

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

TASA DE RETORNO INICIAL=7,8%

0,078

%

TASA DE RETORNO SUPUESTA=50%

0,5

%

TIR= TASA DE DESCUENTO INFERIOR+[DIFERENCIA TASAS(VAN TASA INFERIOR/DIFERENCIA ABS.VAN DIST TASAS)]

TIR= 0,589

%

TIR= 58,928

%

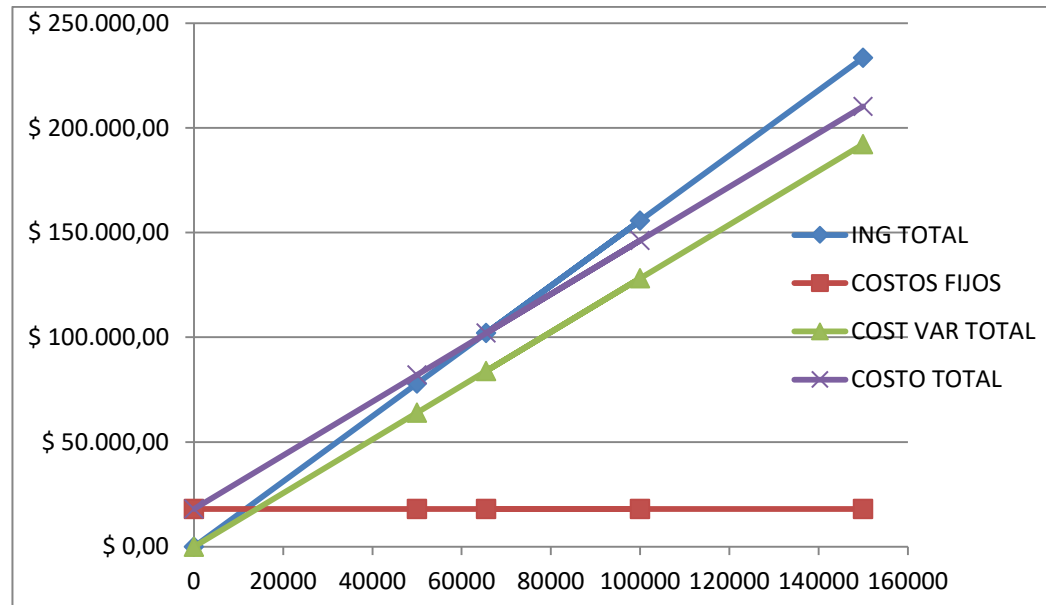
3.9.6. Punto de Equilibrio.
Tabla No 35
PUNTO DE EQUILIBRIO

PRECIO UNIT. DE VENT	CANTIDAD	ING TOTAL	COSTOS FIJOS	COST VAR UNIT	COST VAR TOTAL	COSTO TOTAL
1,56	172628	268713,06	18050,09	1,28	221151,45	239201,55

PRECIO VENTA UNIT.	1,56
UNIDADES (PIES) VENDIDAS	172628
INGRESO TOTAL	268713,06
COSTO FIJO TOTAL	18050,09
COSTO VARIABLE TOTAL	221151,45
COSTO VARIABLE UNIT. = CVT/# UNIDADES VENDIDAS	1,28
CANTIDAD DE EQUILIBRIO= CFT/(P-CVU)	65514
	\$
VALOR MONETARIO EQUILIBRIO	101.979,23

A	B	C=A*B	D	E	F= B*E	G= D+F
PRECIO UNIT. DE VENT	CANTIDAD	ING TOTAL	COSTOS FIJOS	COST VAR UNIT	COST VAR TOTAL	COSTO TOTAL
\$ 1,56	0	-	\$ 18.050,09	\$ 1,32	-	\$ 18.050,09
\$ 1,56	20000	\$ 31.132,03	\$ 18.050,09	\$ 1,32	\$ 25.621,73	\$ 43.671,82
\$ 1,56	40000	\$ 62.264,05	\$ 18.050,09	\$ 1,32	\$ 51.243,45	\$ 69.293,55
\$ 1,56	65514	\$ 101.979,23	\$ 18.050,09	\$ 1,32	\$ 83.929,14	\$ 101.979,23
\$ 1,56	80000	\$ 124.528,10	\$ 18.050,09	\$ 1,32	\$ 102.486,91	\$ 120.537,00
\$ 1,56	100000	\$ 155.660,13	\$ 18.050,09	\$ 1,32	\$ 128.108,64	\$ 146.158,73

GRÁFICO No 36



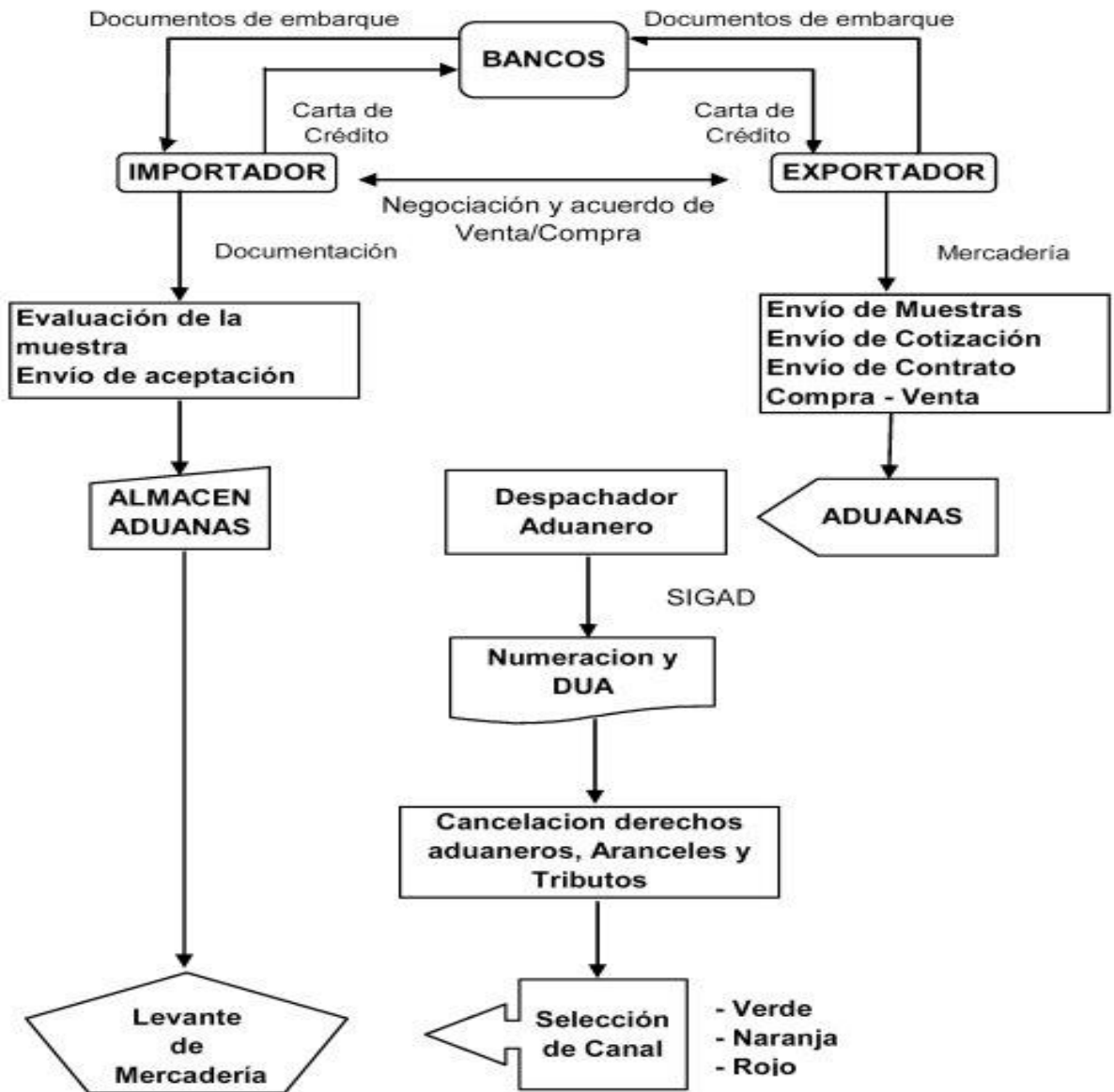
Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado: Darwin Cando, Miguel Cárdenas.

CAPÍTULO IV

4. EXPORTACIÓN DE CUEROS ACABADOS.

4.1. Sistema de Comercialización.

4.1.1. Flujograma



4.1.2. Canal de Distribución¹²

Un canal de distribución está formado por personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto, a medida que este pasa del fabricante al consumidor o usuario final.

El objetivo de establecer un canal de distribución consiste en trasladar los productos hasta el destino final otorgándole un beneficio al consumidor para que este no tenga que recorrer grandes distancias para satisfacer sus necesidades en el menor tiempo posible.

4.1.2.1. Selección del Canal de Distribución

Para llegar al mercado objetivo en el país de destino existen dos tipos de distribución:

a) Distribución Directa

Es aquella en la que interviene sólo el productor y el consumidor final, caracterizada por no tener intermediarios y generalmente es utilizada por empresas que establecen oficinas propias en el país del consumidor final, para lo cual se requiere de grandes capitales, un ejemplo de esto son las transnacionales.

Tienen sus matrices en los grandes países e inauguran subsidiarias en los otros países.

¹²ACERENZA Miguel Ángel "Marketing Internacional un enfoque metodológico hacia la exportación", México 1995, primera reimpresión, página 142

b) Distribución Indirecta

Es aquella en la que intervienen uno o más niveles de intermediarios agentes o intermediarios comerciantes, caracterizada por encarecer el precio del producto debido a la ganancia o comisión que ganan estos intermediarios y generalmente este tipo de distribución es utilizada por las empresas o personas que desean iniciar sus exportaciones.

Los intermediarios agentes pueden adoptar distintas formas según las características particulares de sus operaciones; las más conocidas son las siguientes:

- Agentes compradores
- Agentes de exportación
- Empresas comercializadoras

Los intermediarios comerciantes realizan una operación de compra-venta en el propio mercado nacional, es decir compran directamente al productor para luego proceder a exportar el producto; las más conocidas son las siguientes:

- Comerciantes exportadores
- Exportación en cooperación con otra empresa
- Consorcios de exportación

Para llegar con el producto a Inglaterra vamos a utilizar un intermediario en el territorio Ingles, debido al riesgo que correrían los recursos al incursionar en este

mercado sin experiencia previa. Entre las razones por las que escogemos este canal de distribución están las siguientes:

- No cuento con los recursos necesarios para una distribución directa
- Primero debo conocer el comportamiento del mercado para no poner en riesgo los recursos.
- La experiencia que los intermediarios poseen puede generar un mayor éxito del producto en el mercado inglés.

4.1.2.1.1. Canal de Distribución Seleccionado Para la Exportación.

El intermediario inglés que realizará la distribución del producto es la empresa Leatherotics Ltda., quienes cuentan con mucha experiencia en distribución de todo tipo de productos desde el año 2004 y cuya oficina matriz está ubicada en Londres, además cuentan con 16 Centros de Distribución a lo largo del territorio en conjunto suman 40.000 mts.² de bodega, 3.000 mts.² en show rooms y más de 5.000 mts.² en oficinas, lo que permitirá distribuir el producto en cualquier región Inglesa dependiendo del clima que debe ser propicio para la utilización del cuero. Esta empresa cuenta con clientes que tienen presencia en los principales Centros Comerciales.

Las condiciones de negociación comprenden la adquisición en firme de la mercadería y a cargo de Leatherotics la promoción, venta y distribución del producto,

su remuneración es la diferencia de precio y el producto será entregado en término FOB.

En un futuro se pretende utilizar una distribución directa, lo que permitirá reducir el precio de venta para el consumidor final.

4.1.3. Comercio Electrónico.

La Pagina Web de la empresa es un tema de crucial importancia, considerando que la mayoría de los responsables de compras en los principales mercados internacionales utilizan Internet como herramienta fundamental de su proceso de compra, razón por la cual nuestra presencia y visibilidad en Internet se vuelve esencial. **Anexo N° 2.**

No se necesita Pagina Web muy sofisticada, pero sí que transmita una imagen profesional, con información clara y actualizada de los productos y servicios, que permita el contacto y comunicación con los clientes actuales y potenciales.

La Comercio Electrónico nos permite:

- Tener un catálogo virtual disponible 24 horas al día, 365 días del año, al que los clientes pueden acceder y que se puede modificar fácilmente.
- Comunicación constante con los clientes.

- Mantener informados a todos los clientes de las novedades de la empresa
- Exhibir los productos y servicios a clientes actuales y potenciales.

4.2. Estrategias Comerciales.

Estrategia de segmentación de mercado: Es relevante especializarse en un fragmento del mercado cautivo. Pero para realizarlo, es indispensable definir el nivel de segmentación adecuada de acuerdo con las características del mercado de la empresa.

Estrategia del producto: Se debe dar a conocer el producto basado en su diferenciación y en la relación con la historia y las tradiciones.

Estrategia de precio: Mantener la política de estacionalidad en los precios y realizar un estudio sobre la posibilidad de fijar los precios en función de la competencia o la demanda.

Estrategia de comunicación: Incentivar la promoción del producto, fortalecer la publicidad para captar los mercados, promover las relaciones públicas para elevar y personalizar la atención a los clientes, promover la nueva imagen que será avalada por los servicios y apoyada por la investigación comercial.

Estrategia del Talento Humano: Promover la estimulación a los trabajadores, estimular su sentido de pertenencia a la empresa incentivando su participación en la toma de decisiones.

Estrategia de competencia: Continuar ofreciendo un producto de calidad, con profesionales muy bien preparados, basado en la diferenciación de los productos y ofreciendo al cliente todo lo que se le promete.

4.3. Negociación de INCOTERMS.

Tabla No 37

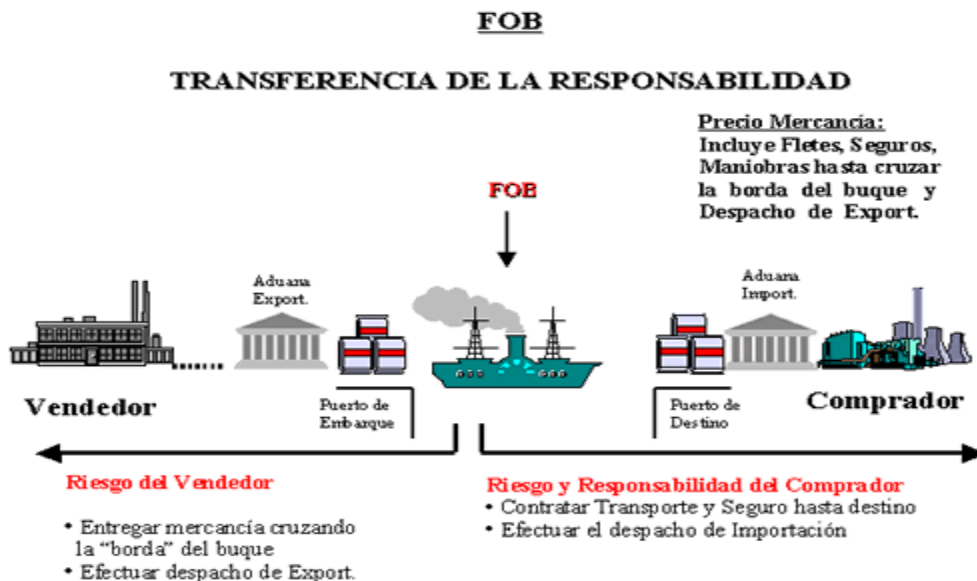
GRUPOS	RESPONSABILIDAD
<p>GRUPO E</p> <p>EXW (Ex fábrica)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Máxima responsabilidad para el comprador. • Mínima responsabilidad para el vendedor.
<p>GRUPO F</p> <p>FCA (Franco Transportista) FAS (Franco al costado del buque) FOB (Franco a bordo)</p>	<p>Se le encarga al vendedor depositar las mercancías en un medio de transporte escogido por el comprador.</p>
<p>GRUPO C</p> <p>CFR (Costo y Flete) CIF (Costo, seguro y flete) CPT (Transporte pagado hasta) CIP (Transporte y seguro pagado hasta)</p>	<p>Se le encarga al vendedor contratar adicionalmente el transporte y/o el transporte y el seguro.</p>
<p>GRUPO D</p> <p>DAF (Entregada en frontera) DES (Entregada sobre buque) DEQ (Entregada en muelle) DDU (Entregada derechos no pagados) DDP (Entregada derechos pagados)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Máxima responsabilidad para el vendedor. • Mínima responsabilidad para el comprador.

FUENTE: Libro “Como hacer Importaciones”

4.3.1. Término de la Exportación.

Nuestro término de negociación para la exportación de cueros acabados será con el uso del Incoterm **FOB** (Free on Board) Franco a Bordo puerto convenido, es decir, nuestra responsabilidad termina cuando la mercadería sobrepasa la borda del buque en el que será transportado.

Gráfico No 38



- ✓ El vendedor cumple su responsabilidad de entregar la mercancía hasta cuando esta sobrepasa la borda del buque, en el puerto de embarque convenido y sin el pago del flete.
- ✓ El vendedor está obligado a despachar la mercancía en aduana de exportación.
- ✓ Este término solo puede usarse para transporte por mar o por vías navegables interiores.

4.4. Vías de Transporte para la Exportación

Todos los medios de transporte presentan ventajas e inconvenientes. El medio seleccionado dependerá en gran medida, de los productos comercializados, de las necesidades y preferencias del exportador y desde luego de las exigencias de sus clientes o de los propios productos.

Los factores a tomar en cuenta para la selección apropiada de transporte, se resumen en:

- a. Precio
- b. Plaza de entrega; y,
- c. Exigencias especiales del producto.

Los principales medios de transporte son:

4.4.1. Transporte Aéreo.

Es un medio muy rápido y seguro que, por lo general, necesita poco embalaje y con poco capital asociado a la mercancía; a pesar de todo es el medio de transporte más costoso.

No obstante puede ser muy rentable para transportar mercancía de poco volumen y mucho valor.

Este tipo de transporte es el más adecuado para productos perecederos, sobre todo si se trata de pocas cantidades.

4.4.2. Transporte Marítimo.

Su principal inconveniente es la lentitud. Tal vez no sea el método más práctico cuando se transportan productos perecederos. Es el medio más económico para artículos de gran valor en relación peso/volumen, por ejemplo vehículos, aparatos electrodomésticos, etc.

Transportar una mercancía por este medio puede tomar entre 1 semana a 15 días aproximadamente. La carga que se maneja en contenedores completos y vía marítima. Sin embargo, cuando se van a enviar cajas sueltas (siempre y cuando se trate de productos no perecederos) pueden enviarse también por esta vía. No todas las navieras manejan cajas sueltas pero sí algunas proporcionan este servicio.

4.4.3. Transporte Terrestre.

Permite el transporte de producto directo, del depósito del vendedor al comprador. Este medio de transporte es el más utilizado, por ejemplo, desde México hasta Panamá, por lo general es bastante rápido y seguro. Los precios varían mucho dependiendo de la empresa de transporte.

4.4.4. Transporte Multimodal.

Es la combinación de dos o más de los métodos descritos anteriormente. Con este medio de transporte, es conveniente utilizar contenedores.

4.4.5. Transporte a Utilizarse en Nuestra Exportación.

Nuestra mercadería (cuero) será producida en el Cantón Ambato, sector Izamba de donde se trasportará hasta nuestra empresa localizada en la Ciudadela Los Tres Juanes, para realizar el empaque y embalaje conveniente de acuerdo a los pedidos solicitados por nuestro importador en Inglaterra, para posteriormente llevar en un contenedor hasta las bodegas del Agente de Carga localizado cerca del Puerto Marítimo de Guayaquil, el mismo que se encargará de efectuar el embarque perteneciente en la naviera, misma que se encargará de trasportar la carga hasta el Puerto Marítimo de Tilbury en Inglaterra, donde será desaduanizado para posteriormente trasportar por vía terrestre hasta las bodegas del importador en Londres.

La unidad de exportación será en la Naviera PANATLANTIC, esta mercadería previamente embalada en nuestra empresa, será transportada vía marítima al no ser un producto perecible por ser presentada como cuero acabado, para la exportación se unitarizará, es decir, las cajas serán agrupadas en paletas (cada paleta contiene 20 cajas máster) las cuales estarán listas para ser transportadas.

4.5. Empaque y Embalaje.

4.5.1. Empaque

Presentación comercial de la mercancía, contribuyendo a la seguridad de ésta durante sus desplazamientos y lográndola vender dándole una buena imagen visual y distinguiéndola de los productos de la competencia.

Gráfico No 39



4.5.1.1. Objetivos del Empaque

- Contiene cierta cantidad de producto.
- Conserva la permanencia de las características del producto durante la vida del mismo.
- Protege el contenido del producto de alteraciones por la acción de agentes externos.
- Promueve la venta.
- Facilita el uso del producto.
- Proporciona valor de reutilización al comprador.
- Facilita el almacenamiento, la distribución y el manejo del producto.

4.5.2. Embalaje

Prepara la carga en la forma más adecuada para su transporte en los modos elegidos para su despacho al exterior y para las distintas operaciones a que se someta durante el viaje entre el exportador y el importador.

Gráfico No 40



4.5.2.1. Objetivos del Empaque

Proteger las características de la carga y preservar la calidad de los productos que contiene.

Facilitar el traslado de la carga y permitir su transporte en las mejores condiciones, según el modo que se utilice.

Facilita:

- Manipuleo de la carga.
- Almacenamiento.
- Unitarización.
- Distribución.

- Tarifas de fletes.
- Primas de seguro.

4.6. Seguros.

Cuando una mercancía es transportada de un lugar a otro siempre corre el riesgo de sufrir daños causados por problemas climatológicos, transporte o robo, debido a lo anterior se recomienda a las empresas que adquieran pólizas de seguros para su mercancía con cobertura total, protegiéndose la empresa por la pérdida total o parcial de sus bienes durante el trayecto desde la empresa del vendedor hasta que llegue al comprador

Se contrata la compañía EVERGRIEEN como transportista de los productos, esta empresa cuenta con el servicio de seguro de la mercancía que transportan, además de ser muy económico ya que su valor es del 0,40 % del valor declarado al momento de embarcar la mercancía. Pero los daños causados por los siguientes no son cubiertos por esta empresa transportista: daños o pérdidas por guerra, daños o pérdidas por asuntos nucleares, perdidas consecuenciales, embargo de autoridades, desgaste por el uso del bien o de la mercancía, daños existentes al momento del transporte.

4.7. Capacidad del Contenedor.

Para el transporte internacional del cuero utilizaremos contenedor de marca EVERGREEN, de 40 pies (12m) para carga solida., los cuales son equipos especializados hechos de acero para el transporte marítimo y tipo de carga.

Todos los contenedores que van desde la planta de producción hasta llegar al puerto de destino (Londres- Inglaterra), deben cumplir con los requisitos exigidos para transporte productos no perecederos, que contengan, seguros entre otras normas.

Gráfico No 41

Contenedor Evergreen.



Las normas para los contenedores las establece la International Standards Organization, ISO (Organización Internacional de Normas) y algunas de las medidas y pesos especificados.

4.7.1. Medidas del Contenedor.

Largo: 12m

Ancho: 2, 35m

Alto: 2,39m

5. Pesos máximos

20 Pies (6 m) 44.800 lb (20.320 Kg)

40 Pies (12 m) 67.200 lb (30.480 Kg)

Sin embargo, un contenedor puede cargarse inadvertidamente hasta un 10% más de lo especificado, o con carga descentrada. Por lo tanto, un vehículo que transporte

contenedores debe tener una capacidad operativa de unas 75.000 lb (34.000 Kg), con centro de carga a 1.200 mm.

La capacidad del contenedor es de 30.480kg, sin embargo la Empresa PIELES PUMA enviara 911 cajas de 33,32 kg en peso bruto, con un total de 30339 kg, para ello se utilizaran flejes de acero en los espacios vacios para reforzar las cajas de cartón corrugado. Cada pallet contiene 45 cajas y en el container entran 20 pallets, 2 por ancho y 10 de largo total de pallets a utilizar 20.

4.7.2. Contenedor.

Un contenedor es un recipiente o caja especialmente construido para permitir el transporte de mercancías como una unidad.

El envío de mercancías contenerizadas exige que conozcamos los tipos de contenedores existentes y sus dimensiones con el fin de solicitar y seleccionar el tipo apropiado y optimizar los envíos, ya que cómo pagamos por contenedor el tamaño del pedido deberá adaptarse a las dimensiones y espacio disponible.

4.7.2.1. Ventajas del uso de Contenedores son:

- La mercancía sufre menos manipulaciones, reduciendo los costes y tiempos de carga y descarga.
- La mercancía viaja más protegida. Disminuiremos así el riesgo de daños, robo y el coste de los embalajes necesarios para el transporte.
- Permite la utilización de buques muy efectivos y rápidos con gran capacidad de carga.

4.8. Normas y Requisitos para Acceder al Mercado Destino.

4.8.1. Documentos.

Entre los documentos de acompañamiento exigibles que deben constar en la Declaración Aduanera de Exportación a Consumo Definitivo constan los siguientes:

- RUC de exportador
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite)
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite)
- Documento de Transporte

Una vez transmitida de declaración de exportación, esta es impresa y presentada en el Departamento de Exportaciones para su legalización definitiva adjunto a la declaración; presentada la declaración y si no existe ninguna novedad este

Departamento procede a aceptar la declaración aduanera ejecutando lo que se llama el cierre de aforo y genera inmediatamente a través del SICE la liquidación final de la exportación; si se ha producido algún tipo de error o incumplimiento de alguna disposición aduanera tipificada ya sea como contravención o falta reglamentaria, en la liquidación aparecerá algún valor que tiene que ser cancelado en los Bancos Corresponsales; una vez realizado el pago se procede a reconfirmar en el Departamento de Exportaciones para el cierre de la liquidación; con esto está culminado el proceso de legalización de la exportación.

Los plazos para la legalización de la exportación son de 15 días contados a partir de la fecha en la que realmente se efectuó el embarque de la mercancía, estos 15 días son días hábiles y sirven para regularizar la exportación con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

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

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.

Cabe mencionar que ya no es obligatoria la contratación de un Agente Afianzado de Aduana para realizar exportaciones, lo puede hacer directamente el exportador. Únicamente se exigirá la intervención del mencionado agente cuando se trate de exportaciones efectuadas por entidades del sector público.

4.8.1.1. Factura Proforma.

Documento provisional que informa al comprador del precio de la mercancía y de las condiciones en las que el vendedor está dispuesto a que se realice la venta. El término «pro forma» debe incluirse obligatoriamente en dicha factura.

4.8.1.2. Factura Comercial.

Es el documento donde el vendedor fija definitivamente el precio y las condiciones de venta. En determinados casos sirve de contrato de venta y de forma de cobro, para lo cual debe ir firmada e incluir las cláusulas arbitrales correspondientes a los contratos de compraventa internacionales.

4.8.1.3. Lista de Contenido (Parking List)

Documento que acompaña a la factura comercial y en la que queda recogido el contenido de los bultos que constituyen la exportación.

4.8.1.4. Documentos de Transporte

Son los correspondientes a las diferentes modalidades de transporte utilizadas en el comercio internacional.

4.8.1.4.1. Transporte Marítimo

El documento de transporte marítimo se conoce como «Conocimiento d embarque» o con su denominación en ingles «Bill of Lading» (B/L) Prueba la existencia del contrato de transporte marítimo internacional, justifica que el cargador ha entregado la mercancía a bordo del buque y es el título de propiedad de dicha mercancía (quien detenta el B/L es propietario de la mercancía).

4.8.1.4.2. Transporte Terrestre

El documento principal es la carta de porte por carretera, que constituye al mismo tiempo, recibo de mercancía por parte del transportista y prueba del contrato de transporte.

4.8.1.4.3. Transporte Aéreo

El conocimiento de embarque aéreo, conocido en su denominación inglesa como «Air Waybill (AWB)», es el documento utilizado en el transporte aéreo. Constituye el

contrato de transporte por parte de la compañía aérea, y prueba del contrato de transporte.

4.8.1.5. Pólizas de Seguros

En un contrato de compraventa internacional es recomendable asegurar determinados riesgos que puedan producirse. Los principales tipos de seguros son el seguro de transporte y el seguro de crédito a la exportación.

4.9. Documentos a ser Llenados.

4.9.1. Cupón de Exportación.

Los datos a ser llenados por el Exportador son los siguientes:

- ✓ Ciudad
- ✓ Fecha de Pago (dd-mm-aa)
- ✓ Nombre del Aportante.
- ✓ Tipo de Identificación del Aportante (RUC, Catastro, C.I., Pasaporte)
- ✓ DAU (Posteriormente)
- ✓ Valor FOB en dólares
- ✓ Valor cuota en dólares
- ✓ Firma de Responsabilidad

4.10. Trámites.

4.10.1. Requisitos para ser Exportador:

Registró de firmas en el Banco Central del Ecuador (Trámite por una sola ocasión)

a) Personas Naturales.-

- Cédula de Ciudadanía.
- Registro Único de Contribuyente (RUC)

b) Personas Jurídicas

- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Comunicación del Representante Legal en el que consten nombres, apellidos y cédula de ciudadanía de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación

c) Instituciones del Sector Público

- Código de catastro
- Oficio del Representante Legal en el que consten el Código de catastro, los nombres y apellidos y los números de las cédulas de Ciudadanía de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación.

4.10.2. Trámites de Exportación:

Obtención del visto bueno del formulario único de exportación en la banca privada autorizada por el banco central del Ecuador

- Presentar la declaración de exportación, en el Formulario Único de Exportación FUE (original y cinco copias).
- Adjuntar la factura comercial (original y cinco copias), en donde debe constar la descripción comercial de la mercadería a exportarse.
- No como un requisito obligatorio, sino como un complemento, puede ser necesario una "lista de bultos" (packing list), especialmente cuando se embarca cierto número de unidades del mismo producto, o si varían las dimensiones, el peso o contenido de cada unidad.
- Para el visto bueno los documentos deben ser presentados ante los bancos corresponsales del Banco Central.

El FUE en general, tiene un plazo de validez indefinido y será válido para un solo embarque; excepto cuando se trate de los siguientes casos especiales, en donde tendrán un plazo de validez de 15 días:

- a) Cuando los productos a exportarse, estén sujetos a precios mínimos referenciales, cuotas, restricciones o autorizaciones previas.
- b) Cuando los productos a exportarse sean perecibles en estado natural, negociados bajo la modalidad de venta en consignación.

En estos casos, si se permite que se hagan embarques parciales, dentro del plazo de los 15 días.

4.10.3. Procedimiento Aduanero.

Después de obtener el visto bueno del FUE, se efectúa en la Aduana los trámites para el aforo, mediante la correspondiente declaración y el embarque de los productos.

El interesado, entrega la mercadería a la Aduana para su custodia hasta que la autoridad naval, aérea o terrestre, autorice la salida del medio de transporte.

Las mercancías se embarcan directamente, una vez cumplidas las formalidades aduaneras y el pago de gravámenes o tasas correspondientes.

No se permite la salida de la mercancía si el FUE no está respectivamente legalizado.

La Declaración de las mercaderías a exportarse se presenta en la Aduana por parte del interesado, en un plazo, desde siete días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera, con los siguientes documentos:

- Declaración Aduanera (Formulario Único de Exportación)
- Factura comercial, en original y cuatro copias

- Original o copia negociable de la documentación de transporte (conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte, según corresponda).

Los exportadores están obligados a vender en el país las divisas provenientes de sus exportaciones, por el valor FOB, a los bancos y sociedades financieras privadas autorizadas por la Superintendencia de Bancos a operar en el mercado libre de cambios, sean o no corresponsales del Banco Central.

4.11. Trámites Especiales para Exportar.

En determinados casos, algunas mercaderías para su exportación se rigen por ciertas regulaciones y trámites especiales adicionales a los ya indicados; de los cuales unos requisitos son exigibles para los trámites internos y otros son exigibles por el comercio internacional, por parte de los importadores.

Certificados de Calidad.

a) Requisitos exigibles para el trámite externo

Los interesados en exportar material o productos agropecuarios en cualquiera de sus formas, excepto industrializados y que no de prohibida exportación, deberán obtener los siguientes certificados:

1. Certificado zoosanitario

Para la exportación de animales, productos y subproductos de origen animal, los interesados deberán acercarse a las Oficinas de Cuarentena Animal del SESA, localizados en los diferentes puertos marítimos, aéreos y terrestres del país.

2. Certificado de origen

Esta certificación se requiere para aquellas mercancías que van a ser exportadas a los países de ALADI, COMUNIDAD ANDINA, Sistema General de Preferencias (países de la Comunidad Europea) y a los Estados Unidos de Norte América, según lo establecido en la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas.

Los Certificados de Origen son expedidos por el Ministerio de Comercio Exterior y por delegación suya, por las Cámaras de: Industrias Pequeña Industria, Comercio, Artesanos, y por la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

El proyecto que ha sido desarrollado bajo parámetros técnicos de objetividad y racionalidad ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. La relación con los proveedores ha sido definida por PIELES PUMA como un vínculo a largo plazo, lo que genera un sentimiento de lealtad y reciprocidad con la finalidad de alcanzar el desarrollo mutuo de ambas partes.
2. Investigamos los requisitos aduaneros necesarios para llevar a cabo la exportación de cuero acabado de Ovino y Bovino, para cumplir con todas las exigencias legales aduaneras antes de realizar una exportación.
3. Estudiamos la logística y las modalidades de Transporte para determinar la que aplicaremos para la exportación de cuero acabado de Ovino y Bovino a Londres, para determinar costos y ventajas de acuerdo a la naturaleza del producto para evitar posibles daños durante el traslado de la mercancía a su destino.
4. Determinamos los posibles ingresos y egresos de la actividad de la empresa, para así llegar a conocer la factibilidad o no de la exportación, o el tiempo de funcionamiento que necesitará la empresa para ser rentable.

5. Es necesario determinar la situación financiera de empresa PIELES PUMA, por lo que es importante contar con un estado de Perdida y Ganancia que nos permite tener una relación ordenada de los Ingresos y Egresos que nos da una idea de la Utilidad o rentabilidad del mismo.

6. Con los resultados obtenidos en el Valor actual neto VAN y la tasa de interna de retorno TIR la empresa PIELES PUMA está en un nivel estable y tiene proyecciones altas de crecimiento en sus ventas, recursos, producción, finanzas, tiempo, optimización y cualquier otra actividad asociada con el ciclo normal de la empresa.

RECOMENDACIONES:

1. Crear y promocionar centros de capacitación artesanales en la rama del cuero de manera que hábiles artesanos desarrollen mejores técnicas en acabado, diseño y tecnología. La tarea se puede cumplir mediante un convenio entre los empresarios y el apoyo gubernamental.
2. Al tener los procesos de Comercio Exterior claros y bien definidos logramos optimizar toda la parte operativa y logística dentro de la exportación a consumo.
3. Aplicando canales de distribución directos entre el Proveedor Nacional, PIELES PUMA y Comprador Mayorista en el Exterior, favorece en el negocio de la comercialización y reduce tiempo, costo y minimiza el riesgo.
4. Se recomienda incrementar la capacidad de producción ya que la venta hacia el exterior es una de las alternativas, en base a los precios, ya que en el mercado local o interno no se aprecia este tipo de producto.
5. El análisis financiero demuestra la factibilidad de ingresar en este tipo de negocio ya que los indicadores Económicos dan resultados aceptables y de esta forma permite tomar decisiones sobre la implementación del proyecto.

6. Es recomendable la ejecución del proyecto, puesto que es una alternativa viable ya que el estudio demostró que es técnicamente factible y los estados financieros reflejaron que es económicamente rentable.

RESUMEN

La presente Tesis es “Proyecto de Exportación de Cueros Acabados de la Empresa “PIELES PUMA” de la Ciudadela Los Tres Juanes, Provincia de Tungurahua, hacia el mercado de Londres – Inglaterra”.

Se realizó un análisis completo del mercado actual del cuero de vestimenta y marroquinería con sus proyecciones estableciendo que el grupo al cual dirigiremos esta investigación de mercado. Es decir, los importadores en el resto del mundo que serían los clientes potenciales.

El proyecto de exportación se basa en estrategias así como la logística indirecta, transporte, aduanas, agentes afianzados, aseguradora, así como un énfasis en el entorno económico y político, análisis de la balanza comercial y de intercambio bilateral, Regulaciones y Normas Ambientales, Mercadeo, Leyes, Cultura de Negocios, modificaciones al producto y financiamiento entre otras.

Enfrentar la competencia nacional y proyectarse a la Internacional, ganando competitividad mediante promoción de la empresa formando alianzas estratégicas para reducir costos, mejorar la eficiencia y diversificar productos y así disminuir el riesgo de estar en un solo mercado, logrando vender mayores volúmenes para utilizar la capacidad productiva de la empresa y de ofertar un producto elaborado artesanalmente que como sabemos es cotizado a nivel mundial, además, las variables financieras se enmarcan dentro de la factibilidad.

SUMMARY

The research Project is called “Project of Exportation of finished leathers at the factory “PIELES PUMA”, Los Tres Juanes Citadel, Tungurahua province, to the market in London – England.

A complete analysis on the market today of leathers clothing and fine leather was carried out with its projections establishing the group directed this market research, Importers in the rest the word would be potential customers.

The project of exportation is based on strategies such as indirect logistics, transport, customs, secured agents, insurance, as well as emphasis on the economic and political environment, and balance of trade analysis of bilateral exchange, regulations and environmental laws, marketing, laws, culture of business, modification to the product and finance.

Facing national competition designed to international competition gaining through promoting the enterprise by forming strategic alliances to reduce costs, improving the efficiency and diversifying products to decrease the risk to be alone in the market, obtaining to sell larger volumes for using the production capacity of the enterprise and offer a product which is priced handmade worldwide the financial variables also are part of the feasibility.

BIBLIOGRAFÍA

- Barreno Benavides Luis Enrique, año 2004, “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos”, 3ª ed. Quito – Ecuador, Cámara ecuatoriana del libro – Núcleo del Pichincha.
- CAE, año1999, “Ley Orgánica De Aduanas”, 4ª ed. Corporación de Estudios y Publicaciones.
- RONALD H, Business Logistics Management. 4ta ed. 1999.
- “SERVICIO ECUATORIANO DE CAPACITACION PROFESIONAL (SECAP), La Pequeña Empresa de Manufacturas de Cuero y Calzado, PREDAFORP.1995.
- LAMBERT, COOPER, M. Pagh, 'Supply Chain Management: Implementation Issues and Research Oportunities, the International Journal of Logistics Management.
- CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES INVERSIONES CORPEI, Atención al Cliente, diciembre del 2010. (www.corpei.org.ec)
- INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN, Índices, Tasas, Estadísticas, 2011(<http://www.inen.gov.ec>)
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Inflación, Tasa de Interés Activa referencial, Producto Interno Bruto, Índice de Pobreza, Exportaciones de Ecuador, 2011 (www.bce.fin.ec)
- AVALOS, Juan Alberto; Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Edit. Seracomp, Ecuador, 78p.
- SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR; arancel, boletines,

(www.aduana.gov.ec)

- BANCO CENTRAL DE ECUADOR; total de importaciones y exportaciones del Ecuador, (www.bce.gov.ec).

Links Electrónicos

- www.mmrree.gov.ec/mre/documentos/promocion/alianza/cuero.htm
- www.primeralexportacion.com.ar/doc/medio_ambiente/pdf/capituloll.pdf
- www.mmrree.gov.ec/mre/documentos/ministerio/mre_historia.htm - 38k
- www.aladi.org
- www.swissworld.org/es/
- www.bce.fin.ec
- www.fao-com
- www.ecuadorencueros.com
- www.trademap.net/ecuador/country_figure.htm
- www.ecuadorexporta.com
- www.mundomaritimo.cl/datos/datos-utiles-2

Anexos

Anexo No 1

Perfil de la Empresa



En Leatherotics hemos estado produciendo y amplia gama de abastecimiento de la ropa, nos especializan en chaquetas de cuero apretadas de los corsés, de la manera del cordón, vestidos del cuero mini, catsuits de cuero y mucho más. Hemos agregado recientemente una nueva gama emocionante de Steampunk y de ropa gótica.

Nuestro crecimiento muy rápido durante los años últimos se ha basado en nuestra obsesión con calidad y la satisfacción de cliente enorme que hemos pasado tiempo enorme en el diseño y producir de la gama de la ropa del especialista y que nos sentimos muy confiados ahora que podemos producir y proveer a los otros sectores. Puede ser difícil elegir al surtidor de cuero de la ropa pero no más pues somos compañía establecida en el Reino Unido y almacenamos la acción enorme al catter pequeña a las órdenes del tamaño del mediiium en el plazo de 48 horas de tiempo.

Pues una compañía nuestra misión es ir beyond las expectativas del cliente providing las los productos más de alta calidad en los precios comprables profundamente dicounted del Reino Unido. Hemos estado suministrando el vestir por

todo el mundo de todos los diversos tamaños por más de diez años. La ropa de cuero no se limita a las chaquetas y a las capas de la cintura pues hemos sido de diseño y que producían de la amplia gama de las faldas, de los cortocircuitos, de las polainas de cuero, de los pantalones del Mens y de los corsés más mucho más.

Información básica

◆◆ **Nombre de la empresa:** LEATHEROTICS LTDⁱ

Tipo de negocio: Fabricante , Empresa de comercio , Distribuidor / Mayorista

Producto/Servicio (Vendemos): Ropa de cuero, corsés de cuero, mini vestidos de cuero, polainas de cuero, chaquetas de cuero, ropa interior de cuero, engranaje de BDSM, ropa de la ropa del fetiche, de Gotich, faldas y cortocircuitos, ropa de cuero del Mens, ropa de Steampunk, máscaras de cuero, corsés de cuero del mens, bedsheets de cuero del cuero

Producto/Servicio (Compramos): Other Leather

◆◆ **Dirección postal registrada:** Camino Gloucester GL4 6GD de 68 Marlborough, Gloucester, Gloucestershire, United Kingdom

Número de empleados: 51-100 personas

Sitio web de la empresa: <http://www.leatherotics.com>

Otros datos

Año de fundación: 2004

Mercado

Principales mercados: Norte América
América del Sur
Europa del Este
Oriente Medio
Europa Occidental
América Central
Norte de Europa
Sur de Europa

Principales clientes: Businesses

Volumen de ventas anuales: 1 millón US\$ - 2.5 millones US\$

Porcentaje de exportación: 71% - 80%

Cuero genuino cueros de piel del fabricante del proveedor de abastecimiento

Por **LEATHEROTICS LTD**¹³



Precio FOB: \$2.10 - \$2.30

Cantidad de pedido mínima: 10000 Pie/Pies

¹³ http://spanish.alibaba.com/tp-suppliers_uk107831413

Condiciones de pago: paypal

Capacidad de suministro: 100000 Pies/Pies por Trimestral

Paquete: Embalado en bolsas de plástico y serán entregados en cajas

Plazo de entrega: 17 días

Datos del producto

Datos básicos

Material:	Las ovejas de piel	Tipo:	Gyrosigma
Patrón:	Acabado	Uso:	Correa, Muebles, Bolso, equipaje, Sofá, Ropa, Zapatos, Otros
Espesor:	. 7mm - . 8mm	Tamaño:	2-35 sf
Lugar del origen:	Reino Unido	Marca:	leatherotics
todos los tamaños:	todos los colores		

Especificaciones:

Negro color de un grado.

Ideal para todos los aspectos de la artesanía& haciendo ropa/adorno/moda etc

A la luz de peso medio.

Aprox. A 7mm. 8mm calibre.

El tamaño de la pieza es de aprox 8 pies cuadrados o más.

Somos COMERCIO DE CUERO como uno del agente representativo de los compradores honestos, sinceros company/-buying para el cuero de Inglaterra.

Asistimos a compradores extranjeros para comprar cuero de la calidad. Actuamos como agente de la inspección del comprador extranjero. Nuestros deberes fundamentales son selección de precios competitivos del cuero de la calidad a lo más y todos nuestros exportadores deben ser examinados y ser comprobados terminantemente antes del envío por nuestros selectores de las compañías experimentadas, dedicados y expertos y técnicos de cuero. Estamos suministrando todas las clases de artículo de cuero sobre vaca, búfalo, cabra, ovejas según requisitos del comprador como en la calidad que mantiene del precio competitivo, cantidad, el envío oportuno y una mejor selección. Estamos haciendo negocio con una buena reputación a partir del tiempo largo con China, Hong Kong, Taiwán, Turquía, Italia, Corea, Paquistán, Vietnam.

Anexo No 2. Logotipo



PIELES "PUMA"

**OFRECE TODO EN LA LINEA DE CUERO
PARA VESTIMENTA**

Anexo No 3. Pagina Web.

PIELES PUMA

- Inicio
- Historia
- Mision
- Vision
- Productos
- Contactos



PIELES PUMA, fue creada en el año de 1999, es una Pequeña Empresa Artesanal, manejada por su fundadora en forma de empresa familiar quien concentra la toma de decisiones y administración bajo su mando.

La compañía tuvo como propósito inicial utilizar industrialmente el cuero de rechazo, aprovechando que en la zona existe un buen número de ganaderos que pueden suministrar la materia prima. Nuestra empresa reconocida en la producción de cuero de vestimenta con una relación de proveedores que garantizan la utilización de cueros e insumos de calidad en la elaboración de nuestros productos.

Hoy tiene 1 Visitantes (2 número de cientos) ¡Aquí en esta página!
=> ¿Desea una página web gratis? Pues, haz clic aquí! <=>

Anexo No 4. Factura Proforma

Pro-forma Invoice

AIRWAYBILL NO:	DATE OF EXPORTATION:
ABN NO:	INVOICE NO: REF NO:
EXPORTER/SHIPPER	CONSIGNEE
	Company Name:
	Address:

COUNTRY OF EXPORT:	MANUFACTURER'S NAME (if not Shipper)
COUNTRY OF ULTIMATE DESTINATION	Address:

ITEMS	FULL DESCRIPTION OF GOODS	QTY	PART#	COUNTRY OF MFTR	AHECC CODE	UNIT VALUE	TOTAL VALUE

GST:	
FREIGHT:	
INSURANCE:	

PLEASE STATE IF GOODS ARE DUTY DRAWBACK
PLEASE STATE IF GOODS ARE HAZARDOUS

CURRENCY:	
GRAND TOTAL:	

REASON FOR EXPORT (SAMPLE /SALE/REPAIR):	
--	--

PERMIT NO: (If applicable)	ENCRPTION CODE: (If applicable)
-------------------------------	------------------------------------



I declare all the above information to be true and correct to the best of my knowledge and that the goods are of the origine specified above.

FOR & ON BEHALF OF:
COMPANY:
NAME:
POSITION:
SIGNATURE: _____
DATE: _____



Anexo No 5. Factura Comercial (Invoice)

Commercial Invoice							
INTERNATIONAL AIR WAYBILL NO.				NOTE: All shipments must be accompanied by a FedEx International Air waybill.			
DATE OF EXPORTATION				EXPORT REFERENCES (i.e. order no., invoice no., etc)			
SHIPPER/EXPORTER (complete name and address)				CONSIGNEE (complete name and address)			
COUNTRY OF EXPORT				IMPORTER - IF OTHER THAN CONSIGNEE (complete name and address)			
COUNTRY OF MANUFACTURE							
COUNTRY OF ULTIMATE DESTINATION							
NO. OF PKGS.	TYPE OF PKG.	FULL DESCRIPTION OF GOODS	QTY.	UNIT OF MEASURE	WEIGHT	UNIT VALUE	TOTAL VALUE
TOTAL PKGS.					TOTAL WEIGHT		TOTAL INVOICE VALUE
CHECK ONE <input type="checkbox"/> F.O.B. <input type="checkbox"/> C & F <input type="checkbox"/> C.I.F.							
THESE COMMODITIES, TECHNOLOGY, OR SOFTWARE WERE EXPORTED FROM THE UNITED STATES IN ACCORDANCE WITH THE EXPORT ADMINISTRATION REGULATIONS. DIVERSION CONTRARY TO U.S. LAW PROHIBITED.							
I DECLARE ALL THE INFORMATION CONTAINED IN THIS INVOICE TO BE TRUE AND CORRECT.							
SIGNATURE OF SHIPPER/EXPORTER				DATE			

Anexo No 6. Certificado de Origen

1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country)		Reference No. ANº - 320479			
2. Goods consigned to (consignee's name, address, country)		GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A			
3. Means of transport and route (as far as known)		4. For official use:			
6. Item number	8. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages; description of goods	9. Origin criterion (see notes overleaf)	5. Gross weight or other quantity	10. Number and date of invoices
11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.  MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, INDUSTRIALIZACIÓN, PESCA Y COMPETITIVIDAD  Jaime R. Zamora C. PRE-PROFESIONAL			12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct, that all the goods were produced in _____ (country) and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to: _____ (country).		

Anexo No 7. Conocimiento de Embarque (Bill Of Lading.)

BILL OF LADING FOR COMBINED TRANSPORT SHIPMENT OR PORT TO PORT SHIPMENT				
Shipper Domeg (Pty) Limited Adderley Road, North End Port Elizabeth		B/L No. PLZAA329 Reference No.		
Consignee or Order To order (1)		 "ON" SHIP CARRIER		
Notify Party/Address Hardware Supplies Limited Cross Avenue New York		<small>*It is agreed that no responsibility shall attach to the Carrier or his Agents for failure to notify. (See clause 20 on reverse)</small>		Place of Receipt <small>(Applicable only when this document is used as a Combined Transport Bill of Lading)</small>
Ocean Vessel Transvaal (2)	Voyage No: 1378G	Port of Loading Port Elizabeth (3)	Place of Delivery <small>(Applicable only when this document is used as a Combined Transport Bill of Lading)</small>	
Port of Discharge New York (3)				
Marks and Nos.: Container Nos. MK 25Z (4) Container No. GSTU 2150221 Seal No. 388487	Number and Kind of Packages; description of Goods 1 20 DC Container(s) STC: 500 Hacksaws Model TS 2 with Safety Guard 5 Packs (5)	Gross Weight 280 kg	Measurement 0.0000	
L/C No. 188688/DLC (6) Shipped on Board (7) on 10 August 2002				
<small>*Total No. of Containers/Packages received by the Carrier</small> 1 / 0		<small>Received by the Carrier from the Shipper in apparent good order and condition (unless otherwise noted herein) the total number or quality of Containers or other packages or units indicated in the box opposite entitled "Total No. of Containers/Packages received by the Carrier" for Carriage subject to all the terms hereof (INCLUDING THE TERMS ON THE REVERSE HEREOF AND THE TERMS OF THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF) from the Place of Receipt or the Port of Loading, whichever is applicable, to the Port of Discharge or the Place of Delivery, whichever is applicable. One original Bill of Lading must be surrendered, duly endorsed, in exchange for the Goods. In accepting this Bill of Lading the Merchant expressly accepts and agrees to all terms and conditions whether printed, stamped or written, or otherwise incorporated, notwithstanding the non-signing of this Bill of Lading by the Merchant.</small>		
Movement USE-FCL				
Freight and Charges (indicate whether prepaid or collect): Freight Prepaid (8) Origin Inland Handling Charge Origin Terminal Handling/LCL Service Charge Ocean Freight Destination Terminal Handling/LCL Service Charge Destination Inland Handling Charge				
Freight payable at Port Elizabeth		Place and Date of Issue Port Elizabeth / 12 August 2002 (9)		
Number of Original Bills of Lading 3 / Three (10)		IN WITNESS of the Contract herein contained the number of original stated opposite have been issued, one of which being accomplished the other(s) to be void. For the Carrier:  For "On" Ship (11) As Carrier		

Anexo No 8 Lista de Empaque

LOGO DE LA EMPRESA		LISTA DE EMPAQUE		
Dirección de la Empresa: Ambato Teléfono, fax, casilla 2855234 Ruc 06874778797001		La presente lista se refiere a la factura Nº. 476887		
Lugar y fecha:		Número de pedido:		
Cantidad	Número	Contenido de cada bulto	Dimensiones de cada bulto	Peso bruto de cada bulto
44498	20	Cuero Acabado	150 cm a 170 cm	33.2 Kg
<ul style="list-style-type: none">○ Método de Embalaje : Cartón○ Marcas y números: 1○ Número total de Cajas: 911○ Volumen total: 31489○ Peso Neto Total: 29448○ Peso Bruto Total: 30480				
<hr/> Firma y Sello				

Anexo No 9 Póliza de Seguro



SEGURO DE TRANSPORTE CERTIFICADO / APLICACIÓN DE SEGURO

Póliza abierta y/o Flotante No.

Nº 026026

ASEGURADO:

EMBARCADOR:

PUERTO DE EMBARQUE:

PUERTO DE DESEMBARQUE:

DESTINO FINAL:

MEDIO DE TRANSPORTE:

Marcas	Números	Tipo de Empaque	Descripción de Mercancías	Valor Asegurado

PRIMA TOTAL:

DEDUCIBLE:

CONDICIONES DE SEGURO:

Este certificado de Seguro de Transporte se emite sujeto a los términos, condiciones generales, especiales y particulares de la póliza abierta de Transporte contratada por el Asegurado, en caso de pérdida o daño de las mercancías aseguradas, éstas se liquidarán e indemnizarán de acuerdo a las coberturas, exclusiones y garantías de la póliza contratada y sujeto a la ley y práctica ecuatoriana.

PROCEDIMIENTO EN CASO DE RECLAMO:

El Asegurado o sus representantes deben:

1. Notificar inmediatamente a la Aseguradora de cualquier evento amparado bajo este seguro.
2. En caso de contenedores intermodales, los mismos deberán ser abiertos en presencia de un inspector de la Aseguradora
3. Adoptar medidas razonables para prevenir o mantener reducida al mínimo cualquier pérdida.
4. Proteger todos los derechos contra transportadores, Autoridad Portuaria y otras terceras partes sean debidamente preservados y ejercidos.
5. En pérdidas detectadas en el recinto aduanero, elaborar acta de protesta por las averías encontradas.
6. En bultos con señales de avería abstenerse de otorgar un recibo conforme en las guías terrestres.

CONDICIÓN ESPECIAL:

Es condición de este seguro que el Asegurado debe tener un interés asegurable en el objeto asegurado al ocurrir una pérdida.

COLONIAL CIA. DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A

El Asegurado.

Firma y Sello



Firma y Sello

Lugar y Fecha:

Este certificado no es válido sin la firma y sello de la Compañía Aseguradora

Nota: El presente formulario fue aprobado por la Superintendencia de Bancos y Seguros, con Resolución N° SBS-INS-2004-204 del 11-Agosto-2004

Anexo No 11: Certificado Zoosanitario

			
CERTIFICADO FITOSANITARIO PHITOSANITARY CERTIFICATE Nº 34866			
1- De Organización Nacional de Protección Fitosanitaria de PARAGUAY <i>From: National Plant Protection Organization of PARAGUAY</i>			
PARA: Organización(es) Nacional(es) de Protección Fitosanitaria de: TO: National Plant Protection Organization (s) of			
DESCRIPCIÓN DEL ENVÍO / DESCRIPTION OF CONSIGNMENT			
1. Exportador: Nombre y dirección / Name and adress.		2. Destinatario: Nombre y dirección / Name and adress of importer	
3. Número y descripción de bultos / Number and description of packages		4. Marcas distintivas / Distinguishing marks	
5. Nombre del producto / Botanical name		6. Cantidad declarada / Declared quantity	
7. Lugar de Origen / Place of origin		8. Punto de entrada / Point of entry	9. Medio de transporte / Means of transport
10. Por el presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos vegetales reglamentados descritos aquí han sido inspeccionados y/o analizados, de acuerdo con procedimientos oficiales adecuados, y se consideran libres de plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadas y que cumplen con los requisitos fitosanitarios exigidos por ésta, incluyendo los relativos a plagas no cuarentenarias reglamentada. <i>This is to certify that the plants, or products or other regulated articles described here in have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free of quarantine pest especified by the importing contracting party and to conform with current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regular non-quarantine pests.</i>			
TRATAMIENTO DE DESINFESTACIÓN O DESINFECTACIÓN / DESINFESTATION OR DESINFECTING TREATMENT			
11. Tratamiento / Treatment		12. Producto químico (ingrediente activo) / Chemical product (active ingredient)	
13. Concentración / Concentration		14. Duración y temperatura / Duration and temperature	15. Fecha / Date
DECLARACION ADICIONAL / ADDITIONAL DECLARATION			
16.			
DATOS DEL RESPONSABLE / RESPONSIBLE INFORMATION			
17. Sello de la Organización / Stamp of Organization		18. Nombre del oficial autorizado / Name of authorized official certification	
19. Firma del Oficial autorizado /		20. Registro N° / Number of regis	

Anexo No 12 Partida Arancelaria Sugerida

PARTIDA ARANCELARIA SUGERIDA: CUERO TERMINADO Y SEMITERMINADO 41.07.99

Sección VIII :	PIELES, CUEROS, PELETERIA Y MANUFACTURAS DE ESTAS MATERIAS; ARTICULOS DE TALABARTERIA O GUARNICIONERIA; ARTICULOS DE VIAJE, BOLSOS DE MANO (CARTERAS) Y CONTINENTES SIMILARES; MANUFACTURAS DE TRIPA
Capítulo 41 :	Pieles (excepto la peletería) y cueros
Partida Sist. Armonizado 4107 :	Cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados, de bovino (incluido el búfalo) o equino, depilados, incluso dividido, excepto los de la partida 41.14.
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 41079900 :	

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)

Observaciones: Se sugiere la partida arancelaria mencionada la cual fue usada en esta ficha de respuesta para efectos de búsqueda de información. Es necesario mencionar que la autoridad competente para el proceso de clasificación arancelaria es la SENAE. Ponemos a vuestra consideración información de contacto del Servicio de Atención al Cliente de la SENAE: 04-2-480 640 extensión 1800.

Cláusula Legal:

La información contenida en esta base de datos debe ser considerada como una fuente referencial. PRO ECUADOR ha procurado asegurar la mayor exactitud posible de la información contenida de acuerdo a las fuentes internacionales, sin embargo esta es propensa a cambios permanentes, por lo que el usuario es responsable del uso de la misma.

Anexo No 13 Sueldos y Salarios

MANO DE OBRA						
Detalle	Núm. Empl.	Sueldo	Aporte Patronal (12.15%)	Decimo 3ero	Decimo 4to	Total
Mano de Obra Directa						
Recepción Materia Prima						
Operario	1	292	35,48	24,33	24,33	376,14
Clasificación						
Obrero	1	300	36,45	25,00	25,00	386,45
Curtido						
Operario	1	292	35,48	24,33	24,33	376,14
Engrasado						
Obrero	1	292	35,48	24,33	24,33	376,14
Pintado						
Operario	1	292	35,48	24,33	24,33	376,14
Empaquetado						
Operario	1	292	35,48	24,33	24,33	376,14
Transporte						
Estibador	1	292	35,48	24,33	24,33	376,14
Subtotal Mano de Obra Directa	7	2052	249,318	171	171	2643,318
Mano de Obra Indirecta						
Jefes						
Jefe de Calidad	1	350	42,53	350	292	1034,525
Jefe de Supervisión	1	350	42,53	350	292	1034,525
Estacada						
Estacador	1	292	35,48	292	292	911,48
	3	992	120,53	992	876	2980,53
TOTAL MANO DE OBRA						5623,848