



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR
CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

Ingeniera en Comercio Exterior

Mención: En Negociaciones Internacionales

TEMA:

“Plan de exportación de calzado de seguridad y agroindustrial, botas de PVC de la empresa MILBOOTS CIA.LTDA. a la ciudad de Bogotá Colombia periodo 2013”

AUTOR

Lilia Jaqueline Toasa Tapia

Riobamba, Ecuador

2013

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado y responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad, en cuya virtud, autoriza su presentación.

Ing. Gino Merino Geovanny Naranjo

TUTOR

Ing. Hernán Octavio Arellano Díaz

MIEMBRO TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Los resultados obtenidos en la presente investigación, previo la obtención del Título de Ingeniero en Comercio Exterior son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas.

Lilia Jacqueline Toasa Tapia

AUTOR

DEDICATORIA

Doy gracias a Dios por permitirme ver cada día la luz del día y sobre todo tener la dicha de poseer una gran familia digna de admiración.

A mi esposo por apoyarme incondicionalmente, por su dedicación, amor, paciencia y preocupación, por estar siempre conmigo en los buenos y malos momentos.

A mi princesa hermosa Nahomi Lissette que con su sonrisa ilumina mi vida y enorgullece mi hogar y me motiva para luchar y seguir adelante en mi vida profesional.

A mi madre, porque con su ejemplo, amor, esfuerzo, compañía, dedicación y consejos han sabido sentar buenos cimientos, para que pueda cumplir con las metas que me he propuesto.

A mi padre (+) que desde el cielo me guía mis pasos y mi camino, para poder hacerlo realidad la meta propuesta y continuar hacia adelante.

Lilia Jacqueline Toasa Tapia

AGRADECIMIENTO

De manera especial quiero agradecer a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO por la formación profesional obtenida, a la FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y A LA ESCUELA DE INGENIERIA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR por los valiosos conocimientos adquiridos y por la ayuda brindada durante toda mi carrera profesional.

A la empresa MILBOOTS por la apertura y apoyo brindado en el desarrollo del presente trabajo.

A todos y cada uno de los señores docentes que aportaron con los conocimientos a lo largo de mi carrera por ser más que profesores ser amigos.

Lilia Jacqueline Toasa Tapia

INDICE GENERAL

CONTENIDOS	PÁG.
<i>Portada</i>	<i>i</i>
<i>Certificación</i>	<i>ii</i>
<i>Declaración de autenticidad</i>	<i>iii</i>
<i>Dedicatoria</i>	<i>iv</i>
<i>Agradecimiento</i>	<i>v</i>
<i>Indice general</i>	<i>vi</i>
<i>Indice de gráficos</i>	<i>x</i>
<i>Indice de tablas</i>	<i>x</i>
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
1. Generalidades	2
1.1. <i>Antecedentes</i>	2
1.2. <i>Finalidad y función</i>	5
1.3. <i>Políticas</i>	5
1.4. <i>Misión</i>	5
1.5. <i>Visión</i>	6
1.6. OBJETIVOS	6
1.6.1. <i>Objetivo general</i>	6
1.6.2. <i>Objetivos específicos</i>	6
1.7. <i>Valores</i>	6
1.8. <i>Principios</i>	7
1.9. <i>Base legal</i>	7
1.10. <i>La administración</i>	8
1.11. <i>Estructura organizacional</i>	9
1.12. <i>Funciones y responsabilidades</i>	9
1.13. <i>Línea de productos</i>	14
1.13.1. <i>Botas 4x4</i>	14
1.13.2. <i>Hidrocarburo</i>	15
1.13.3. <i>Lácteos y cárnicos</i>	16
1.13.4. <i>Bota 4x4 Camuflaje</i>	16

1.14. Logotipo de la empresa	17
1.15. Cadena productiva	17
1.15.1. Características y especificaciones del producto	18
1.15.2. Descripción del proceso	18
1.15.3. Flujo grama del proceso de producción-exportación	19
CAPÍTULO II.....	20
ESTUDIO DE MERCADO	20
2.1 Investigación de mercado	20
2.1.1Evolución de la situación mundial.....	20
2.1.2.Producción mundial de calzado	22
2.1.3.Factor tecnológico.....	23
2.1.4.Factor económico	25
2.1.5.Factor social.....	28
2.1.6.Factor socio económico	29
2.2 Antecedentes del mercado de Colombia.....	31
2.2.1Mercado destino	32
2.2.1.1Situación geográfica	32
2.2.1.2Balanza Comercial.....	33
2.3 Objetivo del estudio de mercado	34
2.4 Análisis de mercado.....	35
2.4.1Industria de botas en Colombia	35
2.4.2Factor económico	35
2.4.3Factor socio económico	40
2.4.4Factor político	44
2.4.5Producción.....	48
2.4.5.1Nivel de producción	49
2.4.6Consumo.....	49
2.4.7Variedades	50
2.4.8Temporada de producción.....	51
2.4.9Tecnología industrial	51
2.4.10Comercialización	52
2.4.11Organizaciones gremiales.....	52

2.5 Organismos de cooperación	53
2.6 Determinación de la población.....	53
2.7 Distribución por categorías.....	54
Segmentos de mercado	54
2.8 La oferta	56
2.8.1 Competidores.....	57
2.8.2 Determinación de la oferta y aceptación del producto	58
2.9 Demanda del producto	60
2.9.1 Determinación de la demanda	62
2.9.2 Demanda insatisfecha	64
2.10 Aceptación del producto.....	66
CAPÍTULO III.....	68
3. EXPORTACIÓN DE CALZADO A BOGOTÁ – COLOMBIA	68
3.1 Marco legal para la exportación	68
3.1.1 Marco legal Ecuador	68
3.1.1.1 Trámite en aduana para realizar una exportación	68
3.1.1.2 Proceso para registrarse como exportador	70
3.2 Marco legal Bogotá Colombia	72
3.2.1 Acceso al mercado.....	72
3.2.1.1 Requisitos generales de acceso al mercado.....	72
3.2.1.2 Flujo gramal del trámite de exportación en la aduana	76
3.2.1.3 Preferencias arancelarias al Ecuador	77
3.2.1.4 Regímenes económicos aduaneros (zonas y depósitos francos; Importación temporal).....	78
3.2.1.5 Licencias de importación/autorizaciones previas.....	81
3.2.1.6 Principales barreras arancelarias	82
3.3 Barreras arancelarias y acuerdos comerciales Ecuador – Colombia:.....	83
3.3.1 Barreras arancelarias y acuerdos comerciales Ecuador- Colombia	84
3.3.2 Barreras proteccionistas	87
3.3.3 Barreras no arancelarias	87
3.3.4 Requisitos para arancelarios.....	90
3.3.5 Prohibiciones, restricciones y licencias de importación.....	90

3.3.6 Medidas antidumping, compensatorias y de salvaguardia	91
3.4 Logística necesaria para la exportación.....	97
3.4.1 Principales características de las condiciones de acceso físico desde Ecuador al mercado de destino en término de los diferentes medios de transporte.....	97
3.5 Medio de transporte a utilizar	99
3.5.1 Logística, transporte y distribución	99
3.5.2 Canales de distribución local recomendado	100
3.5.3 Seguros	101
3.5.4 Seguro de la mercancía.....	101
3.5.5 Empaque, embalaje y etiquetado	102
3.5.6 Generalidades y tendencias	102
3.5.7 Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado	102
CAPÍTULO IV.....	104
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	104
4.1 Conclusiones	104
4.2 Recomendaciones	105
RESUMEN.....	106
ABSTRACT	¡Error! Marcador no definido.
4.3 Bibliografía	108
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.
Socios de la Empresa.....	¡Error! Marcador no definido.
Proceso	¡Error! Marcador no definido.
Participación en Ferias	¡Error! Marcador no definido.

INDICE DE GRÁFICOS

Nº	Titulo	pag.
01:	Estructura organizacional.....	09
02:	Flujo grama del proceso de producción de exportación.....	19
03:	Balanza de pagos de Colombia.....	32
04:	Variación PIB.....	36
05:	Zonas de hidrocarburo.....	55
06:	Exportaciones de bota de Ecuador.....	57
07:	Demanda del producto.....	61
08:	Productores de calzado de seguridad en Colombia.....	65
09:	Trámites para una exportación.....	76
10:	Zonas fancas.....	79
11:	Evoluciones de las zonas fancas.....	79
12:	Empresas ubicadas en las zonas fancas.....	80
13:	zonas fancas permanentes.....	80
14:	zonas fancas permanente especiales.....	81
15:	Ubicación geográfica de empresas portuarias.....	97
16:	Puerto de Santa Martha.....	99

INDICE DE TABLAS

Nº	Titulo	pag.
01:	listado de la empresa.....	04
02:	Bota 4X4.....	14
03:	Hidrocarburos.....	15
04:	Lácteos y cárnico.....	16
05:	Bota 4X4 camuflaje.....	16
06:	Crecimiento anual por tipo de gasto.....	38

Nº	Titulo	pag.
07:	Acuerdos y relaciones comerciales de Colombia.....	45
08:	Empresas productoras de bota.....	49
09:	Cifra de los sectores industriales de Colombia	56
10:	Proyección de la demanda.....	59
11:	Proyección de la oferta.....	60
12:	Demanda del producto.....	60
13:	Demanda de bota por partida arancelaria.....	63
14:	Aranceles aplicados por Colombia.....	75

INTRODUCCIÓN

Este plan de exportación nace de la iniciativa de dar una respuesta a la demanda de la población de Bogotá Colombia, como una nueva alternativa para el consumo humano, buscando ser una Organización innovadora, dedicada también a la exportación de botas para caballeros y de esta manera aplicar los tratados internacionales de libre comercio existentes entre el Ecuador y Bogotá Colombia, incrementando las fuentes de trabajo, que ayuden al desarrollo económico y social entre estos dos países.

En el primer capítulo se dará a conocer la Organización y el impacto que da en la sociedad, su estructura, funciones de los socios y el proceso que realizaremos para el plan de exportación de nuestro producto.

Teniendo en cuenta la información obtenida previamente y de forma general, en el segundo capítulo realizaremos los estudios del proyecto, comenzando por el estudio de mercado en donde determinaremos la demanda, la oferta, rango de precios de la competencia para así obtener una posible demanda insatisfecha la cual nos permitirá seguir con el estudio técnico donde determinaremos el tamaño del proyecto en base a la misma.

En el tercer capítulo se realizará un plan de exportación determinando el Incoterm a utilizar, medio de transporte, análisis de nuestro producto y su competencia en Bogotá Colombia, entre otros.

Finalmente en un cuarto capítulo realizaremos las respectivas conclusiones y recomendaciones, en base a los estudios realizados.

CAPÍTULO I

1. Generalidades.

1.1. Antecedentes.

La empresa de calzado MILBOOTS, diseña, produce y comercializa calzado de calidad, innovando constantemente su proceso productivo, utiliza materias primas de primera calidad, mano de obra calificada y tecnología de punta, para garantizar la durabilidad del producto y brindar comodidad, seguridad, y confort a los clientes, condiciones que le han permitido posicionarse en el mercado y situarse a la altura de la competencia.

MILBOOTS, está ubicada en la Ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua, en la Panamericana Km 7. 1/2 en la Calle F y calle 4ta, lote 14, Parque Industrial - El Pisque - Ambato frente al camal municipal, en la cual fue constituida en Enero del 2008 para elaborar productos basados específicamente en la utilización del caucho.

Teniendo mucha aceptación en esa época debido a que fue la primera fábrica a nivel regional que se dedicó a la elaboración de este tipo de botas, ya que la mayoría provenía del exterior y a precios elevados.

Para emprender el negocio invirtió 50.000 dólares de un préstamo bancario. Inició así la producción de botas.

Confeccionar la bota, comporta algunas actividades, pero su proceso básico se resume así: caucho procesado, cortado, etiquetado Empaque/ Bodega.

Para cumplir con lo dicho, la empresa utiliza maquinaria, equipos de los cuales los más representativos son: inyectoras, tela, armadoras de punta, cortadora automática, máquina de alto relieve, horno reactivador y horno de enfriamiento.

Con el pasar de los años, la empresa ha ido cambiando al ritmo impuesto por las grandes marcas mundiales y con el afán de mantenerse en el mercado y competir

con ellas, ha sentido la necesidad de buscar proveedores de primera calidad, dentro y fuera del país, que le proporcionan: caucho PVC, forros y un sinnúmero de insumos que den al producto la jerarquía que merece, logrando obtener productos de calidad, durabilidad y con imagen para comercializar fuera del país.

Con la gran experiencia que se ha ido adquiriendo durante todo este período y el reconocimiento logrado por la marca debidamente registrada, la empresa optó por diversificar sus líneas de calzado, así: bota punta de acero, bota verraca 4x4, bota de lluvia, botas camuflaje, bota nitrilo semi-industrial en general, en todas las tallas y modelos con puntas de acero, llegando a tener una buena aceptación en el mercado.

Puede apreciarse nítidamente el criterio expansivo alcanzado gracias a la visión de su gerente propietario; pues, lo que en principio era algo pequeño y referido sólo a un estrato de agroindustrias, rápidamente se amplió para otros como son los lácteos y para la sociedad en lo que es la agricultura, la pesca. Es notoria la incursión de la empresa en los ámbitos de las industrias de los hidrocarburos, que por su importancia, aseguran el mercado, en la medida en que la calidad del producto se mantenga y propicie la mejora.

Hoy, MILBOOTS produce cerca de 500 pares de botas por día. Dentro las líneas como son:, botas de seguridad industrial con 1 minuto , de nitrilo resistentes a los hidrocarburos, ,en todas las tallas y modelos con punteras de acero que cumplen con normas internacionales, llegando a abarcar un nuevo mercado ya que el mismo puede ser utilizado en las industrias en general.

Por su alta resistencia y durabilidad comprobada, en mercados muy exigentes que requieren precisión y seguridad en sus productos.

Para su perfeccionamiento se logró adquirir maquinaria importada de Italia, en vista de que la competencia las copiaba, con lo cual se obtuvo exclusividad y por ende mayor calidad; su equipo de trabajo se encuentra distribuido de la siguiente manera:

Listado del Personal de la Empresa

Tabla 1

GERENTE	1
Contador	1
Secretaria	1
Vendedores	2
Guardia	1
Chofer	1
Bodegueros	3
Empacador	2
Cobradores	2
Jefe de Planta	2
TOTAL	16

Fuente: Fabrica MILBOOTS

Elaborado por: Lilia Toasa

Con respecto a la maquinaria cuenta con tecnología italiana de punta, procesos productivos innovadores que ayudan a entregar una bota acorde con las necesidades de sus clientes. En su planta están instaladas 80 máquinas de última tecnología, importadas desde Brasil e Italia, lo que sin duda es una ventaja para el proceso productivo.

1.2. Finalidad y función

La empresa tiene como finalidad principal ser el sostén de la familia, proporcionando fuentes de trabajo para los miembros de la misma por lo que todos laboran en la empresa en distintos puestos, siendo el gerente general el accionista mayoritario.

Su función principal es producir y distribuir la bota en la región sierra del país, posicionándose en las preferencias de los consumidores y logrando que los mismos adquieran el producto constantemente basándose en su calidad.

1.3. Políticas

1. El cliente es lo primero.
2. Superar las expectativas impuestas por la empresa como calidad, rendimiento, y ahorro de materiales.
3. Promover el desarrollo humano, mediante la capacitación, el trato y respeto adecuados al trabajador como persona.
4. Uso adecuado de la maquinaria y equipo para obtener el máximo rendimiento.
5. Recibir y cumplir sugerencias de los clientes.
6. Promover el mejoramiento continuo.
7. La calidad permite conquistar mercados porque es supervivencia y no es lujo.
8. Trabajo en equipo
9. Entrega Oportuna

1.4. Misión

Diseñar, producir y comercializar bota de calidad innovando constantemente con procesos productivos eficientes, utilizando materias primas de primera, con mano de obra calificada y tecnología de punta garantizando durabilidad del producto para brindar comodidad, seguridad, y confort a nuestros clientes.

1.5. Visión

Ser la mejor industria en desarrollo de bota comprometida con el país y enfocada en la efectividad del servicio al cliente, guiándonos por la integridad, el trabajo en equipo, la tecnología y la innovación de nuestra gente.

1.6. OBJETIVOS

1.6.1. Objetivo General

- Producir bota de calidad, trabajando con la mejor materia prima, optima, mano de obra y maquinaria de punta; y garantizar así un producto de alta resistencia, moderno y cómodo.

1.6.2. Objetivos Específicos

1. Ser una empresa con certificación ISO 9001, líder en el mercado nacional y andino.
2. Fabricar bota de alta calidad, con precios competitivos.
3. Diseñar las botas en líneas de seguridad industrial, como son para los hidrocarburos, y cárnicos.

1.7. Valores

1. Lealtad con la empresa
2. Puntualidad
3. Responsabilidad social de la empresa
4. Honradez e inteligencia
5. Honestidad
6. Respeto Solidaridad
7. Compañerismo
8. Creatividad y compromiso del personal
9. El orden, limpieza y disciplina

1.8. Principios

Integridad

Los colaboradores deberán actuar con honestidad, atendiendo siempre la verdad y fomentar la credibilidad de la empresa.

Bien común.

Las decisiones y acciones de los colaboradores y propietarios deben estar dirigidas a la satisfacción de las necesidades e intereses de la empresa por encima de los particulares.

- **Generosidad**

Conducirse con una actitud sensible y solidaria, de respeto y apoyo hacia los colaboradores y quienes conforman esta unidad de producción.

- **Orientación al sector**

Ofrecer productos de calidad, que satisfagan las necesidades de los clientes y consumidores y que generen lealtad hacia la misma, y que procuren su rentabilidad y la de los integrantes del sector

1.9. Base Legal

- Información de MILBOOTS CIA. LTDA.
- MILBOOTS CIA. LTDA. (1891721583001)
- PQ INDUSTRIAL AMBATO CALLE F Y AV.4TA LO ECUADOR

Otros informes disponibles

- Razón Social: MILBOOTS CIA. LTDA.
- CUIT: 1891721583001
- Domicilio:
- PQ INDUSTRIAL AMBATO CALLE F Y AV.4TA LO ECUADOR
- Teléfono:
- EMail: aherdoiza@milboots.com
- Sitio Web: www.milboots.com

- Fecha Contrato Social:
- Actividad:
- Facturación estimada:

1.10. La Administración

Bota MILBOOTS se conforma por un sistema de obligaciones funcionales y jerárquicas, orientados a los fines para los que fueron creados. Esta estructura orgánica se adapta a las características de su propia realidad y a las circunstancias que le rodean.

Los niveles administrativos son los siguientes:

a) Nivel Directivo

Se encarga de planificar, organizar y controlar las actividades de todos los colaboradores, toma decisiones vitales para la empresa y tiene a su cargo la determinación de objetivos generales, políticas y estrategias. Es decir que en este nivel se centraliza todas las actividades, constituye la autoridad funcional en donde existe una relación de mando en una forma vertical.

b) Nivel Ejecutivo

Tiene bajo su responsabilidad actividades inherentes al control de un buen desempeño de todos los departamentos. Constituye en mediador entre los niveles directivos y operacionales, a fin de que existan buenas relaciones entre los dos.

Las unidades administrativas que forman parte de este nivel son: El Departamento de Producción, Departamento Financiero, Departamento Administrativo y Departamento de Comercialización.

c) Nivel de Apoyo

En este nivel se encuentran las personas que colaboran directamente con la parte administrativa, de acuerdo a las áreas funcionales que lo están integrando

1.11. Estructura Organizacional

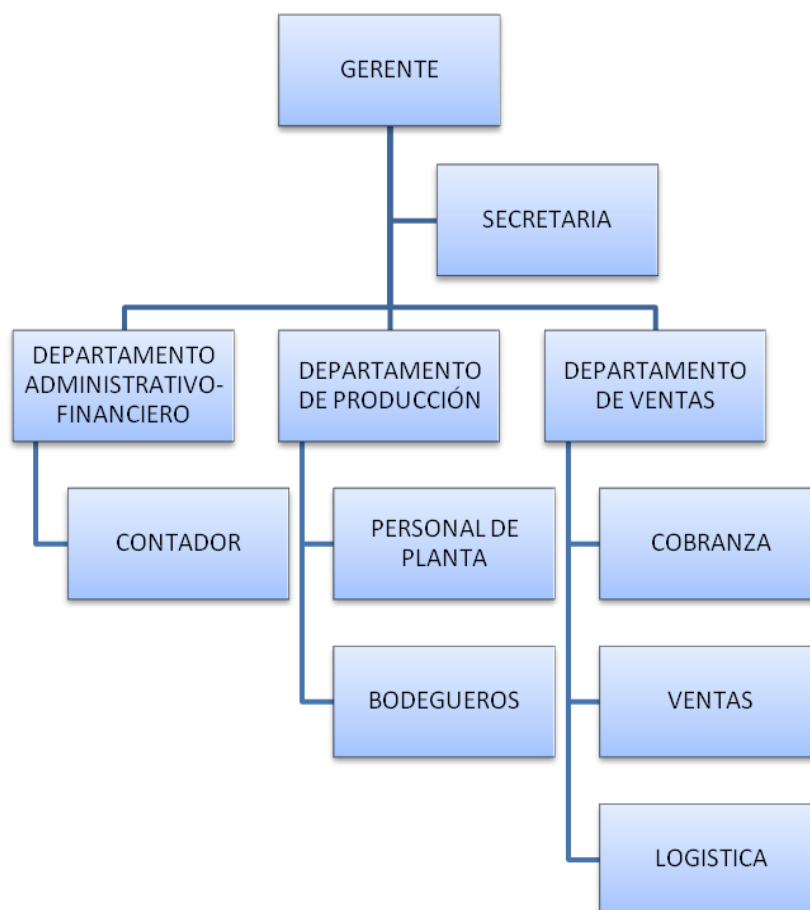


Grafico 01: Estructura Organizacional

Fuente: Lilia Toasa

1.12. Funciones y Responsabilidades

En cuanto a la determinación de funciones y responsabilidades, se práctica un sistema descentralizado, de esta forma se obtiene una mayor participación de los integrantes de la empresa, además de alcanzar los objetivos planificados por la misma en términos de economía, efectividad y eficacia.

- **La Gerencia**

La Gerencia, está representada por el propietario del negocio y se encarga de desarrollar las siguientes actividades:

1. El gerente de la empresa tiene la mayor responsabilidad y es el encargado de tomar las decisiones más importantes, como avalar los proyectos, las estrategias y los cursos alternativos de acción para el crecimiento de la empresa.
2. Controla y dirige las actividades generales y medulares de la empresa.
3. Establece objetivos, políticas y planes globales junto con los niveles jerárquicos altos (con los jefes de cada departamento)
4. Es el representante de la empresa, es decir, vigila el buen funcionamiento.
5. Aprueba los procedimientos de las compras (es decir, la materia prima, la calidad del producto y el precio adecuado)
6. Realiza evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los departamentos
7. Busca mecanismos de capitalización (es decir que se concreten nuestras ganancias, compras ventas e inversiones para obtener mejor capital).
8. Aprueba proyectos, toma las decisiones más importantes (como inversiones o la proyección de un producto nuevo)

- **Secretaria**

1. Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento deservicio al cliente.
2. Hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos.

3. Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente para que todo estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
4. Atender y orientar al público que solicite los servicios de una manera cortés y amable para que la información sea más fluida y clara.

- **Administrativo-Financiero**

Son funciones del Departamento Financiero, las siguientes que se detallan a continuación:

1. Organizar, coordinar y supervisar el funcionamiento económico y financiero de la empresa.
2. Implementación de sistemas contables automatizados en la empresa.
3. Elaborar los estados financieros de la fábrica y presentarlos a gerencia.
4. Formular, ejecutar y controlar el sistema de presupuestos de la empresa.
5. Elaborar proyectos orientados a la inversión.
6. Diseñar, implantar, evaluar y controlar sistemas de costos para optimizar el proceso Productivo de la empresa.
7. Establecer mecanismos sobre las ventas a créditos así como la recuperación de los mismos.
8. Delinear sistemas encaminados a enmarcar el manejo del efectivo en cuanto a su recaudación y depósito.

- **Departamento de Producción**

El departamento productivo abarca dos unidades operativas; las cuales cumplen con las siguientes funciones:

Responsable de la planificación de la producción.

1. Emisión de informes sobre la petición de compra de los productos y materiales necesarios para la elaboración de los artículos que se ofertan al mercado.
2. Verificación de lotes y procesos de producción desarrollados por la empresa manufacturera en sus diferentes instalaciones productivas.
3. Planificación de pedido de insumos y materiales.
4. Comunicación y coordinación de entrega de materiales y productos terminados.

- **Contador**

1. Las aperturas de los libros de contabilidad.
2. Establecimiento de sistema de contabilidad.
3. Estudios de estados financieros y sus análisis.
4. Certificación de planillas para pago de impuestos.
5. Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
6. La elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

- **Producción**

El departamento productivo abarca dos unidades operativas; las cuales cumplen con las siguientes funciones:

1. Responsable de la planificación de la producción.
2. Emisión de informes sobre la petición de compra de los productos y materiales necesarios para la elaboración de los artículos que se ofertan al mercado.
3. Verificación de lotes y procesos de producción desarrollados por la empresa manufacturera en sus diferentes instalaciones productivas.
4. Planificación de pedido de insumos y materiales.
5. Comunicación y coordinación de entrega de materiales y productos terminados.
6. Controlar la calidad de los productos que ofertan.

- **Departamento de Ventas**

Las atribuciones del área de comercialización, dependen fundamentalmente de la oferta de productos terminados así como la adquisición de materiales para los procesos de producción; entre otras atribuciones tenemos:

1. Buscar el mercado necesario para el expendio de la producción obtenida, así como de promocionar el producto y realizar un estudio sobre las debilidades del mismo.
2. Responsable de las ventas de todos los productos de la empresa
3. Establecer convenios de venta que permitan alcanzar la recuperación de los costos de producción.
4. Generar y proporcionar a la gerencia reportes de venta de cada uno de los productos.
5. Control de calidad de los productos que se ofertan.
6. Entrega de proyección y reportes de comercialización hacia gerencia.
7. Embalaje, acopio y transporte de la producción.
8. Otras actividades delegadas e instruidas por la gerencia.

- **Bodeguero**

1. Archivar en orden los pedidos del día.
2. Realización de las guías de salida de los insumos utilizados por las diferentes áreas de trabajo en las actividades realizadas por ellos en el día.
3. Tener conocimiento sobre los tipos de movimiento, para realizar correctamente el documento.
4. Velar por el orden en la bodega, acondicionando los insumos o materiales que se encuentren en orden por género o código.
5. Verificación de los insumos trasladados de bodega central a bodega interna de la mina.

6. Envió de las guías de salida en orden correlativamente a administración central, con la nota de envío respectiva.
7. Pegar inventario en la carpeta de organización, para que los diferentes sectores tengan acceso y conocimiento de lo que se encuentra en bodega.

- **Ventas**

Las atribuciones del área de comercialización, dependen fundamentalmente de la oferta de productos terminados así como la adquisición de materiales para los procesos de producción; entre otras atribuciones tenemos:

1. Buscar el mercado necesario para el expendio de la producción obtenida, así como de promocionar el producto y realizar un estudio sobre las debilidades del mismo.
2. Responsable de las ventas de todos los productos de la empresa.
3. Establecer convenios de venta que permitan alcanzar la recuperación de los costos de producción.
4. Generar y proporcionar a la gerencia reportes de venta de cada uno de los productos.
5. Entrega de proyección y reportes de comercialización hacia gerencia.
6. Embalaje, acopio y transporte de la producción.
7. Otras actividades delegadas e instruidas por la gerencia

1.13 Línea de Productos

En MILBOOTS producimos bota de calidad. Trabajamos con la mejor materia prima, optima mano de obra y maquinaria de punta. Permittiéndonos garantizar así un producto de alta resistencia, moderno y cómodo.

1.13.1. Botas 4x4

Tallas	34 al 43	Color Caña Suela
Negro Crepe	Presentación	Con Media

Con Malla	Sin Forro	Tamaño Caña
Larga	Mediana	Pequeña
Tallas	34 al 43	Color Caña Suela

Tabla 02

Elaborado por: Lilia Toasa

Ideal para labores agrícolas especialistas en todo terreno



1.13.2. Hidrocarburo

Encontramos una amplia propuesta de botas a mejor precio y con asesoramiento especializado.

TALLAS	34 AL 43		
COLOR CAÑA SUELA	AMARILLO	NEGRO	
PRESENTACIÓN	CON MEDIA		
TAMAÑO CAÑA	LARGA	MEDIANA	PEQUEÑA

Tabla 03



Elaborado por: Lilia Toasa

La industria de hidrocarburos resistente al aceite y grasa.

1.13.3. Lácteos y Cárnicos

TALLAS	34 AL 43		
COLOR CAÑA SUELA	BLANCO		
PRESENTACIÓN	CON MEDIA		
TAMAÑO CAÑA	LARGA	MEDIANA	PEQUEÑA

Tabla 04

Elaborado por: Lilia Toasa

Ideal para la industria de lácteos y cárnicos resistente a sustancias ácidas (sangre o leche).



1.13.4. Bota 4x4 Camuflaje

Especialista en todo terreno.

TALLAS	34 AL 43		
COLOR CAÑA SUELA	CRISTAL	VERDE	
PRESENTACIÓN	CON MEDIA CAMUFLAJE		
TAMAÑO CAÑA	LARGA	MEDIANA	PEQUEÑA

Tabla: 05

Elaborado por: Lilia Toasa

Ideal para lluvia y lodo.



1.14. Logotipo de la empresa

La empresa MILBOOTS tiene su logotipo un diseño sencillo que demuestra el arduo trabajo



1.15. Cadena Productiva

La Cadena Productiva será tomada en cuenta bajo este proyecto, es decir solo en la rama de botas.

La cadena productiva de la bota comprende un amplio conjunto de actividades productivas que se integran entre sí incrementando el grado de transformación.

1.15.1. Características y especificaciones del producto

Las botas es idea para caballero, elaborados de forma artesanal, su material es caucho y el PVC legítimo y tendremos cuatro modelos diferentes:

- 1) Botas 4x4.
- 2) Botas para Hidrocarburo.
- 3) Botas para los Lácteos y Cárnicos.
- 4) Botas Camuflaje

Para la presentación del producto nosotros utilizaremos como envase primario una caja de cartón plegadizo o corrugado por cada par de botas, envolviendo la superficie de calzado con papel de seda.

Además el producto contará con un relleno de cartón en la parte delantera de la bota para que su diseño no sufra ningún daño y mantenga su contextura pese a la calidad de la bota que brindamos al menos en un 85% de caucho y el 15%PVC .

La calidad y el diseño de las cajas son acorde a la calidad y precio de la bota empacado, ya que influye en la economía de los clientes, tomando en cuenta que no es de gran importancia pero si de gran impacto al gusto del cliente.

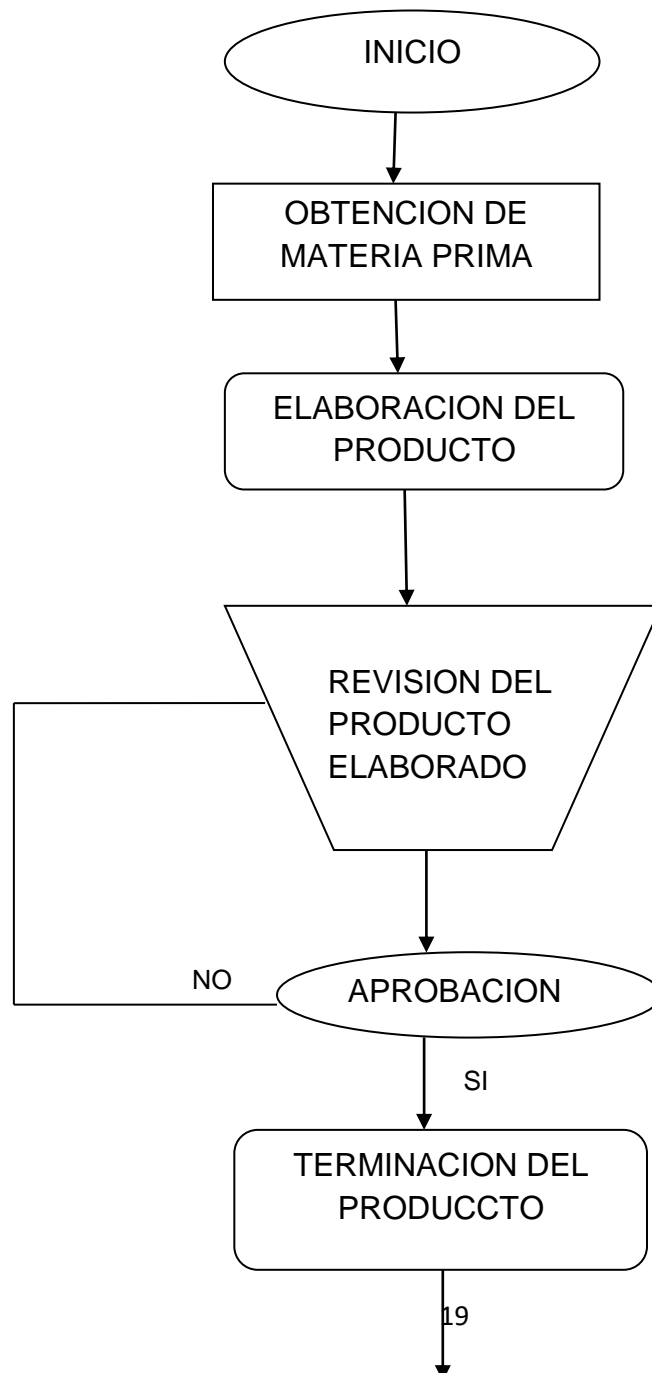
La caja contendrá en un exterior las especificaciones de la bota en cuanto a su modelo, talla y materia prima que lo conforman. En su parte superior el logotipo que utilizaremos y un gráfico de su modelo.

1.15.2. Descripción del proceso

1. Selección de bloques de caucho natural
2. Se tiñe el caucho natural
3. El caucho se prensa en planchas y se corta
4. Se recorta la forma de las suelas
5. El forro se prepara para poner cremalleras
6. Las cremalleras se ajustan al forro
7. Las botas se hacen a mano hasta el final
8. Se le da la forma deseada teniendo en cuenta el contorno del pie y el tobillo

9. Se adhiere el logo de la empresa que las elabora
10. Se les añade las suelas para terminarlas
11. Las botas ya acabadas se someten a un proceso de vulcanización a 110°C
12. Finalmente se comprueba que estén perfectamente acabadas y empaquetan
13. Se prepara para distribuirla en toda Colombia.

1.15.3. Flujo grama del Proceso de Producción-Exportación



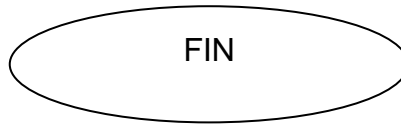


GRÁFICO N° 2: Proceso de Producción de botas

ELABORADO POR: Lilia Toasa

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Investigación de Mercado

2.1.1 Evolución de la Situación Mundial.

La industria del bota se caracteriza por ser una de las actividades más globalizadas y en cuyo seno se desarrolla una intensa competencia internacional. Se trata de una industria donde las actividades de producción están interconectadas a escala mundial y en la cual las principales compañías transnacionales desempeñan un rol en las estrategias de reubicación.

Un indicador resaltante es el hecho de que el volumen de comercio aumenta más rápido que el crecimiento demográfico, lo que incide en la distribución del empleo a nivel mundial, por cuanto se trata de una industria intensiva en empleo de mano de obra, teniendo por ello un carácter estratégico.

A lo largo de todo el siglo XX y, muy especialmente, desde los primeros años de su segunda mitad, la industria del calzado se desarrolló con fuerza en los principales países europeos occidentales.

Este desarrollo llega a los países del Este de Europa años más tarde, así como a los principales países asiáticos (China, Hong Kong, Corea, Indonesia, Taiwán) y a Brasil, países intensivos en mano de obra, los cuales van cobrando cada vez más fuerza en el concierto internacional, gracias a la relocalización de las plantas

productoras, especialmente de calzado deportivo y de consumo masivo, a la transferencia de conocimiento y tecnología y al apoyo de los gobiernos locales.

Desde mediados de los años 80, la industria mundial de calzado viene promoviendo una reformulación de sus procesos productivos y de organización del trabajo en diferentes ámbitos como se detalla más adelante, que le permitió alcanzar en la década de los 90 un incremento significativo de la producción, sobrepasando ya en los primeros años del nuevo siglo una cifra estimada de 12,5 millones de pares.

Pero la evolución de la industria y el comercio del calzado no tiene solo una dimensión cuantitativa, en términos de incrementos de producción, sino que dicha evolución ha supuesto la profunda modificación de las condiciones competitivas existentes y, por tanto, ha afectado de manera radical a las figuras que participaban en este mercado, muy especialmente a los fabricantes tradicionales europeos y, más aun, a los que tenían una dimensión y estructura más débil.

Entre los distintos factores que han generado la transformación de la situación competitiva a lo largo de los últimos veinte o veinticinco años, cabe citar los siguientes:

1. Los cambios en las necesidades y hábitos de compra y consumo de los ciudadanos, combinado con la relevancia creciente del factor “moda y novedad” y sus implicaciones en términos de innovación, diseño y ciclo de vida del producto.
2. Vinculado también a lo anterior, en lo que afecta a los cambios en el comportamiento del consumidor, debe señalarse la fuerza creciente de la distribución, en muchos casos; tanto de la gran distribución como de los canales especializados que ofrecen valor a través de dicha especialización y de las marcas. El mayor poder de la distribución en el mercado se traduce generalmente en menor capacidad de negociación del fabricante.

3. La mundialización es otro de los factores esenciales a reseñar, tanto desde el punto de vista de la localización productiva como de la apertura gradual de los mercados.
4. En el primer caso, las grandes marcas de prendas deportivas, incluyendo el calzado deportivo, apostaron hace años por su presencia industrial en países emergentes, cuyas condiciones laborales, medioambientales, etc. Les permitían ser más competitivos en los mercados internacionales.
5. En el segundo caso, los sucesivos acuerdos de la Organización Mundial del Comercio y la paulatina supresión de barreras, han dado lugar a un crecimiento muy importante de los flujos comerciales internacionales, que se ha plasmado en una creciente introducción de productos de calzado procedentes de los países antes citados.
6. El proceso globalizador se ha extendido también gracias al extraordinario desarrollo de las tecnologías de la comunicación y la información, con un evidente efecto en los consumidores, pero también en la industria, posibilitando nuevas modalidades de operar en los mercados internacionales.
7. Al desarrollo de las tecnologías aplicadas a la producción, con la introducción de la microelectrónica y la informática, consiguiendo importantes avances en el grado de automatización de máquinas y equipos. Todo ello, facilita, además, las posibilidades de penetración en el mercado de nuevos competidores, puesto que las barreras de entrada son relativamente bajas.¹

2.1.2. Producción Mundial de calzado

Actualmente se producen en el mundo unos 15 mil millones de pares, con un promedio de 2 pares por persona, aproximadamente. Un dato interesante es el hecho que un 60% de esa producción es exportada.

¹Estudios de SATRA TECHNOLOGY CENTRE (Centro de Investigación del Reino Unido)

Los principales productores mundiales de calzado son, por este orden, China, India, Brasil e Indonesia. Solamente China produce el 56% del total mundial y, junto con los otros tres países citados, representa el 67% de la fabricación mundial de calzado. Si se consideran solo a los países productores asiáticos, su peso en la producción mundial rondaría el 76%.

Al contrario de lo que se podría esperar atendiendo al volumen de producción, los mayores exportadores de calzado no coinciden del todo con los mayores productores: China es el país predominante en ambos aspectos, pero en términos de comercio exterior, los otros países de origen más importantes son Hong Kong, Italia y Vietnam.

Esto significa que una parte importante de la producción de India, Brasil e Indonesia, los otros principales productores, está siendo absorbida por sus respectivos mercados internos; además se apunta también a que no han logrado todavía los niveles de precio, calidad y marca de sus más directos competidores para alcanzar mayores cuotas en el mercado internacional.²

2.1.3. Factor Tecnológico

Junto con el ambiente, la tecnología es otra variable independiente que influye poderosamente sobre las características organizacionales, todas las organizaciones utilizan alguna forma de tecnología para ejecutar sus operaciones y realizar sus tareas, es como algo que se desarrolla en las organizaciones, en general, y en las empresas, en particular a través de conocimientos acumulados y desarrollados sobre el significado de la ejecución de tarea, la tecnología es utilizada para transformar elementos materiales (materias primas, componentes, bienes y servicios modificando su naturaleza o sus características.

La tecnología puede considerarse desde dos ángulos diferentes como una variable ambiental externa o como una variable organizacional interna:

➤ **La tecnología como variable ambiental.**

² <http://www.statcan.gc.ca>

La tecnología es un componente del medio ambiente en la medida en que las empresas adquieren, incorporan y utilizan sus sistemas, las tecnologías creadas y desarrolladas por otras empresas pertenecientes a su ambiente de tarea.

➤ **La tecnología como variable organizacional.**

La tecnología es un componente organizacional en la medida que se hace parte del sistema interno de la organización y por tanto influye en el y su ambiente de tarea.

Características de la tecnología

La tecnología tiene ciertas características generales, como lo son: la especialización, la integración, la discontinuidad y el cambio.

Como la tecnología aumenta la especialización tiende a aumentar. La integración es mucho más difícil en una sociedad de alta tecnología que en la de menor tecnología, porque la primera tiende a hacer más complejo un sistema y sus partes más interdependientes.

El flujo de tecnología no es una corriente continua, sino más bien una serie de descubrimientos de nuevos avances. La revolución tecnológica, produce tal vez, con cierta demora una revolución social paralela, ya que, tienen cambios tan rápidos que van creando problemas sociales mucho antes de que la sociedad sea capaz de encontrar soluciones.

En el puesto de trabajo se requiere de una serie de cambios en las formas de organización, estilos de supervisión, estructuras de recompensas y muchos otros. Para un ajuste a la tecnología, lo que se requiere es más movilidad económica y social, ocupacional y geográfica, administrativa y del empleado.

Impacto de la tecnología

La influencia de la tecnología sobre la organización y sus participantes es muy grande, pero en resumen podríamos decir:

La tecnología tiene la propiedad de determinar la naturaleza de la estructura organizacional y el comportamiento organizacional de las empresas. Se habla de imperativo tecnológico cuando se refiere al hecho de que es la tecnología la que determina (y no influencia simplemente) la estructura de la organización y su comportamiento. A pesar de lo exagerado de esta afirmación, no hay duda alguna de que existe un fuerte impacto de la tecnología sobre la vida, naturaleza y funcionamiento de las organizaciones.

La tecnología, esto es, la racionalidad técnica, se volvió sinónimo de eficiencia. La eficiencia se volvió al criterio normativo por el cual los administradores y las organizaciones acostumbran ser evaluados.

La tecnología, en nombre del progreso, crea incentivos en todos los tipos de empresas, para llevar a los administradores a mejorar cada vez más su eficacia, pero siempre dentro de los límites del criterio normativo de producir eficiencia.

El diseño organizacional es profundamente afectado por la tecnología utilizada por la organización: las firmas de producción en masa con éxito tendían a ser organizadas en líneas clásicas, con deberes y responsabilidades claramente definidos, unidad de mando, clara distinción entre línea y staff y estrecha amplitud de control (cinco a seis subordinados para cada jefe ejecutivo). En la tecnología de producción en masa la forma burocrática de organización se muestra asociada con el éxito.³

2.1.4. Factor Económico

La economía mundial se encuentra al borde de otra crisis importante. El crecimiento de la producción se ha desacelerado considerablemente durante el año 2011 y para los años 2012 y 2013 se prevé que el crecimiento será anémico.

³Administración de operaciones, Schoeder, Editorial McGraw-Hill

Los problemas que acosan a la economía mundial son múltiples e interconectados. Los desafíos más urgentes son afrontar la crisis del empleo y evitar el descenso continuado del crecimiento económico, especialmente en los países desarrollados. Ya que en éstos la tasa de desempleo sigue siendo alta, bordeando el 9 por ciento, y el crecimiento de los ingresos se ha estancado, la falta de demanda agregada entorpece la recuperación económica en el corto plazo.

Aún más, como cada vez más trabajadores se encuentran desempleados durante un largo período, las perspectivas de crecimiento en el mediano plazo se ven también afectadas por la pérdida paulatina de habilidades y capacitación de los trabajadores.

El rápido enfriamiento de las economías desarrolladas ha sido tanto causa como efecto de la crisis de deuda soberana en la zona del euro y de los problemas fiscales en otros lugares. Los problemas de deuda pública en varios países de Europa empeoraron en 2011 y han acentuado las debilidades del sector bancario.

Incluso algunas medidas audaces de los gobiernos de la zona del euro enfocadas a la reestructuración ordenada de la deuda soberana de Grecia han encontrado mayor turbulencia en los mercados financieros como respuesta, incluyendo crecientes preocupaciones sobre la capacidad de pago de algunas de las economías más grandes de la zona euro, como Italia.

Las medidas de austeridad fiscal que se han adoptado tenderán a debilitar aún más el crecimiento y las perspectivas de empleo, haciendo el ajuste fiscal y la reparación de los balances del sector financiero aún más difícil. La economía de Estados Unidos también padece de tasas de desempleo altas y persistentes, del tambaleo de la confianza de los consumidores y de las expectativas empresariales, así como de la continua fragilidad del sector financiero.

La Unión Europea (UE) y Estados Unidos de América equivalen a las dos economías más grandes del mundo, y están intrínsecamente entrelazadas. Sus problemas se pueden transmitir fácilmente de una a otra y dar lugar a otra recesión mundial. Los países en desarrollo, que se había recuperado fuertemente de la recesión mundial de 2009, se verían afectados a través de sus vínculos comerciales y financieros.

Se espera que los países en desarrollo y economías en transición continúen alimentando el motor de la economía mundial, pero su crecimiento en 2012-2013 estará muy por debajo del ritmo alcanzado en 2010 y 2011. A pesar de que las relaciones económicas entre los países en desarrollo se han fortalecido, estos países siguen siendo vulnerables a cambios en las condiciones económicas de las economías desarrolladas.

Desde el segundo trimestre de 2011, el crecimiento económico en la mayoría de los países en desarrollo y economías en transición comenzó a disminuir notablemente. Entre los principales países en desarrollo, el crecimiento en China e India se prevé que seguirá siendo fuerte. El crecimiento en China, aunque se ralentizará con respecto al año anterior, se mantendrá por debajo de 9 por ciento, mientras que India podrá crecer entre 7,7 y 7,9 por ciento. Brasil y México sufrirán una desaceleración económica más visible.

Los países de bajos ingresos han experimentado una desaceleración, aunque leve. En términos per cápita, el crecimiento del ingreso se redujo de 3,8 por ciento en 2010 a 3,5 por ciento en 2011, pero dicha tasa podrá verse ligeramente superada en 2012 y 2013, a pesar de la desaceleración mundial.

Lo mismo ocurre con el crecimiento promedio dentro de la categoría de países menos adelantados (PMA), según la clasificación de las Naciones Unidas. Aún así, el crecimiento se mantendrá por debajo del potencial en la mayoría de estas economías.⁴

⁴ Situación y perspectivas de la economía mundial, Sumario Ejecutivo ONU

2.1.5. Factor Social

Un informe de las Naciones Unidas destaca que durante el período 2008-2009, el mundo sufrió la peor crisis financiera y económica desde la Gran Depresión de los 1930s. Así mismo, el informe indica que la crisis del 2008-2009 tuvo sobretodo implicaciones severas en los países donde los sistemas sociales de protección eran débiles lo cual ocasionó un revés en el progreso logrado hacia alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y otros objetivos de desarrollo internacionalmente concordados.

Según JomoKwameSundaram, el Subsecretario General para el Desarrollo Económico, quien dirigió el desarrollo de este informe, la crisis económica nos recuerda que es esencial que las personas tengan acceso a la educación, a una vivienda, y a una buena alimentación para ser productivas y capaces de contribuir a la sociedad. Por lo tanto, es esencial que los gobiernos tengan en cuenta las implicaciones sociales de sus acciones y políticas económicas.

Como enfatizado en el informe, las Naciones Unidas estiman que la tasa de crecimiento anual se encontraba en aproximadamente 4 por ciento durante el período 2006-2007, bajó al 1,6 por ciento en 2008 y al -2 por ciento en 2009 cuando 95 países experimentaron descensos en rentas por habitante medias. Además, el informe acentúa que las consecuencias de la crisis no se pueden aún percibir en su totalidad en áreas como la educación, la salud y el empleo.

Sin embargo, es claro que los índices crecientes de desempleo, así como del hambre y de la pobreza, cuyo aumento fue causado por la crisis global, afectarán a miles de millones de personas durante los próximos años.

Por lo tanto, el informe subraya que los países afectados deberían evitar tomar medidas de austeridad restringentes y más bien aprovechar para hacer que los sistemas de protección social universal y los programas activos de generación de empleo se conviertan en programas permanentes del desarrollo.

El informe explica que al expandir la protección social y facilitar el acceso a dichos programas y servicios se asegura un desarrollo más inclusivo con una demanda doméstica más fuerte y una base más sólida para el futuro crecimiento.

Además, el informe recuerda a la comunidad mundial que para poder mantener una esperanza de éxito en lograr los ODM en 2015, los países ricos deberán apoyar en la recuperación social y económica de los países más pobres del mundo.

En el prefacio del informe, el Secretario General Adjunto del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de la ONU, ShaZukang enfatizó que, a pesar de ser un desafío, la crisis ofrece una oportunidad para lograr ciertos avances sociales tales como hacer de la protección social universal una realidad, re analizar los aspectos sociales de la globalización y asegurar un crecimiento más inclusivo y sostenido. Estos logros acompañarían al compromiso de lograr un desarrollo sostenible que pueda fusionar al desarrollo económico con los avances sociales y la sostenibilidad ambiental.

Por último, como una conclusión clave, el informe recomienda que los gobiernos de los países desarrollados debieran evaluar seriamente los impactos sociales de sus medidas de austeridad. Dichas políticas no sólo reducen directamente el gasto social y contribuyen al desempleo en sus propios países, pero también ponen en riesgo la recuperación nacional y global. Asimismo, dificultan a los países pobres su lucha por proteger las ganancias que se habían logrado en el ámbito social y en acercarse a los Objetivos de Desarrollo del Milenio.⁵

2.1.6. Factor Socio Económico

La persistencia de un alto nivel de desempleo sigue siendo el talón de Aquiles de la recuperación económica en los países más desarrollados. La tasa de desempleo promedio de 8,6 por ciento en los países desarrollados en 2011 se ubica aún muy por encima del nivel anterior a la crisis, de 5,8 por ciento,

⁵ Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (ONU-DAES)

registrada en 2007. En muchas economías desarrolladas la situación actual es peor que la reflejada en las tasas oficiales de desempleo.

En los Estados Unidos, por ejemplo, las tasas de participación han estado en disminución constante desde el inicio de la crisis. Cada vez más trabajadores sin empleo por un período prolongado han ido dejando de buscar trabajo, lo que los excluye de las estadísticas de fuerza laboral. Alrededor de 29 por ciento de los desempleados en los Estados Unidos han estado sin trabajo durante más de un año, muy por encima del 10 por ciento que había en 2007.

La duración prolongada del desempleo tiende a tener importantes y duraderos efectos perjudiciales tanto en los individuos que han perdido sus empleos como en la economía en general.

Las habilidades de los trabajadores desempleados se deterioran en proporción a la duración del desempleo, probablemente provocando una disminución de los ingresos de aquellos que eventualmente encuentren nuevos puestos de trabajo. Pero a nivel agregado, cuanto mayor es la proporción de trabajadores atrapados en el desempleo prolongado, mayor será el impacto negativo en la productividad de la economía en el mediano y largo plazo.

Aún en períodos de actividad normal, las tasas de desempleo entre los jóvenes (personas de 15-24 años de edad) tienden a ser más altas que en otras cohortes de la fuerza laboral, pero la crisis financiera mundial y la recesión global subsecuente han aumentado esta brecha de manera desproporcionada. Dejando de lado las limitaciones de las bases estadísticas, la tasa de desempleo juvenil en el mundo aumentó de alrededor de 13 por ciento en 2007 a alrededor de 18 por ciento en el primer trimestre de 2011.

La situación sigue siendo especialmente grave en algunas economías desarrolladas, como en España, en la que un asombroso 40 por ciento de los trabajadores jóvenes están sin trabajo. Por otro lado, una cuarta parte o más de los jóvenes en Asia Occidental y África del Norte y un quinto de los de las economías en transición están desempleados.

En América Latina y el Caribe ha habido un aumento significativo del desempleo juvenil desde 2008, aunque la situación comenzó a mejorar en el primer semestre de 2011. En el sur y este de Asia y África, los jóvenes tienen una alta probabilidad de enfrentar condiciones de empleo vulnerable.

2.2 Antecedentes del mercado de Colombia

En Colombia, el mercado desde sus inicios ha tenido varias transformaciones, lo que ha beneficiado el intercambio de información, permitiendo la integración de las empresas colombianas a este mercado. Con las Bolsas de Bogotá, Medellín y Occidente, las empresas colombianas comenzaron a integrarse beneficiando a la economía nacional. Sin embargo, esta diferencia regional produjo problemas de información, lo que generó oportunidades de arbitraje.

Por lo anterior, se pensó en la unificación de estas tres bolsas, lo que concluyó dando origen a la Bolsa de Valores de Colombia. Dado los nuevos retos para el mercado nacional, tras la unificación de las bolsas, se implementaron sistemas transaccionales que facilitan el intercambio de información y permiten una mejor interacción en las transacciones que se llevan a cabo. En términos de mercado mundial y teniendo en cuenta la coyuntura económica, la Bolsa de Valores de Colombia está en proceso de unificación con la Bolsa de Valores de Lima y la Bolsa de Comercio de Santiago, lo que permitirá una expansión en los mercados existentes para los tres países y permitirá una diversificación en términos de riesgos asociado.

En el caso de América latina para la colonización española se empleó para la elaboración de elementos de equitación, vaquería y para uso militar (talabartería); petacas, baúles y maletines (marroquinería) pastas de libros (empastado) así como posteriormente de mobiliario como las sillas fraileras (tapicería) y también la de elementos para conservación de bebidas como las botas para la manzanilla y zurrones para la miel de caña.

Posteriormente aparecen la confección de elementos de vestuario como zamarros y sombreros y la peletería que involucra pieles finas para la confección de abrigos y estolas.

La Talabartería se ocupaba de la elaboración de todo tipo de aperos, monturas, sillas y galápagos (silla para mujer), bridas, rejos, petacas para el transporte de mercancías y enseres y otros elementos del trabajo del campo, que según su dueño eran decorados con técnicas especiales como el cincelado, el repujado etc.

Las botas entra al País mediante la importación de zapatos que los artesanos locales aprenden a reparar sobre pies de hierro. Posteriormente, a principio de 2010, se empieza con hormas importadas la producción local, que ha llevado, por su calidad, nuestros zapatos a ser apreciados en los mercados internacionales.⁶

2.2.1 Mercado destino

2.2.1.1 Situación geográfica

A continuación haremos una breve introducción sobre el país al cual se piensa exportar.

El nombre oficial es República de Colombia, su capital es Bogotá (Distrito Capital). Otras de las ciudades más importantes son Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga, Cúcuta, Manizales, Ibagué, Neiva, Popayán y Pasto.

Colombia está ubicada en la zona noroccidental de América del Sur. Limita al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador y al noreste con Panamá.

Es la única nación de América del Sur que tiene costas en el Pacífico y en el Caribe. El país es la cuarta nación en expansión territorial de América del Sur.



⁶ Estudios realizados por el Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Bogotá

2.2.1.2 Balanza Comercial

BALANZA DE PAGOS DE COLOMBIA (ene-dic)

	2011		2012		Variación (US\$ millones)
	US\$ millones	% del PIB	US\$ millones	% del PIB	
Cuenta Corriente	-9.525	-2,9%	-11.415	-3,1%	1.890
Cuenta de capital y financiera	13.106	3,9%	16.385	4,5%	3.279
Errores y omisiones	163		454		
Variación de reservas internacionales brutas	3.839		5.171		1.332
Originadas en transacciones de balanza de pagos	3.744		5.425		1.680
Valorizaciones por tipo de cambio y precio	95		-253		-348

Grafico 03: Balanza de pagos de Colombia

Fuente: Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Bucaramanga

Relación entre la Balanza de Pagos de Ecuador y Colombia

Las relaciones comerciales de Colombia con Ecuador, están establecidas por la zona de libre comercio formada por los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), que lo que busca es facilitar el comercio en esta región, creando una zona, que entró a funcionar plenamente en 1993. Además, cabe mencionar que Colombia y Ecuador crearon en 1989 la “Comisión de Vecindad e Integración Colombo-Ecuatoriana” encargada de impulsar la integración y el desarrollo económico de los dos países; y la existencia de Cámaras de Comercio Binacionales, que brindan herramientas a los empresarios para mejorar las relaciones comerciales entre los dos países.

A pesar de la crisis diplomática que se vive actualmente entre las dos naciones y del riesgo y la incertidumbre que esto conlleva, el intercambio comercial se ha incrementado en los últimos años. En el 2007 Colombia exportó a Ecuador US\$ 1.272 millones; a julio del 2008 US\$ 850 millones, presentando una variación positiva del 20,02% con respecto al mismo período en el 2007. Es claro que para Colombia su tercer destino de las exportaciones es Ecuador; y es uno de proveedores más importante para este mercado. Los productos más exportados a Ecuador son vehículos, cosméticos, productos de aseo, artículos para el hogar,

energía eléctrica, papel, industria gráfica, calzado, cuero, bebidas, confitería, productos de molinera y panadería, petróleo y carbón. Las importaciones de Ecuador hacia Colombia sumaron en el 2007 un total de US\$ 732 millones y reportó a julio del 2008 un total de US\$ 412 millones, presentando una variación del positiva 12,7% comparado con el mismo período en el 2007. Los productos más importados desde Ecuador son vehículos, artículos metalúrgicos, hierro, telecomunicaciones, autopartes, cosméticos, productos procesados de mar, cereales, confitería, aceites y calzado; ubicando a Colombia como el segundo destino de las exportaciones ecuatorianas

2.3 Objetivo del estudio de mercado

El estudio de mercado servirá para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado me va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.

Me dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Finalmente, el estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

2.4 Análisis de mercado

2.4.1 Industria de botas en Colombia

La fabricación de botas se concentra en Bogotá donde cada año se reúnen miles de personas en Conferías en el LEATHER SHOW que es una plataforma de negocios colombiana de más amplia trayectoria y especialización en calzado, marroquinería y prendas de vestir en cuero. Allí se reúnen las principales colecciones que expone la industria colombiana y de los países invitados.

Colombia, con 3.500.000 de cabezas ocupa el cuarto lugar de producción de pieles bovinas en Latinoamérica, después de Brasil (24.000.000 de cabezas), Argentina (12.000.000 de cabezas) y México. Colombia ocupa el puesto número 16 a nivel mundial, participando además con un 2% de la producción de pieles bovinas (Brasil y Argentina ocupan los puestos 3 y 4 con un 30% de la producción). Uno de los principales problemas está relacionado con la calidad de las pieles crudas, lo cual se atribuye al mal manejo del ganado en las fincas, con defectos ocasionados, entre otros, por el nuche y la garrapata y por rayones por alambre de púas.

2.4.2 Factor Económico

La economía de Colombia es la cuarta de América Latina según el Fondo Monetario Internacional y quinta según el Banco Mundial. Ha experimentado un crecimiento promedio anual de 5,5% desde 2002. El Ministerio de Hacienda y Crédito Público (MHCP) es el que define, formula y ejecuta la política económica del país.

El Banco de la República de Colombia (BRC) es un organismo independiente que controla la cantidad de dinero y control cambiario de divisas que circula en la economía para evitar recesiones y desempleo a causa de la inflación, además de controlar el crédito interbancario. Juntos, el MHCP y el BRC regulan el funcionamiento de la economía a nivel nacional con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT).

El sector empresarial de Colombia se encuentra agremiado en la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) que trata de mantener grupos de empresas del mismo sector económico para que actúen en común acuerdo para el desarrollo. La moneda nacional es el Peso colombiano.

De acuerdo con el DANE, en 2011 el PIB colombiano creció 5,9%, lo que representa el mejor desempeño en cuatro años. La economía nacional comenzó 2011 registrando una tasa de expansión algo superior a su promedio desde 2000; continuó ganando conforme avanzaba el año y alcanzó su pico en el tercer trimestre, cuando creció 7,5%, uno de los mayores aumentos de las últimas décadas.

Posteriormente, en el cuarto trimestre se observó una desaceleración que, de todas formas, implicó una tasa de crecimiento (6,1%) por encima de la registrada en el primer semestre del año.

A grandes rasgos se puede afirmar que en el segundo semestre de 2011 Colombia supo resistir en buena medida los embates de los problemas económicos internacionales y en particular los provenientes de Europa. A pesar de que algunas de las economías de esta región figuran entre los principales socios comerciales del país, sus problemas no parecen haber golpeado de manera significativa las exportaciones colombianas.

La situación externa tampoco parece haber afectado de manera importante la confianza de los inversionistas y de los consumidores, ni se vio reflejada en un incremento de la prima de riesgo. La delicada situación internacional no impidió que la demanda interna creciera a una tasa que se equipara con las más altas desde 1990 (8,8%) y comparable con la registrada en 2006 (8,8%), cuando la economía colombiana se encontraba en pleno auge.

Parte de este desempeño fue posible por unos altos términos de intercambio y por abundantes flujos de inversión extranjera directa (IED), la cual alcanzó récords históricos, en particular la destinada al sector petrolero y a la minería.

Variación PIB

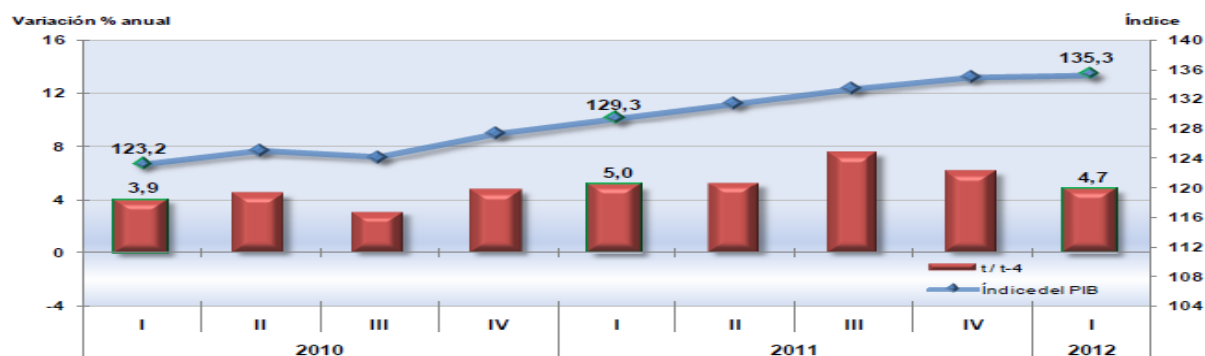


Gráfico 04 Variación PIB

Fuente: DANE – Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

Dentro de la demanda interna el gasto más dinámico y el que más contribuyó a la expansión del PIB fue la inversión en capital fijo, la cual creció a una tasa de 16,6%; la segunda más alta desde el año 2000. El buen desempeño de este agregado se explicó, a su vez, por la dinámica que mostraron las inversiones en maquinaria y equipo de transporte, que aumentaron a tasas muy por encima de sus promedios.

Durante 2011 estos componentes se vieron favorecidos por unas tasas de interés comerciales que se mantuvieron bajas durante todo el año, así como por una apreciación de la tasa de cambio que en términos relativos ayudó a abaratar los bienes de capital importados.

Respecto al flujo internacional de bienes y servicios, 2011 se caracterizó por un aumento significativo en el grado de apertura del país. Durante este año, tanto las importaciones como las exportaciones mostraron los crecimientos más altos desde 2000, a pesar de los problemas internacionales y del moderado comportamiento de los Estados Unidos (nuestro principal socio comercial).

En el caso particular de las importaciones se observó un incremento real anual de 21,5% anual, gracias, principalmente, a las compras de bienes de capital y de materias primas. Aunque las exportaciones, por su parte, aumentaron a una tasa comparativamente menor (11,4%), de todas maneras significó una aceleración importante, dado el crecimiento promedio cercano a cero, observado, en los dos años anteriores. Todo esto llevó a que la contribución de la demanda externa neta al PIB haya sido negativa y de mayor magnitud a la que se obtuvo en 2010.

Las ramas de actividad de mayor dinamismo fueron, en su orden, la minería, el transporte y comunicaciones y el comercio. En el caso del sector minero, este completó cuatro años consecutivos mostrando los mayores ritmos de expansión entre todas las grandes ramas de actividad, con tasas de crecimiento de dos dígitos.

Buena parte de este resultado se debió a la producción petrolera, que, aunque no alcanzó la meta del millón de barriles diarios, sí estuvo muy cerca de esa cifra al finalizar el año, lo que se tradujo en un aumento de 16,4% de la producción respecto al año anterior.

En particular, la actividad petrolera siguió impulsada por los altos precios del crudo, las condiciones favorables para la inversión y un relativo éxito en materia exploratoria. A este último respecto cabe anotar que 2011 marcó registros máximos en pozos perforados con un alto porcentaje de éxito.

En cuanto al favorable desempeño del comercio, este se debió en buena parte al segmento minorista, que en general fue congruente con el buen comportamiento del consumo de los hogares. En 2011 las ventas al detalle crecieron 10,8%, jalonadas en especial por los de automóviles (sobre todo en el primer semestre, pues en el segundo perdieron dinamismo), así como por textiles, prendas de vestir y electrodomésticos.

Gran parte de la importante dinámica de estas compras se debió a que los consumidores enfrentaron tasas de interés reales bajas y encontraron una buena

disponibilidad de crédito, permitiendo un incremento notorio de las ventas de bienes durables y semidurables.

Luego de varios aumentos a lo largo de 2011, la inflación anual al consumidor se redujo 29 pb entre octubre y diciembre, terminando el año en 3,73%, cifra dentro del rango meta de largo plazo establecido por la JDBR (de 2% a 4%). Este resultado está 56 pb por encima del observado un año atrás.

Crecimiento Anual por tipo de Gasto

	2009	2010	2011				2011
	Año completo	Año completo	I trim.	II trim.	III trim.	IV trim.	Año completo
Consumo total	1,6	5,1	5,0	6,8	5,9	5,5	5,8
Consumo de hogares	0,6	5,0	5,5	7,8	6,7	6,1	6,5
Bienes no durables	1,3	1,8	2,4	6,2	4,9	3,7	4,3
Bienes semidurables	(3,7)	9,8	13,6	19,4	13,8	13,7	15,1
Bienes durables	(6,0)	20,9	36,7	34,4	19,6	8,5	23,9
Servicios	2,2	3,5	3,3	4,4	5,1	5,3	4,6
Consumo final del Gobierno	5,9	5,5	2,4	2,6	2,6	3,0	2,6
Formación bruta de capital	(4,1)	7,3	16,0	18,3	22,4	12,4	17,2
Formación bruta de capital fijo	(1,3)	4,6	12,7	13,8	23,7	16,5	16,6
Agropecuaria, silvicultura, caza y pesca	2,6	5,5	3,0	3,1	1,9	1,3	2,3
Maquinaria y equipo	(12,1)	20,2	26,7	28,9	28,0	20,2	25,8
Equipo de transporte	(5,4)	12,0	51,9	52,2	40,5	39,1	45,2
Construcción y edificaciones	(4,9)	(2,0)	1,1	5,2	13,2	2,3	5,3
Obras civiles	13,1	(2,0)	(10,8)	(13,1)	22,2	15,5	6,7
Servicios	1,1	9,6	5,7	6,3	8,9	1,4	5,5
Demanda interna	0,3	5,6	7,9	9,7	9,8	7,9	8,8
Exportaciones totales	(2,8)	1,3	10,1	7,6	12,3	15,8	11,4
Importaciones totales	(9,1)	10,5	21,1	24,7	20,3	20,1	21,5
PIB	1,7	4,0	5,0	5,1	7,3	6,1	5,9

Tabla 06: Crecimiento Anual por Tipo de Gasto

Fuente: DANE

Aunque la inflación nunca se situó por encima del techo de dicho intervalo, sí se mantuvo por encima de su punto medio durante casi todo el año, llegando a alcanzar el 4% en el mes de octubre. Este comportamiento contrasta con el de un año atrás, cuando los resultados nunca superaron el 3%, excepto en diciembre.

En general, durante 2011 la inflación al consumidor en Colombia estuvo sometida a varios tipos de presiones alcistas:

- La primera de ellas fue por cuenta de los aumentos que registraron los precios internacionales de los alimentos en la segunda mitad de 2010 y comienzos de 2011 y que se transmitieron durante buena parte de este último año a los precios internos.

- La segunda se relaciona con choques climáticos asociados con el exceso de lluvias de 2010 y el primer semestre de 2011. En tercer lugar se señala el comportamiento del ciclo agrícola para ciertos alimentos perecederos, que condujo a una baja oferta en buena parte de 2011.

Al igual que para el resto de países emergentes, en 2012 el crecimiento de la economía colombiana dependerá de la magnitud y el desenvolvimiento de la crisis europea y de la manera como esta repercute en el desempeño de la producción local, mediante los distintos canales de transmisión.

En la medida en que no se observe un deterioro más profundo en Europa, lo que se considera como más probable, es de esperar un efecto limitado sobre la economía colombiana. Esto excluiría la posibilidad de un contagio fuerte en 2012 para el país, tal como ocurrió en el segundo semestre de 2011.⁷

2.4.3 Factor Socio Económico

A pesar de las grandes riquezas naturales del país (petróleo, carbón, platino, oro, esmeraldas), Colombia no despega económicamente y presenta enormes desigualdades.

En efecto, un 50% de la población vive por debajo del umbral de pobreza, 34% del cual en la miseria absoluta. Al contrario, un 5% de la población, ricos propietarios rurales poseen un 80% de las tierras, de los bienes y servicios.

Entre 1970 y 1986, el nivel de pobreza disminuyó globalmente, pero estos últimos años la situación no se ha mejorado. Así pues, un 19,7% de la población vivió con menos de un dólar al día de 1983 a 2000 y un 36% con menos de 2 dólares al día.

Es sobre todo en los suburbios de las grandes ciudades que los habitantes viven en condiciones infrahumanas, sin acceso a servicios públicos, sin ninguna higiene y sin empleo.

⁷ Informe de la Junta Directiva del Banco de la República de Colombia

Por ejemplo, la capital Bogotá, donde viven 7 millones de habitantes, está rodeada de un cinturón de miseria donde alrededor de un millón de personas viven en condiciones deplorables.

El desempleo es muy elevado: en junio de 2001, un 25% de la población activa estaba sin empleo. Estas condiciones de vida precarias llevan a la población hacia la delincuencia o el alistamiento en movimientos armados. (ANEXO 12)

Para empezar a hablar de la incidencia de la industria del calzado en la economía colombiana es necesario partir de un factor importante que se vino presentando en el año de 1993 como fue la apertura comercial del sector industrial en medio de la revaluación del peso. Debido a esta reevaluación muchos subsectores se vieron afectados dando como resultado un desempeño negativo.

Entre estos el sector del calzado. Esta situación se presentó debido a una penetración de la competencia externa en el mercado doméstico, trayendo consigo problemas de contrabando y prácticas desleales. Esta revaluación del peso generó en el sector del calzado algunas fluctuaciones importantes dentro de la economía del país tal y como lo expresa la revista dinero: “Este sector parece ser altamente sensible a las fluctuaciones de la tasa real de cambio debido a que la raíz de la devaluación real de varios puntos durante los años de 1990 y 1991, la producción del calzado registro muy buenos aumentos

Ya para el segundo periodo comprendido entre 1992 y 1993 se presentó una baja en la producción y en las rentabilidades.

Además de esto muchas de las exportaciones cayeron notablemente en el año de 1993 y las importaciones registradas no fueron muy significativas, esto se relaciona directamente con la re-evaluación del peso que se presentó en este periodo.

A partir de lo mencionado, podemos entrar a hablar de cómo en los últimos años el sector del calzado ha tenido una gran influencia en la economía de nuestro país.

Esta influencia es debido a la gran cantidad de exportaciones, a la producción, a ventas totales y ventas al mercado interno del sector, tal y como lo sugiere el estudio realizado por la Embajada Española: “Colombia exportó, durante el 2.003, 29.118.019 dólares e importó 71.440.426 dólares. Los principales compradores de calzado colombiano fueron, Venezuela 33% , Alemania 19 %, Panamá 7%, Estados Unidos 7 % y Ecuador 4 %.”.

En cuanto a las exportaciones sobre el valor de la producción, en el año 2005, las tasas de apertura exportadora eran muy bajas con respecto a los demás eslabones de la cadena, es decir, las pieles encurtidas de ganado vacuno, artículos de carnaza y otros de cuero, maletas de plástico entre otros; lo cual refleja una escasa vocación exportadora del sector a pesar de la importancia del calzado dentro de la cadena productiva.

Tal y como lo expone la investigación de ICEX: “La Tasa de apertura exportadora del sector – TAE – arrojó los siguientes resultados en cuanto a la exportaciones sobre el valor de la producción: Calzado de cuero: 19.6 %. Calzado textil: 11.4%. Caucho plástico: 22.81 %”.

Por otro lado, según la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas (ACICAM) entre enero y noviembre del 2003 se importaron cerca de US\$153,9 millones en calzado lo cual representó un crecimiento del 26,4% frente a 2005 y de 84,7% frente al 2004.

Estos resultados pueden ser debido a que el consumo per cápita del calzado ha ido creciendo notablemente en el país, por lo cual se puede decir que esta industria debía revisar su oferta y costos para poder competir en el mercado tanto nacional como internacional, tal y como se sustenta en el estudio realizado por ICEX: “El consumo per cápita de calzado, ha decrecido en consecuencia a la disminución del poder adquisitivo de los colombianos; en el año 2000, éste consumo era de 2.5 pares al año, en la actualidad es de 1.5 pares al año.” Esto

representa una preocupación en cuanto al sector, pues están bajando las ventas anuales, lo cual se ve reflejado en una caída de la economía del mismo.

A raíz del consumo per cápita las exportaciones de calzado colombiano, sufrieron una retracción en el año 2002, debido a la crisis económica que estaba viviendo Venezuela, el cual era el principal destino de nuestras exportaciones en lo que a calzado se refiere, como es expuesto en la investigación realizada por la Embajada Española en Bogotá: "Se calcula que durante este año las ventas de calzado a éste país cayeron alrededor del 70%." Luego de esta crisis que afecto indirectamente las exportaciones del sector de nuestro país, en el año 2003 se experimentó una pequeña mejora gracias a la recuperación del mercado anteriormente mencionado, lo cual llevo a un incremento sostenido para el año 2004.

Debido a la retracción que se sufrió en el año 2002, se abrió la primera tienda de PaylessShoes con el fin de darle un impulso al mercado y al consumo per cápita de zapatos, en el 2008, que además de los puntos anteriormente mencionados se esperaba que abriera una nueva revolución en la industria del calzado.

Este mismo año se definió que no habría aranceles para la importación de calzado y que los industriales de diferentes países tenían todo el apoyo para traer sus mercancías al país con cero arancel durante un periodo aproximado de 6 meses.

Esta importante noticia tuvo una gran incidencia entre los productores nacionales del calzado, pues esta decisión podía traer un gran impacto en el mercado local, pero por otro lado se podía decir que este anuncio podía de una o cierta forma despejar el turbio y complicado camino del ingreso de una multinacional norteamericana como lo era Payless y además de esto se creaba un nuevo escenario para que la industria del calzado tuviera grandes alzas debido a la caída que había tenido en los últimos años.

Luego de que transcurrió el periodo de 6 meses tras el anuncio, el gobierno modificó el arancel con el fin de controlar la entrada masiva de importaciones tanto de confecciones como de calzado a precios bajos, ya que esto afectaba la industria nacional, tal y como lo menciona la revista dinero en uno de sus

artículos: “El arancel habría quedado en 20 y 40% para las confecciones y en 20 o 35% para el calzado, lo cual dependía del precio en el puerto de embarque”, (Revista dinero.com, 2008).

En Colombia hay un gran número de unidades productoras de artículos de cuero, pero en especial de calzado; se calcula que más del 95% son microempresas. Sin embargo la participación de la microempresa en la producción bruta del sector no supera el 30%.

Es por esto que este sector se caracteriza por tener una gran competencia entre productores nacionales intensificada por las importaciones y por los altos niveles de contrabando (en su mayoría procedentes de Panamá y China) ambos estimulados por la reevaluación de la moneda.

En pocas palabras se puede decir que el calzado industrial es liderado y comercializado por las principales empresas fabricantes del país ya que este sector es considerado como un nicho de demanda muy atractivo para la empresa nacional, por lo cual su incidencia en la economía actual es bastante alta, a pesar de los altibajos que sufrió en los años anteriores.

2.4.4 Factor Político

De acuerdo con la constitución vigente, Colombia es un Estado Social de Derecho organizado en forma de república unitaria con centralización política y descentralización administrativa, en donde el poder público se encuentra separado en tres ramas, legislativa, ejecutiva y judicial y diversos órganos de control como la Fiscalía General de la Nación, la Procuraduría o Ministerio Público, la Contraloría y las Veedurías Ciudadanas.

El presidente ejerce como jefe de estado y de gobierno a la vez, delegando sus funciones a los ministros del despacho entre otros funcionarios nombrados que son de libre nombramiento y remoción. El parlamento bicameral es el Congreso de la República y está compuesto por el Senado (102 escaños en circunscripción

nacional) y la Cámara de Representantes (166 escaños con circunscripción regional proporcional a la población de cada departamento y el distrito capital). Cinco de esos escaños pertenecen a sectores minoritarios como indígenas, afrocolombianos y colombianos en el exterior.

El sistema judicial colombiano incluye a la Corte Constitucional (encargada de velar por el respeto a la constitución), la Corte Suprema de Justicia (última instancia para materias civiles, laborales y penales), el Consejo de Estado (máximo tribunal contencioso administrativo) y el Consejo Superior de la Judicatura (encargado de la administración judicial).

Según el Consejo Nacional Electoral (CNE) en la Resolución 1959 del 26 de agosto de 2010, son doce los partidos políticos de Colombia. La política electoral de Colombia es controlada actualmente por el Consejo Nacional Electoral bajo las normas consagradas en la Constitución de Colombia. La Registradora Nacional del Estado Civil es otro organismo electoral encargado de garantizar la organización y transparencia del proceso electoral.

El voto programático obliga a los gobernantes a convertir sus propuestas de campaña o programas de gobierno en Planes de Desarrollo, que son a su vez acuerdos en los municipios y distritos, y ordenanzas a nivel departamental, y por lo tanto de cumplimiento obligatorio.

Los miembros de ambas cámaras legislativas son elegidos por voto popular para cumplir un período de cuatro años. El presidente, elegido con el vicepresidente mediante voto popular para un término de cuatro años, puede ser reelegido por una sola vez.

Colombia está compuesta por 32 departamentos y un único Distrito Capital (Bogotá). Los gobiernos departamentales se encuentran divididos en tres poderes: La rama ejecutiva, ejercida por el gobernador departamental, elegido cada cuatro años sin posibilidad de reelección.

Cada departamento tiene su propia asamblea departamental, corporación pública de elección popular regional que goza de autonomía administrativa y presupuesto propio. Las asambleas departamentales están conformadas por no menos de 11 diputados ni más de 31, elegidos popularmente para un periodo de 4 años. Las asambleas departamentales emiten ordenanzas de obligatorio cumplimiento en su jurisdicción territorial o departamento.

Acuerdos y Relaciones Comerciales de Colombia

<u>ACUERDOS Y RELACIONES COMERCIALES DE COLOMBIA</u>				
<i>Acuerdos Comerciales</i>				
<i>Centro América y el Caribe</i>	Comunidad Andina de Naciones	Colombia	Grupo de los Tres – G3	Mercosur
<u>Relaciones Comerciales</u>				
África y medio Oriente	Asia y Oceanía	Asociación Europea de Libre Comercio AELC/EFTA	Federación de Rusia	Unión Europea
Organización Mundial del Comercio (OMC)				
Colombia y la OMC		Negociaciones en la OMC		Temas Regulares de la OMC

Tabla 07: Acuerdos y relaciones comerciales de Colombia

Fuente: Proexport

Comunidad Andina de Naciones (CAN)

Colombia es parte de la CAN, este es un organismo subregional de integración económica y social. Se rige por el Acuerdo de Cartagena, y su objetivo principal es el desarrollo económico y social de los países miembros (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú); para la creación progresiva de un mercado común latinoamericano. Sin duda uno de sus grandes logros es la adopción de la Nomenclatura Arancelaria Común de los países del Pacto Andino, basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (NANDINA), que constituye la base del Arancel Externo Común.

Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Colombia al igual que Ecuador pertenece al grupo de los doce países que conforman el bloque comercial (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Cuba, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela). Esto les ha otorgado algunas facilidades arancelarias para el intercambio de ciertos productos y convenios de crédito recíproco.

Además la ALADI dispone de las llamadas "NORMAS DE ORIGEN" que definen las condiciones fitosanitarias y sanitarias que deben cumplir los productos para beneficiarse de las exoneraciones o rebajas arancelarias acordadas entre los países miembros.

Análisis del Sector Botas

Historia de botas en el Ecuador

Si al principio las botas tenía por única función la de proteger el pie, se ha ido registrando una evolución en el correr del tiempo y ahora se ha convertido en un artículo de moda que forma parte de la indumentaria y es un símbolo de la categoría social especialmente en los países industrializados.

Hacia finales del siglo XIX, los fabricantes de calzado emprendieron los primeros esfuerzos serios para sustituir el trabajo manual por operaciones realizadas por máquinas. Tomaron como materia de inspiración las máquinas de coser que ya existían para desarrollar máquinas para coser suelas, luego se diseñaron máquinas de troquelar, de armar y de estaquillar, y otras.

Los productos de fabricación mecánica guardan una mayor similitud entre sí que los productos de confección artesanal, lo cual permite estandarizar la producción. En el caso del Ecuador al llegar los españoles se da inicio a la manufactura del zapato, sillas de montar, pastas para libros, ropa, etc., al estilo colonial. Esta industria vino completa ya que con los artesanos de manufactura vinieron los curtidores de cuero. La cadena productiva que gira alrededor del cuero estaba completa.

La época colonial, republicana e independentista, principalmente Ambato, se caracteriza por la manufactura artesanal de calzado. En la década de los sesenta el sector se caracterizó por tener un desarrollo artesanal.

Para los años setenta la actividad calzadista se industrializa, los pequeños talleres familiares se transforman en empresas teniendo como característica que al calzado Ecuatoriano se lo reconocía por su resistencia y durabilidad antes que por moda, se generaliza la aplicación del modelo de sustitución de importaciones y se implementan las Leyes de Fomento Industrial y Artesanal.

En la década de los ochenta debido al inicio del proceso de globalización se producen cambios importantes en la integración y liberalización económica y comercial del país, el proceso de crecimiento empresarial y participación en el mercado se define y profundiza a favor de las empresas con capacidad y calidad industrial, que inician su incursión en el mercado internacional y básicamente en el de Colombia.

En los años 90 se empiezan a fundar gremios, asociaciones, organismos de cooperación y escuelas de capacitación para apoyar al crecimiento del sector mientras que el proceso de globalización presenta consecuencias negativas para los sectores artesanales que enfrentan dificultades con poco éxito.

2.4.5 Producción

Las principales ciudades dedicadas a la producción de calzado son: Quito, Ambato, Cuenca-Gualaceo y Guayaquil. Existen otras ciudades que tienen presencia en la producción artesanal de calzado como Riobamba, Manta, Tulcán, Cotacachi entre otras.

Según una encuesta realizada por CORPEI a 25 empresas el 44% se localizan en Tungurahua, 28% en Pichincha, 20% en Azuay y el 8% en Guayas. De ellas el 44% son artesanales, el 32% se han constituido como Sociedad Anónima y Compañía Limitada, el 12% como persona natural y el 8% restante se divide equitativamente entre microempresa y sociedad civil comercial. Estas empresas

tienen tradición en el sector ya que más del 70% de ellas tienen más de 10 años en el arte de la fabricación de calzado de botas.

2.4.5.1 Nivel de Producción

La producción diaria de calzado (jornada de ocho horas) dependiendo del tamaño de la empresa se realiza de la siguiente manera: el 60% de las empresas producen menos de 400 pares, el 28% entre 400 y 800 pares y el 12% más de 800 pares. El 72% realizan control de calidad y el 76% control de desperdicios. Existen alrededor de 15-20 empresas industriales, distribuidas en varias ciudades, entre medianas y grandes que manejan un mercado nacional.

Empresas productoras de calzado

Empresa	Ciudad
Plásticos Industriales C.A. PICA	Quito
Plasticaucho Industrial	Ambato
Buestán	Quito
Calincen	Quito
Fabrical	Quito
Inducalsa	Quito
Industria Ecuatoriana de Calzado	Quito
Pony	Quito
Masther Shoes	Quito
La Mundial	Quito
Masuca	Quito
Tecnistamp	Quito
Factocalza	Quito
Gamos	Ambato
Vecachi	Ambato
Torino	Ambato
Calzado Piavi	Ambato
Calzado Misshell	Ambato
Industria de Calzado Ambato (Ambacalza S.A.)	Ambato
Manufacturas Pachucho	Guayaquil

Tabla 08: **Empresas Productoras de bota**

Fuente: CORPEI

2.4.6 Consumo

Según información de ASOFACAL (Asociación de Fabricantes de Calzado – Ecuador) se estima que la media nacional de consumo es aproximadamente 2

pares de botas por habitante anualmente, consecuentemente existiría una demanda anual de 27' 600.000 pares de botas que se conforma de la siguiente manera:

1. 45% bota verraca 4x4
2. 15% Bota normal
3. 15% de bota inyectado (Bota llanera, inyectado en lona)
4. 25% bota con punta de acero, textiles, y otros

2.4.7 Variedades

Los tipos de calzado pueden clasificarse según:

Clasificación arancelaria

Existe una extensa variedad de calzado según la clasificación arancelaria que agrupa a estos productos en items y partidas dentro del capítulo 64 del Arancel Nacional de Aduanas. El mayor volumen producido es el calzado de lona textil y el inyectado.

En suelas de productos sintéticos existen:

- Poliuretano, no existe producción en el país.
- TR; que es una mezcla de caucho con PVC.
- PVC; existe producción en el país.
- Caucho, también producido en Ecuador.

Segmento del mercado

Otra agrupación puede ser de acuerdo al segmento de mercado industrial de las empresas encuestadas el 48% de empresas produce bota verraca 4x4, 40% botas con punta de acero, textiles, y otros, 15% de bota inyectado (Bota llanera, inyectado en lona) y 15% Bota normalde trabajo. En muchos casos se utiliza el material dependiendo del segmento escogido, por ejemplo para la fabricación de botas industriales lo más común es el cuero mientras que otras empresas lo

confecciona una variedad de productos sintéticos debido a las exigencias de la moda en diseños y colores.

Materia prima

- Se los puede clasificar también según la materia prima utilizada:
- Los que trabajan con cuero y suela natural.
- Los que trabajan con productos sintéticos.
- Los que trabajan con combinaciones de los anteriores.

La mayor parte de empresas en el país ofertan en el mercado interno (no existen exportaciones regulares) el zapato de cuero con suela sintética, otras empresas también producen botas de trabajo y de seguridad industrial. A estos productos corresponden las siguientes partidas:

- Botas de caucho con suela sintética: 6403.91.00
- Botas de punta de acero con suela sintética: 6403.99.00
- Botas de seguridad industrial con puntera metálica: 6403.40.00

2.4.8 Temporada de producción

Las meses de mayor producción de calzado en el país son: abril, mayo, junio, octubre y diciembre.

2.4.9 Tecnología industrial

La tecnología industrial que se utiliza en Ecuador dependerá del tamaño de la empresa. Hay grandes empresas que utilizan una alta tecnología, como por ejemplo las que trabajan con inyección, y son a la vez las que tienen un mayor nivel de producción y calidad.

Las empresas medianas tienen una tecnología de menor nivel y funcionan con una combinación de trabajo mecánico y manual. Las empresas pequeñas que generalmente son artesanales e informales utilizan un método de producción manual y conforman una gran mayoría en el sector.

2.4.10 Comercialización

Siendo la bota un producto de consumo masivo, las empresas actúan conforme a sus propias capacidades, orientando la oferta hacia sectores específicos de población que cuentan con ingresos permanentes y en los cuales puedan identificar necesidades comunes y hábitos de compras similares.

En el primer caso, las empresas ofrecen sus productos prácticamente a todos los consumidores posibles, lo cual pone de manifiesto que se considera al mercado como uno solo y se pretende abastecerlo de la misma manera. A esta estrategia, se le conoce como mercadeo indiferenciado.

En la actualidad pocas empresas en determinados sectores industriales apuestan por este tipo de estrategia, debido a que el mercado se encuentra cada vez más fragmentado, y los consumidores son cada vez más exigentes al no aceptar productos promedio, sino productos adecuados a sus particulares necesidades y expectativas.

La pequeña y mediana empresa, debería concentrar sus esfuerzos en grupos plenamente identificados del mercado, para atenderlos en la forma más adecuada posible, a esta estrategia, se le conoce como mercadeo diferenciado.

2.4.11 Organizaciones Gremiales

El gremio que agrupa a los fabricantes de calzado de Ecuador es ASOFACAL (Asociación de Fabricantes de Calzado).

A partir de 1994 impulsa actividades y servicios en beneficio y defensa del productor nacional. Esta Asociación ha focalizado sus objetivos en dos puntos básicos: capacitación y asistencia técnica al recurso humano del sector. Con apoyo internacional creó y mantiene en operación escuelas de calzado en Quito y Ambato.

Adicionalmente busca ampliar y fortalecer las relaciones de la industria de la bota con empresas nacionales e internacionales que ofertan y proveen de maquinaria,

equipos, materiales, insumos, mediante grupos de visitantes compradores a varias ferias internacionales especializadas.

Las empresas afiliadas a ASOFACAL al momento son 70 a nivel nacional, aquí se encuentran todas las empresas relacionadas al sector: productores, distribuidores y proveedores.

El gremio tiene presencia nacional, aunque la mayoría de su operación se concentra en Quito, sin embargo sus asociados se encuentran distribuidos en todas las ciudades productoras de botas de acuerdo a la siguiente participación: Muchas de las empresas también están afiliadas a las Cámaras Industriales de las diferentes ciudades, Cámaras de la Pequeña Industria, Cámaras Artesanales y Asociaciones de Artesanos.

2.5 Organismos de cooperación

Otro aporte importante de ASOFACAL es lo referente a la Asistencia Técnica Internacional, canalizando colaboración de dos organismos internacionales muy importantes: Swisscontact (Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico) y BMZ (Ministerio de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania) a través del CIM, con asesoría de un experto en el sector.

Swisscontact concentra su colaboración con la creación y desarrollo de la Escuela del Calzado, utilizando el sistema dual de formación profesional.

El CIM (Centro de Migraciones Internacionales), institución perteneciente al Gobierno Alemán apoya con la asesoría del experto internacional, Director General del Centro de Diseño y Desarrollo de botas, cuya actividad presente y futura sería determinante en cuanto a la asesoría a los empresarios en relación a diseños, procesos y en general aspectos técnicos de la producción de bota.

2.6 Determinación de la población

Con respecto a su población, Colombia cuenta con 45 millones de habitantes aproximadamente, es el tercer país más habitado de Latinoamérica, por detrás de Brasil y México. Según el censo realizado por el Departamento Administrativo

Nacional de Estadística (DANE) en el 2005, existen 39.5 personas por kilómetro cuadrado distribuidos en 75% población urbana y 25% rural.

2.7 Distribución por categorías

POR EMPRESAS

Botas de punta acero

Botas normal

BOTAS DE CAUCHO

Empresas cárnicos

Empresas lácteos

Segmentos de mercado

- Personas que trabajan en actividades industriales,
- El principal consumidor de Calzado de seguridad en Colombia son las Fuerzas Armadas Colombianas.

En los últimos años Colombia se ha visto favorecida por la Inversión Extranjera Directa (IED), y se mantiene al alza captando muchas inversiones gracias a los acuerdos firmados con Estados Unidos, Japón, China, India y Corea del Sur, siendo de gran ayuda la recuperación del grado de inversión.

En violeta observamos las zonas de hidrocarburos:

Cerca del 85% de las inversiones totales llegan a través de los hidrocarburos que no es el sector que contrata más mano de obra como si lo hacen la fabricación de productos plásticos, químicos, papel, minerales, entre otros.

Es una oportunidad neta para la colocación del calzado de seguridad en este país dada la cantidad de operarios que existen en las plantas de explotación, fábricas, maquinistas, etc., ya que muchos de los trabajadores deben utilizar zapatos especiales de trabajo

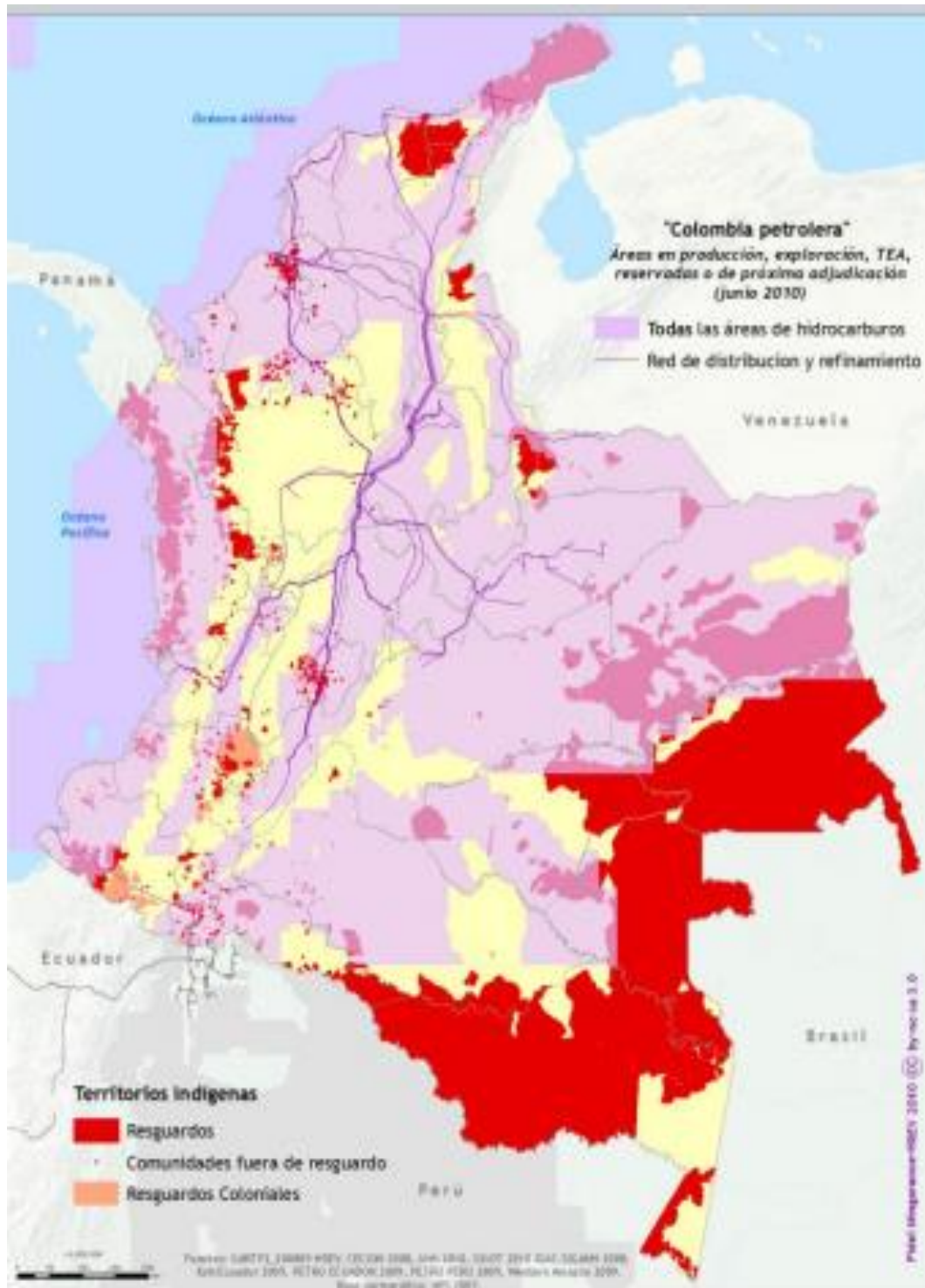


Grafico 05: Zonas de Hidrocarburo

Fuente:Autor

Cifras de los sectores Industriales en Colombia:

No	Sector	Empleados
1	Fabricacion de productos de la refinacion del petroleo	3,512
2	Fabricacion de otros productos quimicos	36,529
3	Elaboracion de bebidas	9,325
4	Industrias basicas de hierro y acero	9,018
5	Fabricacion de productos minerales no metalicos ncp	20,300
6	Fabricacion de productos de plastico	28,506
7	Fabricacion de prendas de vestir, excepto prendas de piel	52,786
8	Fabricacion de papel, carton y productos de papel y carton	17,411
9	Fabrucacuib de sustancias quimicas basicas	7,371
10	Elaboracion de otros productos alimenticios	10,661
34	Fabricacion de calzado	8,084
Total Nacional		440,458

Tabla 09: **Cifras de los Sectores Industriales en Colombia**

Fuente:DANE

Los usuarios para los que apunta este producto serán trabajadores del sector industrial para desarrollar actividades laborales, por lo tanto no es necesaria una gran variedad de colores o estilos.

2.8 La oferta

Las exportaciones de calzado en el país han presentado a partir de 1990 una tendencia creciente en todos los años y especialmente significativa entre los años 1990 a 1994 cuando superaban fácilmente el 100% en valores FOB. En los últimos cinco años (1996-2000) han experimentado un crecimiento promedio del 33%, debido principalmente al notable incremento de las exportaciones en el año 2000 que superan el 50%. Situación que evidencia que el producto ha tenido una buena, permanente y creciente acogida en el mercado externo y por lo tanto se

puede pronosticar que la tendencia será la misma en los años posteriores. La tasa de crecimiento en toneladas tiene una tendencia similar.

Las exportaciones de calzado tienen como destino el mercado sudamericano (Colombia, Perú, Venezuela; Bolivia, Chile), el centroamericano (Costa Rica, Panamá, Guatemala, Nicaragua, República Dominicana), el norteamericano (Estados Unidos, Canadá), el europeo (Francia, Italia, España Alemania) y en escasa magnitud se exportó en el 2000 a Japón y Corea.

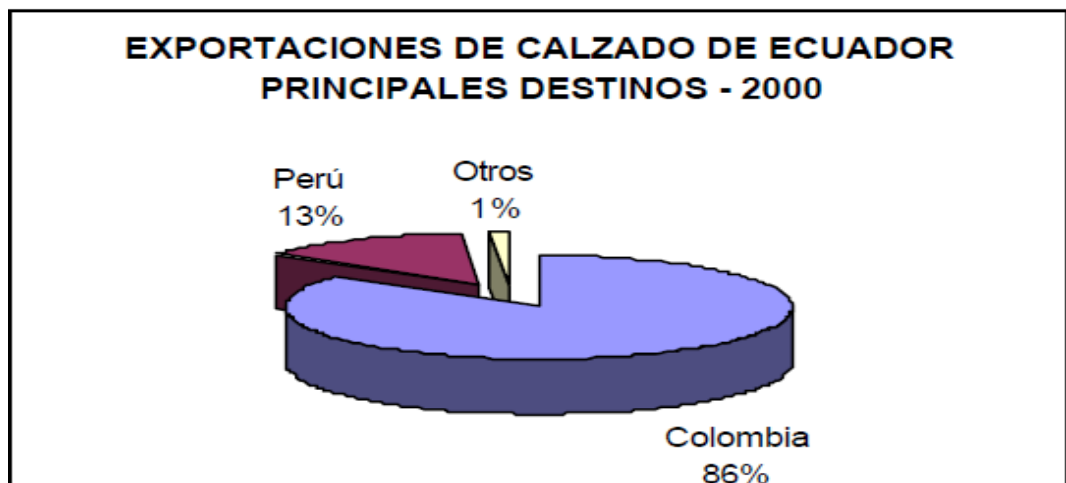


Grafico 06: Exportaciones de bota de Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador

2.8.1 Competidores

El siguiente listado y detalle está relacionado con empresas colombianas dedicadas a la producción de calzado industrial y otras que constan como importadoras del mismo producto.

- **Calzado La Piel Roja**
www.lapielroja.com.co - Es una empresa que se dedica a la fabricación y comercialización de botas, ropa y accesorios deportivos, informales e industriales.

- **Stanton y Cia**

<http://www.stanton.com.co/> - Es una empresa que se dedica principalmente a la manufactura, venta y exportación de calzado. Pero también importa ciertos productos que no son fabricados, siendo la bota de seguridad uno de ellos.

➤ **Calza todo SA**

<http://www.calzamoto.com.co/> - Es una empresa que se dedica a la venta y distribución de calzado y accesorios. Tiene tiendas en toda Colombia. Aunque su principal segmento es el diseño, también se encuentran bota de seguridad y protección.

➤ **C.I Uniformes Industriales SA**

<http://www.uniroca.com/> - Es una empresa dedicada principalmente a la fabricación de vestimenta de trabajo, tanto calzado como uniformes. Aunque sea productora de calzado de seguridad, dentro de su catalogo de venta se pueden ver distintas marcas, por lo que también importa, o representa otras marcas y productos.

➤ **Venus Colombiana**

<http://www.venus.com> – Es una empresa productora y comercializadora de bota al por mayor perteneciente a un grupo empresarial Ecuatoriano. Tiene sedes en Bogotá, Medellín, Eje Cafetero, Barranquilla, etc.

2.8.2 Determinación de la Oferta y aceptación del Producto

Determinación de la Oferta

En 2011 la variación en el número de ocupados fue mayor que la del número de inactivos, con lo cual el número absoluto de desocupados cayó. Es decir, aquellas personas que antes hacían parte de la población económicamente inactiva y entraron a la económicamente activa (PEA) no engrosaron las filas del desempleo. Por el contrario, el ya reseñado dinamismo en la creación de empleo está no solo recibiendo a los integrados a la PEA, sino que está favoreciendo la caída en la Tasa de Desempleo (TD).

El porcentaje de ocupados de la ciudad llegó a 62%, aumentando en 2.9 pp, de estos el 54% son empleados asalariados.⁸

Población Objetivo

Al analizar el comportamiento del mercado bogotano, se realizará una segmentación tomando en cuenta, por una parte que el 78.% de la población son hombres y el restante 22.0% son mujeres; por otra parte que la Población Económicamente Activa PEA representa el 62% de la población, y que según cifras de DANE el 54% son Empleados Asalariados comprendidos. De los cuales el 44.10% tienen edades entre 25-39 años.

Proyección de la Demanda

$$QA=D(PA,Y,PB,G)$$

Leer más:

<http://www.monografias.com/trabajos/ofertaydemanda/ofertaydemanda.shtml#ixzz2mdmjtJfi>

AÑO	DEMANDA USD \$	TASA CRECIMIENTO PIB	DE
2012	21034880	4.00%	
2013	21981449.6	4.50%	
2014	22970614.83	4.50%	
2015	24004292.5	4.50%	
2016	25084485.66	4.50%	
2017	26213287.52	4.50%	

Tabla10: **Proyección de la Demanda**

Fuente:Autor

Proyección de la Oferta

⁸ DANE

$$QA=O(PA, PB, r, z, H)$$

AÑO	OFERTA	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL
2012	1606645.59	1.85%
2013	1636368.54	1.85%
2014	1666641.35	1.85%
2015	1697474.22	1.85%
2016	1728877.49	1.85%
2017	1760861.73	1.85%

Tabla 11: **Proyección de la Oferta**

Fuente:Autor

2.9 Demanda del producto

La industria colombiana de calzado es de las pocas sobrevivientes en Latinoamérica, pero esta se ha visto relativamente estancada en crecimiento promediando por debajo de la media en términos de crecimiento.

Según el DANE más de unas 612 mil personas trabajan en actividades industriales, por lo que serian consumidores potenciales del producto, aunque también podemos encontrar como potencial consumidor al gobierno colombiano. El principal consumidor de Calzado de seguridad en Colombia son las Fuerzas Armadas Colombianas.

Producción nacional	Exportaciones	Importaciones	Consumo Aparente
25,121,550	1,354,000	3,350,000	27,117,550

Tabla 12: **Demanda del Producto**

Fuente:Autor

Tomando en cuenta las cifras de consumo, podemos notar que las exportaciones e importaciones son muy pequeñas en comparación con la producción. Esto quiere decir que se consume principalmente calzado de seguridad de origen colombiano.

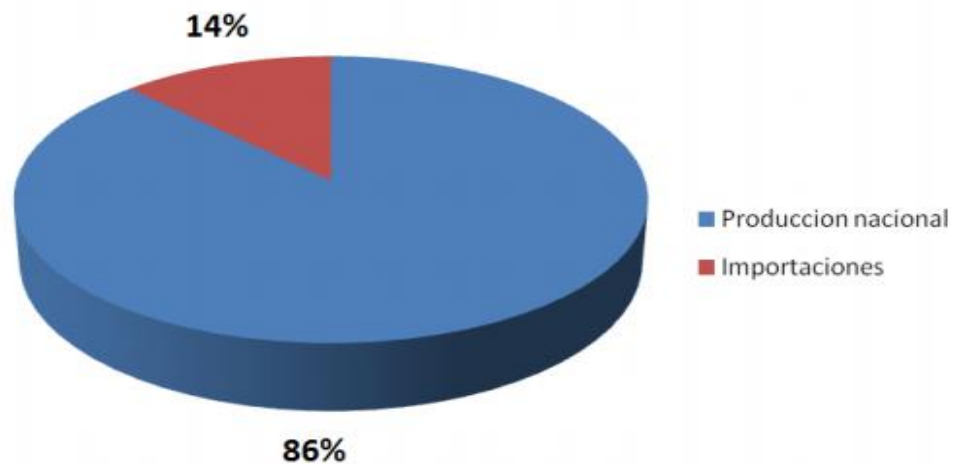


Gráfico 07: Demanda del Producto

Fuente:Autor

Haciendo un análisis más profundo podemos notar que esto se debe principalmente a que el mayor consumidor de este producto es el gobierno colombiano, y para poder entrar en este segmento de mercado se debe ganar una licitación.

En la siguiente grafica podemos ver como únicamente el 14% del calzado de seguridad consumido en Colombia es importado. Esto demuestra que la producción nacional es competitiva en comparación con la de otros países, tanto en precio como en calidad

Por otro lado podemos ver que las importaciones van aumentando año a año, esto indica que hay cabida en el mercado Colombiano para productos importados, aunque estos deben apuntar a nichos o segmentos específicos.

Algunas veces los compradores hacen un pedido de calzado totalmente amarillo, no por una cuestión estética sino para evitar que los trabajadores sigan utilizando

el calzado fuera del horario laboral y de esta manera evitar el desgaste que quizás podría tener un calzado negro, que es más común.

2.9.1 Determinación de la demanda

Son varias las características que es importante destacar del sector de las botas. En primer lugar está su carácter nacional. Del total de las 2.400 empresas dedicadas a la fabricación de calzado, registradas ante las Cámaras de Comercio, el 28% se encuentra en Santafé de Bogotá, el 19% en Bucaramanga, otro 12% en la ciudad de Cali, un 10% en Cúcuta, el 8% en Medellín, el 3% en Barranquilla, otro 3% en Pereira, y el restante 17% se encuentra distribuido en más de 80 ciudades y municipios en todo el país.

En segundo lugar, se destaca la amplia gama de empresas diferenciadas por tamaño y nivel tecnológico. En el sector de bota se presentan desde empresas grandes, con tradición exportadora y tecnificadas, hasta pequeñas y microempresas cuya producción se destina en su totalidad al mercado nacional y donde se aplican procesos productivos artesanales, con pequeñas escalas de producción. En efecto, del total de empresas registra en Colombia el 62% tiene menos de \$5 millones en activos, otro 11% presenta entre \$5 y \$10 millones. Por encima de los \$500 millones se encuentra apenas el 3.9% de las empresas.

Se estima que el mercado nacional está cercano a los 110 millones de pares anuales. De estos, se calcula que un tercio corresponde a contrabando y los dos tercios restantes son importados legalmente o son de fabricación nacional. Dentro de las empresas grandes algunas cuentan con capacidad para producir más de 10.000 pares diarios mientras otras cuentan con una capacidad de producción de entre 2.000 y 10.000 pares diarios.

Las empresas medianas producen entre 500 y 2.000 pares diarios. Las pequeñas entre 50 y 500 pares y las micro empresas, que como se mostró anteriormente son la mayoría, tienen una producción estimada inferior a los 50 pares diarios.⁹

⁹ Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, El Cuero y sus Manufacturas.

En síntesis, las características del sector corresponden a una actividad con mínimas barreras de acceso, altamente sensible en el volumen de empleo generado, y gran capacidad de dinamizar su generación en las economías regionales. A pesar de lo antes mencionado las condiciones de globalización de los mercados han incrementado las importaciones de botas en los últimos años de forma dramática.

Además de estas dos categorías tradicionales de consumo, la demanda por bota industrial (dotaciones para empresas y milicia), constituye un nicho de consumo bastante atractivo, con un margen de utilidad superior, aunque se debe contar con una capacidad de producción que permita adaptarse a los requerimientos técnicos de las empresas demandadas.

Demanda de Bota Por Partida Arancelaria

NANDINA	No de pares
6402999000	7,364,724
6404190000	4,389,212
6402200000	3,214,591
6403999000	996,151
6401920000	950,687
OTRAS	2,401,751
TOTAL	19,317,116

Tabla13: Demanda de bota por Partida Arancelaria

Fuente: DANE Cálculos: Dirección de Estudios Sectoriales ACICAM

Según el estudio del Observatorio del Calzado Raddar-Acicam, de eso los hombres, que tienen el 59 por ciento del mercado (no por pares de zapatos sino por la plata destinada a esta clase de artículos), se gastaron 790.896 millones de pesos. En promedio vale más un par de zapatos para hombre que para mujer.

Un colombiano consume en promedio 2,8 pares de botas al año, que para el presidente de la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas (Acicam), Luis Gustavo Flórez, es bajo en comparación con países como Estados Unidos o algunos de Europa, en donde una persona puede comprar en promedio cuatro veces más.

Incluso, en comparación con países de la región, como Argentina, Chile o Uruguay también es bajo porque en esos el consumo podría ser del doble, aunque en esas naciones hay estaciones, lo que indiscutiblemente obliga a las personas a usar diferente tipo de calzado para cada época.

2.9.2 Demanda Insatisfecha

La producción interna de Colombia decayó a más de la mitad en el año 2009 y se ha mantenido estable en los últimos tres años, quedando una demanda insatisfecha que generó un aumento en las importaciones. En el mapa a la derecha se pueden apreciar los productores colombianos de bota de seguridad ordenados por cantidades producidas y su ubicación, predominando el centro del país.

Productores de calzado de seguridad en Colombia



Grafico 08: Productores de Bota de Seguridad en Colombia

Fuente:Ministerio de Trabajo de Colombia.

2.10 Acceptation delProducto

Argumentamos que el producto será bien aceptado en éste país por la buena calidad del caucho y PVC en el Ecuador además del relativo precio bajo.

Demanda insatisfecha

El plan de negocios de factibilidad representa la mejor alternativa de inversión con un nivel de rentabilidad mayor al costo de oportunidad del capital. Para que el retorno del proyecto sea mayor al costo de oportunidad, esto significa sustentar los flujos de beneficios que ofrece el proyecto, con la determinación de la demanda insatisfecha y un desempeño eficiente del negocio; consecuentemente, determinar la demanda insatisfecha es un elemento clave para demostrar la factibilidad del proyecto. No siempre se dispone de estadísticas para el estudio de mercado de nuevas oportunidades de negocios; en tal sentido, se ha preparado esta metodología, con base en un estudio de caso para la determinación del mercado objetivo y demanda insatisfecha cuando no se dispone de estadísticas.

$$\text{Demanda Futura} = \text{Demanda normal} + \text{Demanda generada}$$

Oferta Nacional

Con los cálculos realizados con la presente fórmula se obtiene que el 40% de la producción de botas que tiene la empresa está destinada para el mercado nacional y su comercialización.

Demanda Exportable

El restante de la producción que es el 60% está destinado para enviarlo a Bogotá Colombia el cual se comercializará en ese mercado.

Precio

NORMAL 4x4 precio al público 6,87 para exportar a 4,98

BERRACA4x4 16,76 al público para exportar 11,89

INYECTADA al público 8.45 para exportar 6.02

Los Incoterms determinan:

1. El alcance del precio.
2. En que momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
3. El lugar de entrega de la mercadería.
4. Quién contrata y paga el transporte
5. Quién contrata y paga el seguro
6. Qué documentos tramita cada parte y su costo.
7. Los Incoterms regulan cuatro aspectos principales:
8. Condiciones de entrega de la mercancía.
9. Distribución de riesgos de la operación.
10. Distribución de costes de la operación.
11. Distribución de trámites documentales.

CAPÍTULO III

3. EXPORTACIÓN DE CALZADO A BOGOTA – COLOMBIA

3.1 Marco Legal para la exportación

Para determinar el Marco Legal de nuestro proyecto hemos dividido en dos: Marco Legal en el Ecuador con nuestras normas, ley y reglamento, siendo así, el país exportador y a su vez el Marco Legal de Bogotá –Colombia por ser el país a donde vamos a exportar nuestro bota o llamado también país importador.

3.1.1 Marco Legal Ecuador

3.1.1.1 Trámite en aduana para realizar una exportación

1. Registro de Exportador: requisitos para ser Exportador en la Aduana:
 2. Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI). Estar en lista blanca.
 3. Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).
 4. El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:
 5. Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos.
 6. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro
 7. Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.
 8. Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.
- 2. Trámite de la Orden de Embarque:** Realmente no es un régimen aduanero, solo se lo conoce como régimen 15, su nombre es Orden de Embarque. Este se da cuando el exportador, de forma directa o a través de su Agente de Aduana, tramita la autorización de embarque, con una factura proforma

y el RUC actualizado, como requisito previo para embarcar su mercancía sin mayor trámite ni complejidad.

Cabe indicar que la orden de embarque es sólo una declaración de la intención de exportar y no necesariamente debe coincidir con la cantidad de la mercancía realmente embarcada pero obligatoriamente debe tratarse de la misma mercancía declarada.

Una vez obtenida la orden de embarque, la mercancía deberá ser llevada a los patios del terminal portuario, para lo cual se debe tramitar el AVISO DE INGRESO Y SALIDA DE VEHÍCULOS (AISV).

Ingresada la mercancía, ésta queda a disposición de la Policía Anti-narcóticos para su respectiva inspección.

La orden de embarque tiene un periodo de validez de 30 días calendario, en el cual, la mercancía será sometida al control aduanero e ingreso a aduana. En este lapso, se deberá dar trámite al AISV, ingresar la mercancía al terminal portuario y proceder al embarque de la misma. Posterior a esto, se tiene un plazo de 15 días hábiles para presentar el trámite de regularización, es decir el régimen 40 o declaración aduanera final.

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

3. Trámite de la Declaración Aduanera Única, DAU (Régimen 40): 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.

La Aduana a través del 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.

Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

1. DAU impresa.
2. Orden de Embarque impresa.
3. Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
4. Documento(s) de Transporte.
5. Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).

4. Agente Afianzado de Aduana

1. Es obligatorio la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos:
2. Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público.
3. Para los regímenes especiales.
4. El plazo de 15 días hábiles se cuenta desde la fecha en que ingresó la mercancía al terminal portuario (fecha del AISV) pero para la vía aérea se cuenta a partir de la fecha del trámite de la orden de embarque.

3.1.1.2 Proceso para registrarse como exportador

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

1. Servicio de Rentas Internas (SRI)

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

estado activo con autorizaciones vigentes para; poder operar en el comercio y que aparezca como ubicado. Esto se lo hace en cualquier oficina principal del SRI a nivel nacional.

2. Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)

Toda persona, sea natural o jurídica, que se dedica a las actividades de comercio debe obtener el Registro de Operador de Comercio Exterior, como exportador. Este trámite se lo puede realizar en las Oficinas de Atención al Usuario en la Aduana de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Tulcán y Esmeraldas. Pasos para registrarse:

1. Ingresar a la web de la Aduana: www.aduana.gob.ee, y llenar el formulario que aparece dando clic en OCE's, y submenú REGISTRO DE DATOS.
2. Enviar electrónicamente el formulario y recordar la clave que se colocó de manera temporal.
3. Llenar una solicitud, cuyo formato se obtiene en la página web del SENAE en SERVICIOS, submenú SOLICITUDES, e imprimir la "Solicitud para reinicio o concesión de clave nueva".
4. La solicitud debidamente firmada por el exportador deberá ser presentada con una copia a colores de la Cédula de Ciudadanía o pasaporte.

Importante: el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador aprobará el registro de exportador siempre y cuando: se encuentre la empresa al día en sus declaraciones con el SRI y registrada en la Superintendencia de Compañías con el objeto o actividad de exportador. En caso que no se encuentre regulado por la Superintendencia de Compañías, se deberá presentar copia notariada de los estatutos de la empresa.

3.2 Marco Legal Bogotá Colombia

3.2.1 Acceso al Mercado

3.2.1.1 Requisitos Generales de Acceso al Mercado

El Servicio Nacional de Aduanas de Bogotá Colombia cumple un papel destacado en materia de Comercio exterior, especialmente en lo referente a la tramitación de las operaciones de importación y exportación, la fiscalización de las operaciones y la recaudación de los derechos arancelarios e impuestos correspondientes.

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

El Servicio Nacional de Aduanas, ofrece información sobre normativa de comercio exterior, estadísticas, informes, acuerdos internacionales suscritos por Bogotá Colombia y agentes de aduanas. Este organismo trabaja en estrecha colaboración con otros organismos implicados en la autorización del ingreso de mercancías al país, como la Autoridad Sanitaria de la Región Metropolitana, para los productos alimenticios, el Servicio Agrícola y Ganadero para productos agrícolas y derivados de animales y el Instituto de Salud Pública para productos cosméticos y medicamentos.

Se debe tener presente que algunos productos tienen representantes o distribuidores en Bogotá Colombia, por lo que se debería iniciar el contacto a este nivel. Generalmente en la primera compra, se solicita una Factura Pro Forma, a fin de tener un valor aproximado del pedido. En la Factura Pro Forma, se indican los valores de la mercancía, el valor aproximado del flete (terrestre, marítimo o aéreo) y el seguro de las mismas, los que pueden tener variaciones una vez se defina el pedido. El producto a importar, que debe cumplir con la normativa vigente en Bogotá Colombia será controlado por la institución fiscalizadora correspondiente (entre ellas: el SAG, la Seremi de Salud, Sernapesca, el Instituto de Salud Pública de Bogotá Colombia).

- **Documentación necesaria**

Existen documentos obligatorios para toda importación comercial y otros que solo se deben presentar en determinadas ocasiones.

Entre los documentos necesarios para toda importación comercial se destacan los siguientes:

- a. Declaración de Ingreso**

Este documento comprende todas las operaciones relacionadas con el ingreso de mercancías extranjeras y nacionales a Bogotá Colombia y refunde en un único formulario los diferentes destinos aduaneros:

Importación

1. Admisión temporal.
2. Admisión temporal para el perfeccionamiento activo. Se aplica a mercancías que ingresan al país con objeto de someterse a un proceso de transformación y ser exportadas.
3. Almacén particular o depósito. Se aplica a mercancías que por su naturaleza son autorizadas a ser transportadas a la bodega del importador mientras se realiza la importación definitiva y se pagan los derechos.
4. Reingreso. Se aplica a las mercancías de Bogotá Colombia que han sido exportadas (para su reparación o similar) para ser reimportadas posteriormente al país.
5. Importación de pago simultáneo: Es una operación simplificada para las mercancías que no requieren de agente de aduanas.
6. El formulario incluye también el giro o comprobante de pago, en el que se hacen constar todos los derechos aduaneros e impuestos a pagar (derecho ad valorem, IVA, impuestos indirectos). La declaración de ingreso puede ser presentada ante el Servicio Nacional de Aduanas vía Internet.

b. Conocimiento de embarque.

Este documento tiene como finalidad acreditar la recepción de las mercancías objeto del contrato de transporte. Además, es prueba del contrato, acuse de recibo de la mercancía, declaración para el despacho aduanero y título de crédito, ya que el tenedor legítimo de un conocimiento de embarque tiene derecho a que se le entregue la mercancía cubierta por dicho documento. El conocimiento de embarque o "bill of lading" se utiliza en el transporte marítimo. En los restantes modos de transporte se utilizan la carta de porte (transporte terrestre) y la guía aérea o "airwaybill" (transporte aéreo).

c. Factura comercial original que acredite el importe de la mercancía objeto de la compraventa.

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

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

1. Declaración jurada del importador sobre el precio de las mercancías con objeto de evitar fraudes, justificar medidas "antidumping" en su caso, etc.
2. Endoso del original del conocimiento de embarque a favor del mandatario (agente de aduanas) para la realización del despacho de la mercancía.
3. Certificado de seguro, cuando el valor de la prima no se encuentre consignado en la factura comercial.
4. Nota de gastos, con todos aquellos gastos no incluidos en la factura comercial, cuando el vendedor factura "ex Works", por ejemplo.
5. Adicionalmente, en ciertas operaciones de importación se deben aportar los siguientes documentos: "PackingList" cuando proceda, siendo obligatorio en todo caso para mercancías agrupadas o en contenedores.
6. Certificado sanitario y fitosanitario para productos agropecuarios y alimentarios.
7. Autorización de importación, en su caso.

8. Certificado de Origen, en caso de que la importación se acoja a alguna preferencia o rebaja arancelaria en virtud de un acuerdo comercial, como en el caso de España y de los restantes países miembros de la Unión Europea.

e. Certificado de Origen

Base legal: Naladisa 2007. Régimen General de ALADI. Capítulo Reglas de Origen ACE N° 65 Bogotá Colombia - Ecuador. El certificado de origen, es el documento fundamental para acreditar el origen de un producto que se destina a la exportación y que permite acogerse a las preferencias arancelarias que se han pactado según las normas de origen establecidas en los distintos Acuerdos Comerciales.

f. Requisitos Específicos para productos ecuatorianos con potencial

Requisitos Arancelarios (sistema arancelario, aranceles promedio aplicados, Preferencias arancelarias al Ecuador). El Arancel promedio simple NMF que aplicó Colombia en el 2009 para todos los productos fue de 6%.

**TABLA N°14 Aranceles
Aplicados por Colombia**

Aranceles e Importaciones	Año	Total	P. agrícolas	P. no agrícolas
Promedio simple de consolidado final		25,1	26	25
Promedio simple de la aplicación NMF	2009	6	6	6
Promedio ponderado del comercio	2008	6	6,1	6
Importaciones en miles de millones de USD	2008	56,4	4,2	52,3

Fuente: Perfil arancelario de Colombia / OMC

Elaborado por: Unidad de Inteligencia COMERCIAL / DPE

3.2.1.2 Flujo grama del Trámite de Exportación en la Aduana

Cámara de la Pequeña Industria de Tungurahua (Exportador)	Sistema Informático Comercio Exterior	Agente de Aduana
--	--	-------------------------

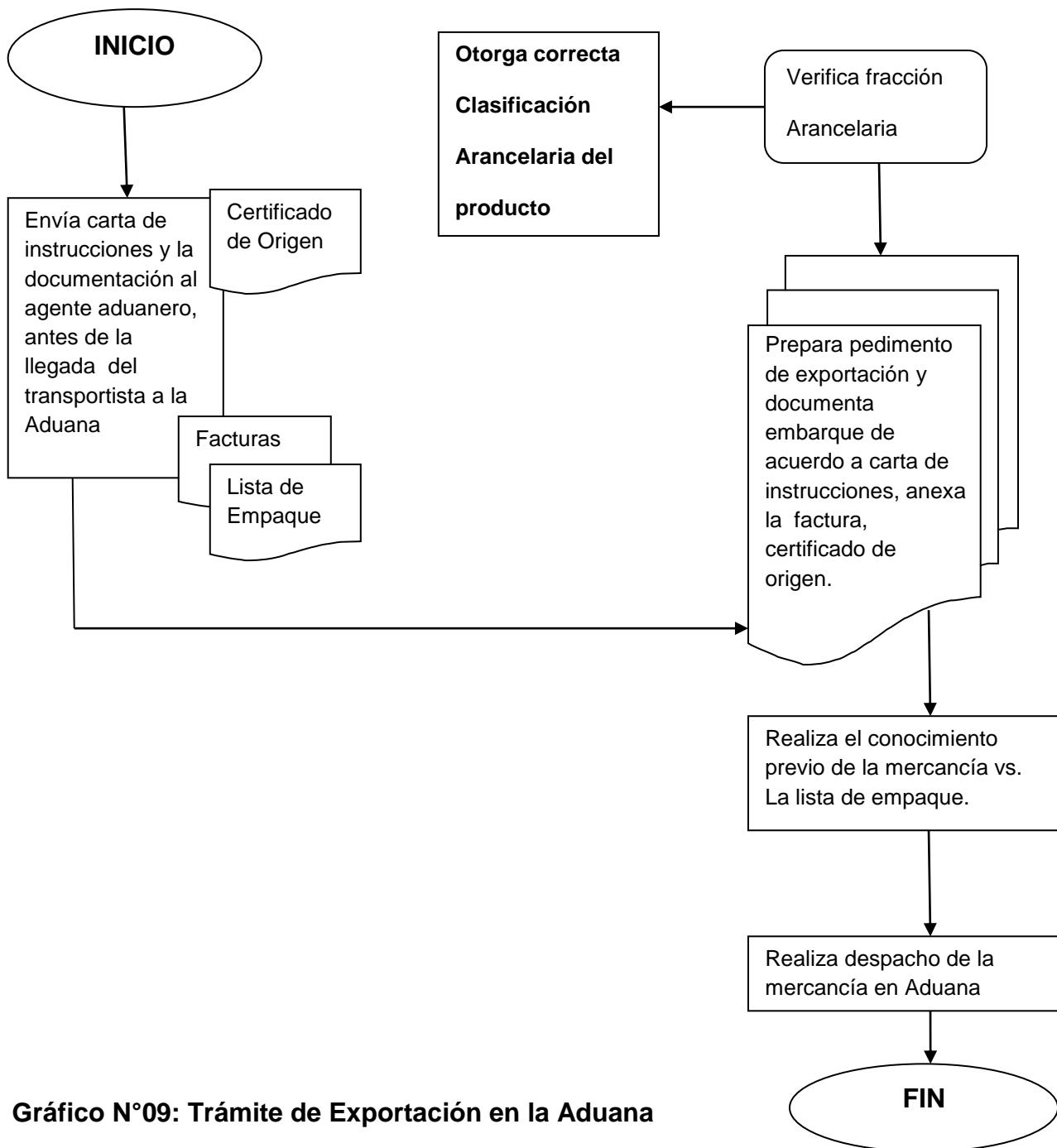


Gráfico N°09: Trámite de Exportación en la Aduana

Elaborado por: Lilia Toasa

g. Pago de aranceles

El pago de los aranceles por la importación de bienes se puede realizar una vez que la declaración de importación (Documento Único de ingreso).

El pago de los aranceles por la importación de bienes se puede realizar una vez que la declaración de importación (Documento Único de ingreso o DIN) ha sido confeccionada y validada por la Aduana. El pago se puede realizar de forma electrónica²⁶, o a través de los bancos comerciales o entidades financieras autorizadas.

El plazo máximo de pago de los derechos aduaneros es de 15 días desde la fecha de emisión de la declaración de ingreso. Si se paga fuera de plazo, hay que efectuar el pago directamente en la Tesorería General de la República, donde recalculan el monto en base al incremento del IPC y los correspondientes intereses de demora. Con el comprobante de pago se procede a retirar las mercancías para su posterior traslado al destino final.

3.2.1.3 Preferencias arancelarias al Ecuador

Debido a las listas de desgravación establecidas en el Acuerdo, desde ello de enero del 2000 el 96,6% de los productos se encuentran libres de arancel, mientras que el 3,4% restante se encuentra excluido de los beneficios arancelarios negociados en el ACE.

Sistema arancelario: Por regla general, las importaciones están afectas al pago de los siguientes impuestos:

1. Arancel general o derecho ad valorem sobre el valor CIF (que incluye el coste de la mercancía + prima de seguro + valor del flete). El arancel general es del 6% para mercancías originarias de países sin acuerdo comercial con Colombia . En caso de mercancías originarias de algún país con el cual Colombia ha suscrito un acuerdo comercial, el arancel puede ser cero o estar afecto a una rebaja porcentual.

2. Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA): 19% aplicado sobre el valor CIF + derecho ad valorem. Cabe mencionar que en virtud de la aplicación del Tratado de Uruguay y a efectos del cálculo para el pago del IVA, la importación de libros, revistas y otros impresos para la lectura, cultura o estudio se encuentran libres del pago del derecho ad valorem. Los beneficios de este Tratado se extienden a todos los libros e impresos editados en países que forman parte de la Organización Mundial del Comercio (OMC), en virtud de la Cláusula de la Nación Más Favorecida.

Además del arancel general y el IVA algunos productos requieren el pago de:

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

3.2.1.4 Regímenes económicos aduaneros (zonas y depósitos francos; Importación Temporal)

Zonas francas

Centro Logístico del Pacífico – CELPA S.A. es una Zona Franca Permanente aprobada por Resolución DIAN No. 2634 de Marzo 2 de 2011; diseñada como ante y post puerto para servicios externos al comercio exterior Colombiano en Buenaventura ubicación estratégica a 12 Km del SPRBUN y 8 Km del TCBUEN.

Centro Logístico del Pacífico es un punto estratégico del mundo cerca al Canal de Panamá con conectividad a más de 81 puertos en todo el mundo abierto al

comercio global esta el Puerto Medular abierto al Comercio Colombiano Buenaventura concentra a mas del 45% del Comercio Exterior del país y esta próximo principales polos económicos a 497 Km de Bogotá a 128 Km de Cali y a 548 Km de Medellín

En estas zonas, los comerciantes y fabricantes están exentos del impuesto de Primera Categoría, del IVA y de los aranceles de aduana de las importaciones. Los bienes se pueden volver a exportar sin pagar impuestos, pero aquellos vendidos dentro de Colombia deben pagar aranceles de importación e IVA al salir de la zona, a menos que, en el caso de los derechos de aduana, procedan de un país con el cual Colombia tenga un Tratado de Libre Comercio.



Grafico10: Zonas Francas

Fuente :

Evolución de las zonas francas entre 2006 y 210

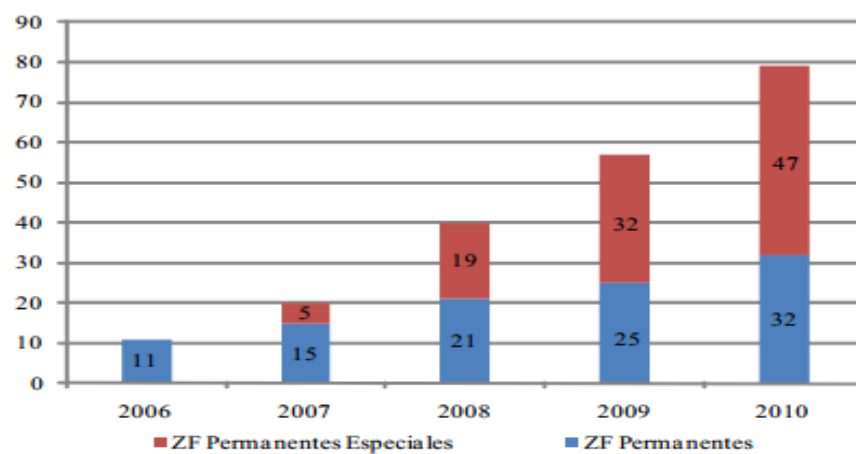


Grafico11:

Fuente :Subdirección de Gestión de Registro Aduanero.DIAN

Empresas ubicadas en zonas francas por sectores entre 2006 y 2010

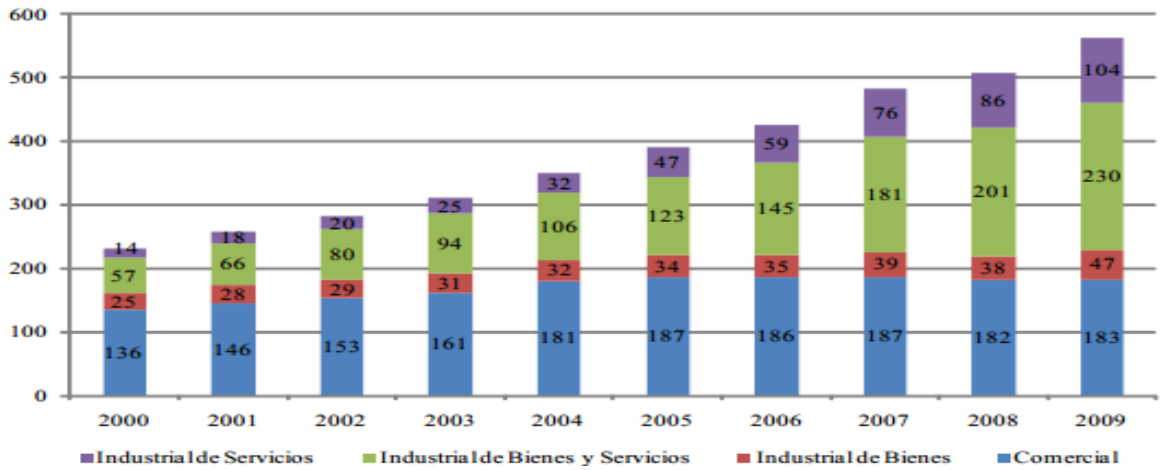


Gráfico :12

Fuente :elaboración de los autores con información de declaraciones de renta Corte información diciembre 22 del 2010 Coordinación de Estados Económicos .DIAN.

Zonas francas permanentes por sectores

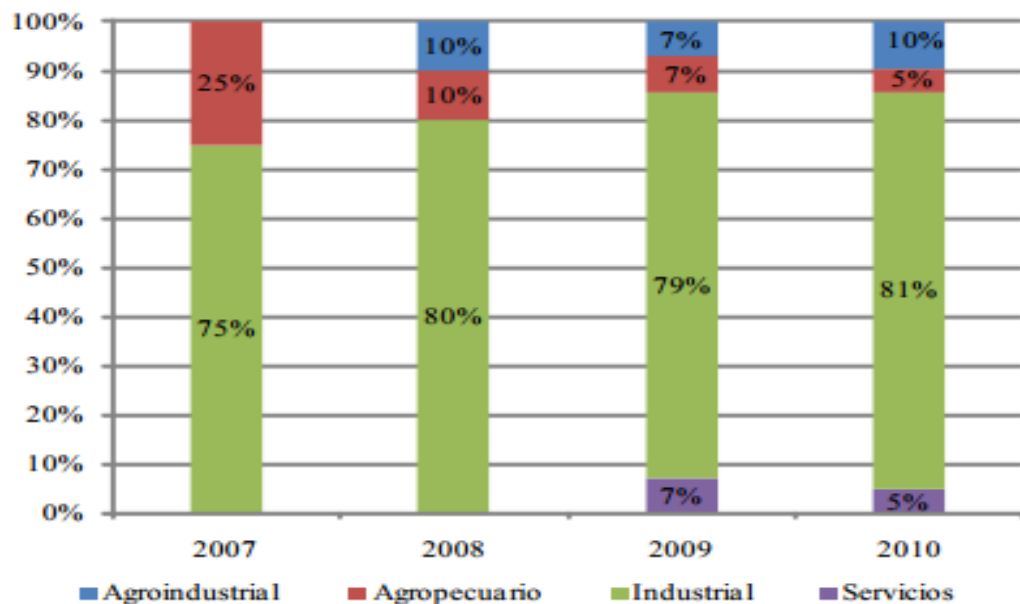


Gráfico: 13

Fuente: cálculos de los autores con información de la Subdirección de Gestión de Registro Aduanero, DIAN.

Zonas francas permanentes especiales por sectores

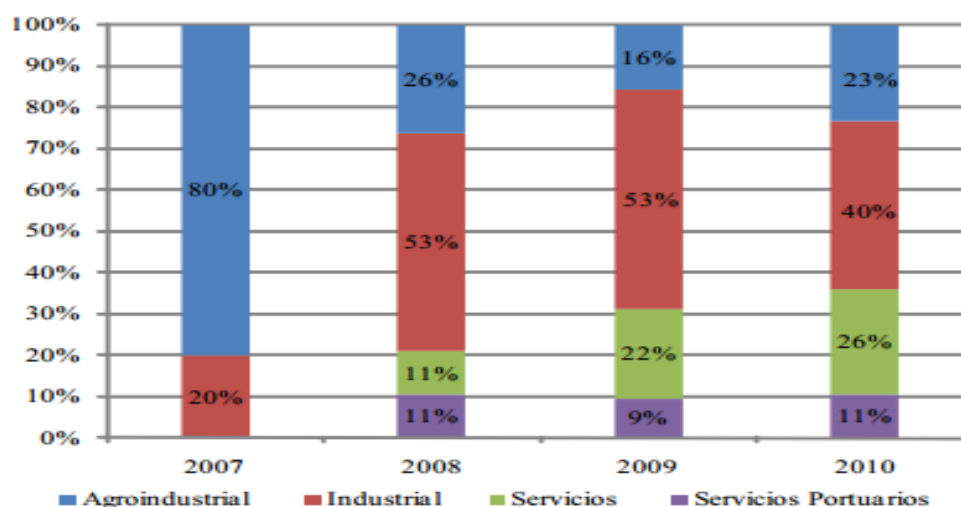


Grafico:14

Fuente: cálculos de los autores con información de la Subdirección de Gestión de Registro Aduanero, DIAN.

Entrada temporal

Las importaciones temporales de bienes cuentan con la autorización del gobierno para exhibiciones aprobadas y con fines de demostración temporal. Dichos bienes no deben pagar ni los derechos completos ni el IVA y pueden permanecer en el país hasta seis meses. Para ello, se requiere que el usuario final, residente o potencial comprador, obtenga un certificado de admisión temporal de las autoridades aduaneras colombianas. En caso de que no salieran del país en el plazo establecido serán considerados como importación, por lo que tendrán que pagar los correspondientes derechos aduaneros.

3.2.1.5 Licencias de Importación/Autorizaciones previas

La Ley Orgánica Constitucional del Banco Central no permite el establecimiento de cuotas o cupos a la importación (o a la exportación). En consecuencia, Colombia no aplica restricciones cuantitativas a las importaciones; tampoco mantiene un régimen de licencias de importación.

Para importar determinados productos se requiere, sin embargo, la obtención previa de un visto bueno, autorización o certificación por parte de algún organismo

oficial de control. Entre los servicios fiscalizadores los más relevantes son el Servicio Agrícola y Ganadero,

3.2.1.6 Principales Barreras Arancelarias

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional. Las barreras legales que más se utilizan son las arancelarias y tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país, dado por medio del establecimiento de derechos a la importación. Cuanto más alto sea el monto de los aranceles de una mercancía, más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local en otro país, ya que ese arancel incidirá en los precios de los productos importados; elevándolos.

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

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

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

Debido a la tarifa preferencial del Acuerdo de Complementación Económica AAP. CE32 para Ecuador.

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

3.3 Barreras Arancelarias y Acuerdos Comerciales Ecuador – Colombia:

El ingreso de ese producto al mercado de Colombia tiene un arancel del 0,00% debido a la tarifa preferencial del Acuerdo de Complementación Económica AAP. CE32 para Ecuador.

TABLA N° 16
Arancel de Colombia de botas desde Ecuador

Código del Producto	Descripción del Producto	Descripción del Régimen	Tarifa aplicada	Tarifa = total Ad valorem
64035912	Bota de caucho PBC, regenerado y parte superior de malla ; los demás botas , con suela para cárnicos ; los demás botas asegurado al pie para hidrocarburos (calzado abierto) para hombres con plantilla de longitud superior o = a 24cm	Tarifa preferencial (AAP.CE32) para Ecuador	0.00%	0.00%

Fuente:Market Access Map

Elaborado por: Unidad de Inteligencia COMERCIAL / DPE

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

Ecuador:

Sistema Global de Preferencias Comerciales (SGPC): Es un esquema preferencial mediante el cual cierta cantidad de productos provenientes de países en desarrollo perciben la reducción parcial o total de los derechos arancelarios aduaneros por parte de los países desarrollados.

Comunidad Andina de Naciones (CAN), Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y Mercado Común del Sur (MERCOSUR): Convenios firmados por el Ecuador con los países de Centro y Sur América, y que dentro de su estructura se otorgan entre los países firmantes medidas que favorecen el intercambio comercial a través de Acuerdos Comerciales.

**3.3.1 Barreras arancelarias y acuerdos comerciales Ecuador- Colombia
Comunidad Andina (CAN)**

La Comunidad Andina es una organización constituida por Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela y las instituciones del Sistema Andino de Integración (SAI) (un conjunto de instituciones cuyo objetivo es aumentar la integración andina y promover su proyección externa). Tuvo su origen el 26 de mayo de 1969, cuando un grupo de países suramericanos suscribieron el Acuerdo de Cartagena, también conocido como Pacto Andino.

Los principales objetivos de la Comunidad Andina (CAN) son: Promover el desarrollo equilibrado y armónico de sus países miembros en condiciones de equidad, acelerar el crecimiento por medio de la integración y la cooperación económica y social, impulsar la participación en el proceso de integración regional

con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano y procurar un mejoramiento constante en el nivel de vida de sus habitantes.

Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA)

Es importante anotar que el ALCA no es un acuerdo comercial firmado por Colombia, ya que todavía se encuentra en proceso de negociación por parte de los diferentes países que se van a beneficiar de él. Sin embargo, se ha decidido hablar del tema por las enormes posibilidades que representará para la economía colombiana en un futuro cercano.

En diciembre de 1994, durante la Cumbre de las Américas de Miami, los líderes de treinta y cuatro naciones americanas, al acordar la creación del Área de Libre Comercio de las Américas, dieron los primeros pasos para lograr la integración de la región.

El objetivo fundamental que busca este acuerdo es la eliminación de las distintas barreras impuestas al comercio internacional (aranceles, subsidios, salvaguardas etc.) por parte de los países del área. La meta propuesta es que el cierre de las negociaciones y la entrada en funcionamiento de los primeros acuerdos se den, a más tardar, en el año 2005.

La negociación del ALCA es responsabilidad de los ministros de comercio (o del ministro encargado de esta actividad) de los treinta y cuatro países. Ellos dirigen y orientan el desarrollo del Acuerdo y tienen a su cargo la supervisión final de las negociaciones. De otra parte, los viceministros de comercio de las treinta y cuatro naciones conforman el Comité de negociaciones comerciales (CNC), cuyo principal objetivo es guiar los grupos de negociación y tomar decisiones sobre el marco general y las reglas del Acuerdo, velando, de forma continua, por que se creen medidas que faciliten los negocios. Igualmente, deben garantizar la plena participación de todos los países en el proceso.

Ley de preferencias arancelarias andinas (ATPA)

Es importante anotar que el ATPA no es un acuerdo comercial firmado por Colombia sino una ley de un país externo que favorece las exportaciones nacionales. Sin embargo, se ha decidido hablar del tema por la importancia que tiene para la economía nacional.

El AndeanTradePreferenceAct (ATPA), o Ley de preferencias arancelarias andinas, es una parte del programa “Guerra contra las drogas” que el Presidente de los Estados Unidos, George Bush, expidió el 4 de diciembre de 1991. La ley se hizo efectiva para Colombia en julio de 1992. El objetivo principal del ATPA es la creación de empleos, por medio de la diversificación y el aumento del comercio con los Estados Unidos por parte de los países beneficiados, como un método para alejar a las personas de la producción y el tráfico ilegal de drogas.

El ATPA, por medio de la eliminación total o parcial de los aranceles de aproximadamente 6.100 productos, ofrece mejores condiciones para los colombianos que exportan hacia los Estados Unidos. Igualmente, no pone límites a las cantidades que pueden ser exportadas hacia Estados Unidos.

La ley original venció el 4 de diciembre de 2001 para aquellos productos que no pagaban ningún tipo de arancel, pero permaneció vigente para aquellos que tenían un arancel reducido.

El 1 de agosto de 2002 se aprobó en el Congreso de los Estados Unidos una ley que prorroga y amplía las preferencias del ATPA, denominada Ley de preferencias arancelarias andinas y de erradicación de drogas (ATPDEA). Mediante esta ley se otorgan preferencias, hasta el año 2006, a los artículos anteriormente cobijados por el ATPA, a la vez que se extienden dichas preferencias a productos como las confecciones, el petróleo y sus derivados, el calzado y las manufacturas de cuero, el atún, algunos azúcares, etc. Sin embargo, para que los productos recién incluidos puedan ser cobijados por el ATPDEA, el Presidente de los Estados Unidos debe determinar si Colombia cumple con los criterios de elegibilidad establecidos. Colombia se encuentra en este proceso.

3.3.2 Barreras proteccionistas

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

3.3.3 Barreras No Arancelarias

Existen 2 tipos de Barreras no arancelarias:

- Barreras Sanitarias
- Barreras Técnicas

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

Barreras Técnicas: Se refieren a los requisitos que debe reunir determinado producto en cuanto a su estructura en general y componentes para que pueda ingresar a un determinado mercado.

Colombia no mantiene restricciones cuantitativas ni un régimen de licencias de importación, pero prohíbe la importación de vehículos usados, motocicletas usadas y neumáticos usados

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

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

Para las exportaciones de banano, café crudo o verde, tostado en grano, tostado molido, cascara y cascarilla de café, cacao y subproductos, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca y el Ministerio de Industrias y Competitividad, fijan los precios, y cuyos contratos de exportación

deben someterse a estos ministerios. Para las exportaciones de camarón, los precios son fijados por la Subsecretaría de Recursos Pesqueros.

2. Medidas Compensatorias.- Aquellas utilizadas con el fin de neutralizar cualquier subsidio concedido directa o indirectamente a la fabricación, producción o exportación de cualquier mercancía.
3. Exigencia De Porcentaje De Contenido Nacional.- Licencia que se concede con la condición de que el producto que se exporte incluirá un determinado porcentaje de insumos nacionales.
4. Mercancías De Prohibida Importación.- Prohibición incondicional de importar cualquier tipo o clase de mercancías, sin mediar el país de origen.
5. Inspección Previa Al Embarque.- Control obligatorio de la calidad, la cantidad y el precio de los productos antes de su embarque en el país exportador, efectuado por la agencia de inspección designada a este efecto por las autoridades del país importador.
6. Licencias Automáticas.- Aprobación sin reservas de las solicitudes de importación; a veces denominada licencia general, liberal o abierta.
7. Medidas Cambiarías.- Prácticas de las autoridades monetarias o cambiarías, por las cuales se reglamenta el acceso al mercado cambiario para operaciones de importación.
8. Valores Referenciales.- Para la fijación del precio de un producto, las autoridades del país de destino tienen en cuenta el precio interno; establecen un precio mínimo y otro máximo; o recurren a una determinada cotización del mercado internacional. Se utilizan diversos términos, como precios oficiales, precios mínimos de importación, precios mínimos de exportación, precios básicos de importaciones o precios de base a la importación.
9. Medidas Financieras.- Medidas oficiales por las cuales se determinan las condiciones de pago de las importaciones.
10. Normas Técnicas y Requisitos de Calidad.- Reglamentos que establecen requisitos técnicos al producto, sea directamente, sea remitiendo una norma, o especificación técnica o código de conducta; con el objeto de

proteger la vida o la salud de las personas, animales y plantas; para proteger el medio ambiente, la fauna y la flora silvestre, etc.

11. Etiquetado de la Mercancía.- Disposiciones que regulan el tipo y tamaño de los signos que deben estamparse en los embalajes y las etiquetas, y detallan la información que puede o debe proporcionarse al consumidor.
12. Requerimientos Sanitarios.- Toda medida aplicada con el fin de proteger la salud y la vida de los animales; preservación de vegetales de los riesgos resultantes de la entrada o propagación de plagas; para proteger la vida y salud de las personas. Incluye medidas como autorizaciones previas, registros sanitarios, certificados sanitarios e inspecciones sanitarias.
13. Restricciones Voluntarias de Exportación.- Es una cuota exigida por el país importador y aceptada por el país exportador con el fin de evitar otras restricciones comerciales.
14. Medidas Antidumping.- Aquellas utilizadas con el fin de neutralizar el efecto de daño o amenaza de daño causado por la aplicación de prácticas dumping. Dumping, es una práctica desleal en el comercio que permite la introducción de productos extranjeros en el país a precios inferiores a su valor normal, causando o amenazando causar perjuicios importantes a una producción existente en el Ecuador o retrasando la creación de otra.
15. Autorizaciones o Licencias Previas.- Licencia de carácter discrecional que depende del criterio de la autoridad expedidora de turno y de acuerdo a la política de cada gobierno, es decir, son requisitos previos, que el importador o exportador debe cumplir antes de iniciar su trámite respectivo de aprobación de su permiso para importar o exportar sus productos, cuya desobediencia acarrea sanciones al infractor.

3.3.4 Requisitos para Arancelarios

- **Requisitos Técnicos (HACCP, inocuidad, etc.)**

El Instituto Nacional de Normalización es el organismo encargado de desarrollar la normalización técnica a nivel nacional. Además, impulsa la certificación y gestión de la calidad, promueve la importancia y beneficios de estas actividades y participa en la normalización internacional representando a Colombia ante los organismos internacionales, regionales y extranjeros que persiguen fines análogos. A través de su página Web (www.inn.cl) puede consultar el catálogo oficial de normas colombianas por área temática así como acceder a su servicio de compra en línea.

La Estandarización (ISO) a través del Instituto Nacional de Normalización (INN). Las Normas ISO son siempre de carácter voluntario. El INN no exige que un producto cuente con una certificación ISO para ser comercializado en Colombia. Sólo los reglamentos técnicos elaborados por los ministerios establecen obligaciones y su incumplimiento implica sanción.

3.3.5 Prohibiciones, restricciones y licencias de importación

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

- **Restricciones y licencias de importación**

La Ley Orgánica Constitucional del Banco Central no permite el establecimiento de cuotas o cupos a la importación (o a la exportación). En consecuencia, Colombia no aplica restricciones cuantitativas a las importaciones; tampoco mantiene un régimen de licencias de importación.

Para importar determinados productos se requiere, sin embargo, la obtención previa de un visto bueno, autorización o certificación por parte de algún organismo oficial de control. Entre los servicios fiscalizadores los más relevantes son el Servicio Agrícola y Ganadero, el Ministerio de Salud (MINSAL) a través de sus Secretarías Regionales Ministeriales, la Dirección General de Movilización Nacional y la Dirección de Fronteras y Límites. En la tabla siguiente figuran las mercancías cuya importación está sujeta a algún tipo de formalidad administrativa, con inclusión de permisos sanitarios y fitosanitarios y el cumplimiento de reglamentos técnicos. Estas formalidades se aplican por igual a todos los interlocutores comerciales del país y se aprueban automáticamente.

3.3.6 Medidas antidumping, compensatorias y de salvaguardia

Durante el periodo examinado, Colombia ha recurrido a las medidas antidumping, compensatorias o de salvaguardia en contadas ocasiones. La aplicación de estas medidas ha tendido a concentrarse en ciertos productos agrícolas. En enero de 2009, se encontraba en vigor sólo un derecho antidumping. Al contemplar periodos excepcionalmente cortos de vigencia para la aplicación de las medidas comerciales especiales, la legislación colombiana tiene el potencial de desalentar su uso con fines proteccionistas y evitar las distorsiones en la asignación de recursos que esto ha acordado la no aplicación recíproca de estas medidas y, a nivel multilateral, aboga por disciplinas más estrictas para su aplicación. Por otro lado, ciertas medidas comerciales especiales aplicadas por Colombia han sido objeto de reclamaciones en el marco del mecanismo de solución de diferencias de la OMC.

- **Transparencia**

El Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (Acuerdo OTC) La Ley No 19.912, de 4 de noviembre de 2003, establece un mecanismo para dar cumplimiento a los compromisos de notificación previstos en el Acuerdo OTC. Por su parte, el Decreto No 77 del Ministerio de Economía de 14 de junio de 2004 establece los requisitos que deben cumplir las instituciones competentes en la

elaboración, adopción y aplicación de reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad. El Decreto también establece principios que deben regir la actividad de normalización, tales como basarse en normas internacionales, no crear obstáculos innecesarios al comercio, el trato nacional y de NMF, y elaborar en lo posible reglamentos técnicos basados en criterios de funcionamiento. La comunicación más reciente de Colombia sobre la aplicación y administración del Acuerdo OTC data de marzo de 2006.

Hasta abril de 2008, el Ministerio de Economía, a través del Departamento de Comercio Exterior (DECOEX), era responsable de administrar el Acuerdo OTC, fungir como servicio de información en materia de reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad, y realizar las notificaciones a la OMC. A partir de mayo de 2008, estas funciones pasaron a ser responsabilidad de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON) del Ministerio de Relaciones Exteriores. En lo que se refiere a las normas técnicas, de aplicación voluntaria, el servicio responsable es el Instituto Nacional de Normalización (INN).

La DIRECON también preside la Comisión Nacional de Obstáculos Técnicos al Comercio que coordina los esfuerzos de las distintas instituciones públicas involucradas en las actividades de normalización. La Comisión tiene como objeto dar cumplimiento a las obligaciones del Acuerdo OTC, concertar la posición de Colombia en las negociaciones comerciales en esta esfera y promover la normalización como un instrumento de apoyo al proceso de modernización tecnológica del país.

En octubre de 2008 se creó un Grupo de Trabajo Público Privado de Obstáculos Técnicos al Comercio, en el que la DIRECON y el sector productivo se abocan a resolver las barreras técnicas que enfrentan las exportaciones colombianas en terceros mercados. Durante el periodo examinado, no se presentaron ante el Comité de Obstáculos Técnicos de la OMC preocupaciones o reclamaciones relacionadas con los reglamentos técnicos aplicados por Colombia.

Colombia es miembro de la Organización Internacional de Normalización (ISO), la Organización Internacional de Metrología Legal (OIML), el Sistema Interamericano de Metrología (SIM), la Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT), el Foro de Acreditación Internacional (IAF), la Cooperación Internacional de Acreditación de Laboratorios (ILAC), la Cooperación Interamericana de Acreditación (IAAC), la Asociación MERCOSUR de Normalización (AMN), la Oficina Internacional de Pesos y Medidas (OIPM) y el Codex Alimentarius.

La mayoría de los ACR suscritos por Colombia contienen un capítulo relativo a los reglamentos técnicos y las normas que incluye disciplinas en áreas tales como la transparencia, la equivalencia, el reconocimiento mutuo y la evaluación del riesgo.

La Comisión Nacional de Obstáculos Técnicos al Comercio está integrada por los Ministerios de: Relaciones Exteriores, Economía, Vivienda y Urbanismo, Transporte y Telecomunicaciones, Defensa Nacional, Salud, Agricultura, Obras Públicas, la Superintendencia de Servicios Sanitarios, la Comisión Nacional de Medio Ambiente y la Comisión Nacional de Energía. El Ministerio de Economía está representado por la Subsecretaría de Economía, el Servicio Nacional del Consumidor, la Subsecretaría de Pesca, el Servicio Nacional de Pesca y la Superintendencia de Electricidad y Combustibles.

- **Reglamentos técnicos**

Los reglamentos técnicos, de carácter obligatorio, son elaborados por las instituciones públicas facultadas para reglamentar en sus respectivas áreas de competencia, como los Ministerios de Economía, Salud, Agricultura, Transportes y Telecomunicaciones, Vivienda y Urbanismo, y la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC), entre otros. Dichos reglamentos toman la forma de leyes, decretos o resoluciones. Dado que Colombia es un estado unitario, los reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad son elaborados por el Gobierno Central.

El proceso de elaboración y adopción de reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad comienza por iniciativa de la autoridad reglamentaria o bien de los agentes interesados que proponen la medida. El procedimiento consta de los siguientes pasos: la institución competente pública, mediante un aviso en un medio de difusión nacional o en su página Web, la propuesta de reglamento técnico y/o procedimiento de evaluación de la conformidad, con un extracto del proyecto, su objetivo y las razones del enfoque adoptado, al mismo tiempo que remite una copia a la DIRECON para efectos de su notificación a la OMC.

Una vez aprobados, los reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad se publican en el Diario Oficial. Se prevé un plazo no inferior a seis meses entre su publicación y su aplicación, salvo cuando ello sea ineficaz para lograr los objetivos legítimos de la medida. Una vez publicada ésta, se proporcionan las respuestas a los comentarios más significativos que se hayan recibido. No existe un mecanismo específico para revisar o eliminar los reglamentos técnicos. No obstante, las autoridades han señalado que las agencias competentes revisan constantemente los reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad para derogarlos cuando se vuelven obsoletos.

De acuerdo con las autoridades, la gran mayoría de los reglamentos técnicos se basan en normas internacionales, pero las autoridades no cuentan con información sobre la proporción exacta. A manera de ejemplo, indicaron que en el sector eléctrico todos de los reglamentos técnicos aplicados por la Superintendencia de Electricidad y Combustibles son idénticos a las normas internacionales. Según las autoridades, el hecho de que la mayoría de los reglamentos técnicos se basen en normas internacionales y no tengan un efecto significativo en el comercio explica por qué no todas las medidas adoptadas han sido notificadas a la OMC.

Colombia mantiene un inventario de todos los reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad así como de los procesos de consulta pública, que se puede consultar en línea en:

www.reglamentostecnicos.cl.

Entre enero de 2003 y enero de 2009, Colombia presentó 50 notificaciones al Comité de Obstáculos Técnicos al Comercio de la OMC, de las cuales 33 correspondieron a reglamentos técnicos y 17 a procedimientos de evaluación de la conformidad. Salvo en tres ocasiones relacionadas con situaciones de emergencia, en el resto de los casos se notificaron reglamentos técnicos en proyecto y se otorgó un periodo para la presentación de observaciones de 60 días.

En el inventario de reglamentos técnicos figuran también medidas sanitarias y fitosanitarias ya que existen decretos y reglamentos que comprenden ambos tipos de medidas en un mismo instrumento.

- **Normas**

Las normas técnicas colombianas (NC), de aplicación voluntaria, son elaboradas y difundidas por el Instituto Nacional de Normalización. El INN es una fundación de derecho privado, sin fines de lucro, creada por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), que tiene por objeto fomentar el uso de la metrología y las normas técnicas. En 1995 el INN adoptó el Código de Buena Conducta para la Elaboración, Adopción y Aplicación de Normas anexo al Acuerdo OTC. El procedimiento interno para la elaboración de normas colombianas está especificado en Normas Colombianas NC. Of 2004. Las autoridades han indicado que este procedimiento es conforme con los criterios internacionalmente aceptados por la ISO y la Comisión Electrotécnica Internacional (CEI).

El proceso de elaboración de una norma se origina por iniciativa del INN o a petición de cualquier entidad pública o privada interesada. Cuando se cuenta con el financiamiento necesario, se constituye un Comité Técnico que elabora un

anteproyecto de norma, tomando en cuenta la existencia de las normas internacionales o regionales pertinentes. En el Comité participan el sector privado (productores, importadores, comercializadores y consumidores), las autoridades competentes y representantes del mundo académico. Una vez redactado, el proyecto se somete a consulta pública durante 60 días a través de la página Web del INN y su texto se pone a disposición de cualquiera que lo solicite. Las observaciones recibidas en la consulta pública se hacen llegar al Comité Técnico que decide sobre su pertinencia. Cuando se tiene un texto consensuado, el Comité Técnico lo propone al Consejo del INN para su aprobación. Una vez que la norma colombiana es aprobada, se remite al Ministerio respectivo.

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

Botas

Requisitos de rotulado. Decreto N° 17 de 13/01/06 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.

Rotulado del Botas

El rotulado de las botas es un requisito primordial para la exportación del mismo, tomando en consideración que pese a ser los dos países miembros de la CAN y sobre todo países latinoamericanos fueron aceptados de la siguiente manera:

- En Colombia fue aprobado Por el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción; Subsecretaría de Economía, Fomento y Reconstrucción. Según decreto 17.
- En Ecuador fue aprobado por el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización. Acometividad y Pesca, según Acuerdo Ministerial No. 06 382 el 02 de Enero de 1996.

3.4 Logística necesaria para la exportación

En el 2010 el LPI (Logistics Performance Index) del Banco Mundial ubicó a Colombia en la posición "ranking" 49, entre 150 países, con una calificación promedio de 3,09 y perdiendo de esta manera 17 puestos con respecto al reporte anterior elaborado en el 2007.12 El desempeño presentado por Colombia en cada uno de los diferentes aspectos que componen el LPI, fue el siguiente:

La eficiencia aduanera Puntaje:	2.93	Puesto: 41
La calidad de la infraestructura Puntaje:	2.86	Puesto : 50
La competitividad de transporte internacional de carga Puntaje	2.74	Puesto: 94
La competencia y calidad en los servicios logísticos Puntaje:	2.94	Puesto: 48
La capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos Puntaje:	3.33	Puesto:40
La puntualidad en el transporte de carga Puntaje:	3.80	Puesto: 40

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

Ubicación Geográfica de Empresas Portuarias Colombia



Grafico Nª15

Fuente: Proecuador, Perfil Logístico Colombia, 2011

Puerto de Santa Marta

Fue la primera ciudad fundada por los conquistadores españoles en territorio colombiano. Aunque Alonso de Ojeda visitó sus costas en 1499, fue recién el 29 de julio de 1525 la fecha que fue oficialmente instituida por Rodrigo de Bastidas.

En el siglo XVIII, el Padre Antonio Julián la denominó “La Perla de América”, gracias a las bondades geográficas y estratégicas que la ciudad ofrecía y que la convirtieron en un centro comercial y administrativo de gran importancia para los colonizadores.

Santa Marta cuenta con un puerto marítimo de gran importancia para Colombia, por su ubicación geográfica y por el calado natural que posee, de hasta 60 pies en algunos de sus muelles. Ello constituye un atractivo y una ventaja para los armadores y navieros, ya que esta configuración física le permite atender buques de tipo postpanamax.

Localización privilegiada del puerto de Santa Marta

El puerto de Santa Marta está ubicado en el extremo noroccidental de la ciudad, hallándose enmarcado al norte por los cerros de San Martín y al occidente por el Cerro Ancón y la Ensenada de Taganguilla. .

El puerto se localiza a 11° 15´ de latitud norte y a los 74° 13´de longitud oeste, y goza de una profundidad de 200 pies en su canal de acceso.

Una de las ventajas comparativas del puerto de Santa Marta es que se caracteriza por sus buenas condiciones naturales, entre ellas el abrigo y la profundidad, variables que no posee ninguno de los demás puertos colombianos.

El puerto cuenta con 7 muelles y una pantalla de atraque de más de un kilómetro de largo, con profundidades hasta de 60 pies, que no requieren ningún tipo de mantenimiento en cuanto a dragado se refiere. Por lo tanto, ofrece una disponibilidad permanente para la atención de naves pequeñas y de gran calado del tipo postpanamax.

Puerto de Santa Marta



Grafico N°16

3.5 Medio de Transporte a utilizar

3.5.1 Logística, transporte y distribución

- **Aduanas portuarias**

Puertos del Estado (incluye los puertos públicos en régimen de concesión): Los puertos marítimos tienen un papel fundamental en el desarrollo de las operaciones comerciales de Colombia. Actualmente, más del 90% de las exportaciones e importaciones que realiza el país se efectúan por esta vía.

Colombia cuenta con nueve zonas portuarias, siete de ellas en la Costa Caribe: la Guajira, Santa Marta, Ciénaga, Barranquilla, Cartagena, Golfo de Morrosquillo, Urabá y San Andrés, y dos en el Pacífico: Buenaventura y Tumaco.

Cartagena, Barranquilla y Santa Marta, principales puertos del Caribe colombiano, conforman una oferta diversificada tanto en terminales públicos como en privados que compiten entre sí y con otros de la región.

Por su parte, en el Pacífico, Buenaventura se ha consolidado como el principal puerto multipropósito del país, epicentro de buena parte de las exportaciones e importaciones de productos no tradicionales.

No obstante, y pese a que la calidad de los servicios portuarios ha mejorado notablemente en los últimos 15 años, el sector requiere mejorar en ciertas áreas, si quiere ser competitivo en el entorno mundial.

De acuerdo con el documento “Aprovechar el Territorio Marino – Costero en Forma Eficiente y Sostenible” publicado para discusión por el Departamento Nacional de Planeación (DNP), el pasado 27 de julio, debe mejorarse el desempeño portuario en cuanto a la seguridad, la rotación de la carga, la confiabilidad para responder al servicio, la utilización y las capacidades potenciales de las instalaciones, entre otros.

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

3.5.2 Canales de distribución local recomendado

- **Comunicaciones por mar**

El transporte de mercancías por vía marítima es de gran importancia. Así, el 88,6% del volumen físico de mercaderías de la importación y exportación se movilizan por vía marítima utilizando las instalaciones portuarias y sus vías de conectividad ínter modal. En Colombia existen 10 empresas portuarias estatales y 23 puertos privados. Actualmente de las 10 empresas estatales, el sector privado participa en 6 como concesionarios monoperadores de frentes de atraque. Los principales puertos son Arica, Iquique, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, San Antonio, Puerto Montt y Punta Arenas

Su indicadores de comercio transfronterizo

Los costos y procedimientos relacionados con la importación y exportación de un embarque estándar de mercancías se detallan bajo este tema. Cada

procedimiento oficial se registra comenzando desde el acuerdo final entre las dos partes y terminando con la entrega de las mercancías.

Exportación Número de Documentos para Exportar: 7 Número de Días para Exportar: 21 Costo de Exportación en US\$ por Contenedor: 500

Importación Número de Documentos para Importar: 7 Número de Días para Importar: 21 Costo de Importación en US\$ por Contenedor: 795

3.5.3 Seguros

3.5.4 Seguro de la mercancía

Se constituye una serie de coberturas que tienen como propósito resarcir al asegurado por las pérdidas o daños materiales que sufran las mercancías que son objeto de transporte por cualquier medio. Lo contrata quien tenga interés en la seguridad de los bienes durante su transporte al destino final.

El aseguramiento significa transferir por parte del asegurado, los riesgos a que están expuestos sus bienes y la aceptación por parte de una compañía de seguros, la cual se compromete a pagar, en caso de siniestro, el monto de la pérdida y como contrapartida el asegurado pagará una cantidad de dinero llamada prima.

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

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

3.5.5 Empaque, embalaje y etiquetado

3.5.6 Generalidades y Tendencias

Las etiquetas deben ir en español e indicar los ingredientes, el contenido del empaque utilizando el sistema métrico o en unidades, número de registro. Los stickers son permitidos en el caso de productos importados, para indicar quien es el importador. Las instrucciones de operación y manuales de uso deben ir en español.

El etiquetado que llevan los artículos debe cumplir con determinadas exigencias, las que están expresamente indicadas para cada tipo de producto. Así por ejemplo, existen requisitos específicos para las etiquetas de alimentos, ropa, textiles, cosméticos, medicamentos, artículos eléctricos, etc.

3.5.7 Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

Los productos empaquetados deben estar marcados de forma que muestren la calidad, pureza, ingredientes o mezclas, al igual que el peso neto o medida de los contenidos. Los alimentos empaquetados o enlatados importados a Colombia deben exhibir etiquetas en español, detallando todos los ingredientes, aditivos, fechas de fabricación y vencimiento, junto al nombre del productor o envasador o distribuidor, además del importador, sin perjuicio de los requisitos de regulación específicos que se establezcan para cada tipo de alimento en particular.

Asimismo, se deberá convertir todos los tamaños y pesos de los contenidos netos al sistema métrico. En Colombia, el Reglamento Sanitario de los Alimentos (Decreto Supremo n° 977/96 del Ministerio de Salud) es la normativa que rige para su control y fiscalización. Aparte de dicha normativa, es aconsejable consultar el Decreto Supremo n° 106/97, Decreto Supremo n° 297/92 del Ministerio de Economía y la Resolución 1212/98 del Ministerio de Salud y la Resolución 1844/98 del ministerio de Salud³⁴. Los productos que no cumplan con las medidas podrán ser importados o no, pero en caso de que se autorice su

ingreso al país, no podrán ser comercializados hasta que cumplan con los cambios exigidos.

En 2006 comenzó a regir la medida que obliga a detallar el aporte nutricional de todos los alimentos envasados y bebidas tanto para los productores locales como para los importadores.

Los productores que no cumplan con la medida serán sancionados con penas que van desde multas en dinero y decomiso de la mercadería hasta la clausura del recinto.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Bajo los parámetros de investigación que he aplicado tanto al mercado interno como al mercado de destino en este caso el país de Colombia puedo concluir que:

- ✓ La producción de MILBOOTS, permite abastecer la demanda del mercado interno y también exportar el resto del producto al mercado Colombiano.
- ✓ Una vez identificado el segmentado el mercado Bogotá Colombia observamos que a pesar de existir una oferta interna del producto esta no abastece con todo el mercado.
- ✓ Se concluye que los acuerdos comerciales vigentes no son favorables para la competitividad de la industria Ecuatoriana
- ✓ Actualmente, la industria de botas de exportación carece de incentivos para la misma, no figura como fuerte fabricante en los mercados internacionales – regionales y en su mercado interno existen muchos nichos que deja libres para el producto importado.

4.2 Recomendaciones

- ✓ A pesar de la situación de inestabilidad y del marco poco favorable, la industria de botas, ha tenido un crecimiento importante en los últimos años, lo cual da muestra de su gran potencial que debería ser explotado en su totalidad, para abastecer otros mercados internacionales.
- ✓ Para aprovechar las oportunidades que determine el entorno es necesario que MILBBOTS inicie un proceso de capacitación adecuada que le permita lograr un producto más competitivo a nivel local e internacional mediante el trabajo, el mejoramiento de la calidad, además que se debería concientizar al productor en la necesidad de invertir en tecnología.
- ✓ Para un mejor cumplimiento de los objetivos sería necesaria la ayuda de instituciones que están en la capacidad de proporcionar incentivos para poder exportar botas industriales Ecuatorianas al mercado Colombiano.

RESUMEN

El presente trabajo investigativo hace referencia a un Plan de Exportación de calzado de seguridad y agroindustrial, Botas de PVC, producido en el Cantón Ambato, provincia de Tungurahua hacia la ciudad de Bogotá - Colombia; a través de la Empresa MILBOOTS CIA. LTDA., con la finalidad de presentar productos de alta calidad elaborados según la comodidad del cliente. Para ello realizaremos la identificación de la empresa, sus objetivos, estructura organizacional y administrativa, las características de los productos, para determinar si cumple con los requerimientos de ser una Organización exportadora.

Se ha realizado una investigación de mercado para determinar la aceptación de nuestra bota de PVC en Bogotá - Colombia, para el periodo 2013-2017, tomando en cuenta la oferta, la demanda y los competidores.

Para la exportación de bota de PVC a Bogotá - Colombia se considera el marco legal tanto del País importador como exportador, la documentación necesaria, la logística, comercialización, trámites y procesos a realizar.

Para lo cual debemos tener en cuenta la calidad del producto que vamos a ofertar, en vista que se pretende cumplir con las necesidades de los habitantes del mercado Bogotá - Colombia, además de buscar posicionamiento en el mercado antes mencionado haciendo utilización de los tratados bilaterales vigentes con nuestro país vecino en términos de Libre Comercio.

ABSTRACT

The current work makes reference to an export plan of agro industrial security boots of PVC , produced in Ambato city located near the Tungurahua province, boots that will be exported towards Bogotá – Colombia through "MILBOOTS Limited Company" with the purpose of presenting high quality products which are made according to the client's need. We will carry out the identification of the company, its objectives, its organizational and administrative structure, and the characteristics of the product to determine if they fulfil the requirements of an exporter organization.

A market investigation has been carried out to determine the acceptance of the product in Bogotá - Colombia during the period 2013-2017 taking into account the offer and the demand of the product.

To export the boot to Bogotá -Colombia, a variety of legal issues of the importer and exporter countries are considered as well as the necessary documentation, the logistics, commercialization, steps and processes taking into account the quality of the product we offer, due to we would like to fulfil the consumers needs. We also seek the positioning of the company by means of the application of bilateral treaties of free trade with our neighbor.

4.3 Bibliografía

- Mercado, S. Comercio Internacional II. México: Editorial Limusa, 2004.
- Daniels, John D. - Radebaugh, Lee, "Negocios Internacionales", Ed. Pearson, 8ª ed., México 2000
- AROSEMENA, Guillermo. El Comercio Exterior del Ecuador. Periodo Colonial: La Audiencia de Quito, 2000. Volumen I
- (PAGINAS WEB)
- George S. Yip: Globalización, estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional.
- Nicola Minervini: Manual del exportador-La ruta y los instrumentos para la internacionalización de la empresa.
- Larry Bossidy&RamCharan: El Arte de la Ejecución en los Negocios.
- SunTzu: El Arte de la Guerra.
- Robert H Waterman: Cómo mantener la Excelencia.
- CCI UNCTAD/GATT: Gerencia de Comercialización de Exportaciones
- SCHOEDER, **Administración de operaciones, México:** Editorial McGraw-Hill.
- ARBOLEDA VELEZ Germán, (1998), "Proyectos", Formulación, Evaluación y Control, 2ª Edición, Bogotá: AC Editores.
- AVALOS, Juan Alberto,(2007), Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Quito: Secaron.
- BARNETT H., R. (1986): Administración de Proyectos, Bogotá: ESAP Publicaciones, Pág. 26.
- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, R. O. 351 del 29 de diciembre 2010.
- Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas, (2009), Situación Socioeconómica de Colombia.
- VANINA A., Glosario de términos utilizados en el comercio internacional.
- FRESCO J.C., (2000), Efectividad gerencial, México: Prentice Hall.
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, "Estudio Técnico para la Identificación de la Política Comercial necesaria para que

el sector del cuero y calzado del Ecuador se desarrolle y aumente su participación mundial en las exportaciones, enero-marzo de 2010”.

- Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial de Bucaramanga, Perfil Sectorial del Cuero, Marroquinería, Calzado y sus Partes.
- NOVIB O, Asociación de Trabajo Interdisciplinario - A.T.I., Fedevivienda, Campaña del Milenio Colombia “Sin Excluas 2015 "Por una Colombia sin pobreza”.
- IMAI, Masaaki, (1998), Cómo implementar el Kaizen en el sitio de trabajo, México: McGraw Hill.
- LEFCOVICH M, (2004), Detección, prevención y eliminación de desperdicios.
- KARATSU, Jaime, (1994), ¿Qué es el Control Total de Calidad?, México.
- KOTLER, P., (1998), "FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA", México: Prentice Hall - 4º ED.
- OHMAE, Kenichi, (1997), La mente del estratega, México: Mc Graw Hill.
- Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, (2004), Protocolo Facultativo del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales sobre países de América Latina y el Caribe.
- PARODI, C. (2001), El lenguaje de los proyectos, Gerencia social. Diseño, monitoreo y evaluación de proyectos sociales, Perú: Universidad del Pacífico. ISBN 9972-603-32-6.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión, Reglamento al título de la Facilitación aduanera para el Comercio, del libro V R.O. 452 19 de mayo de 2011.

LINCOGRAFÍA

- Calzado en Colombia, http://www.wikilearning.com/articulo/comercio_exterior.
- Canales de Comercialización, <http://www.aulanegociosinternacionales.com/>.
- Requisitos y Trámites para Exportar, <http://www.aduana.gov.ec/>.

- El PIB Global, <http://www.statcan.gc.ca>.
- Colombia Industrial, Revista dinero.com.
- Geografía de Colombia, <http://www.sogeocol.edu.co>.
- Actualidad de Bogotá, <http://www.bogota.gov.co>.

- ¿Cómo hacer negocios en Colombia?, Revista Virtual Portafolio.co.
- Evolución del consumo aparente de pares de calzado por colombiano, <http://www.dinero.com/negocios/articulo/calzado-colombiano-camina-para-atras/154843>.
- INCOTERMS 2010, <http://www.areadepymes.com/?tit=dat-delivered-at-terminal-guia-de-incoterms-2010&name=Manuales&fid=em0bcaj>.
- Costos Fijos, <http://www.gerencie.com/costos-fijos.html>.
- Costos Variables, www.geocities.com/arufast/a02costop.html.
- Indicadores Financieros, <http://www.eco-finanzas.com/diccionario.htm>.
- Procedimiento Aduanero, <http://www.dane.gov.co/>.
- Importaciones Colombianas, www.proexport.com.co/.
- Exportaciones Colombianas de Calzado por pares, www.corpei.org/.
- Barreras no Arancelarias por Partida, www.fedexpor.com/.
- Importaciones Colombianas de Calzado por Departamentos Colombianas, www.santandercompetitivo.org/filef.php?IDe=432