



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA DE FINANZAS Y

COMERCIO EXTERIOR

INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE CALZADO CASUAL DE CUERO PARA MUJER DE LA ASOCIACIÓN DE MAESTROS ZAPATEROS DE CHIMBORAZO "ASOMAZCH" HACIA EL MERCADO DE GUATEMALA CIUDAD NUEVA GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN EN BUSCA DE AMPLIAR EL MERCADO.

AUTORA:

MARÍA BELÉN VALAREZO TIXI

RIOBAMBA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior, ha sido desarrollado por la Srta. VALAREZO TIXI MARÍA BELÉN, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza

ASESOR DEL TRIBUNAL

Ing. Diego Patricio Vallejo Sánchez

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo, VALAREZO TIXI MARÍA BELÉN, estudiante de la Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior de la Facultad de Administración de Empresas, declaro que la tesis que presento es auténtica y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

MARÍA BELÉN VALAREZO TIXI

DEDICATORIA

Con todo el amor del mundo, dedico este trabajo de titulación a mis padres Fabián y Gloria, quienes son el pilar fundamental en mi vida; a mis hermanos Mauricio, Fabián y Santiago quienes han sido cómplices de cada momento y me han brindado su amor y apoyo incondicional.

A mis siete sobrinos; Anahí, Camila, Rafael, Doménica, Macarena, Martín y Julián, quienes forman parte de mi vida y llenan de alegría mi corazón.

MARÍA BELÉN VALAREZO TIXI

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme culminar esta etapa de mi vida.

A mi familia; especialmente a mis padres, por estar siempre pendientes de mí y por brindarme su apoyo total para llegar a ser una profesional, a mis hermanos que siempre han estado conmigo brindándome sus consejos y por alentarme siempre a seguir adelante, a mis sobrinos que me han llenado de alegrías y me han brindado su amor sincero.

Agradezco a mis maestros politécnicos quienes a lo largo de la carrera se han convertido en grandes amigos, especialmente al Ing. Gabriel Pilaguano y también al Ing. Diego Vallejo por la ayuda prestada para la realización del presente trabajo.

A mis amigos con quienes he compartido mi carrera universitaria y con quienes he vivido momentos buenos y malos y aún siguen formando parte de mi vida.

MARÍA BELÉN VALAREZO TIXI

ÍNDICE GENERAL

Certificación del Tribunal	i
Certificado de Responsabilidad	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Indice General.....	v
Indice de Tablas	x
Indice De Ilustraciones	xi
Resumen Ejecutivo	xii
Summary.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I: EL PROBLEMA	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación del Problema.....	3
1.1.2 Delimitación del Problema	3
1.2 JUSTIFICACIÓN	3
1.3 OBJETIVOS.....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
1.4 MARCO DE REFERENCIA	4
1.4.1 Marco Teórico	4
1.5 Marco Conceptual.....	6
1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.6.1 Población y Muestra.....	8
1.6.2 Métodos de Investigación.....	8
1.6.3 Técnicas e instrumentos de la Investigación	9
CAPITULO II: MARCO CONTEXTUAL	11
2.1 ANTECEDENTES	11
2.2 RESEÑA HISTÓRICA.....	12
2.2.1 Misión (Propuesta)	13
2.2.2 Visión (Propuesta)	13
2.2.3 Objetivos Organizacionales.....	13

2.2.4 Ubicación Geográfica de la empresa.....	14
2.2.5 Estructura Organizacional (Propuesta)	15
2.2.6 Productos que Ofrece	16
2.2.7 Beneficios del calzado de cuero	16
2.2.8 Flujograma del proceso de producción de calzado	17
2.2.9 Descripción del proceso de fabricación.....	19
2.2.10 Análisis FODA	20
CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO	22
3.1 DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO	22
3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	22
3.3 RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y GUATEMALA.	23
3.4 COMERCIO BILATERAL ENTRE ECUADOR Y GUATEMALA.....	24
3.4.1 Principales productos de exportación de Ecuador a Guatemala.....	24
3.4.2 Principales productos de exportación de Guatemala a Ecuador.....	26
3.5 MERCADO DE GUATEMALA.....	28
3.5.1 Características Generales	28
3.5.1.1 Principales Indicadores.....	32
3.5.2 Comercio Exterior de Guatemala	32
3.5.2.1 Exportaciones.....	32
3.5.2.2 Importaciones.....	33
3.5.3 Balanza Comercial de Guatemala	34
3.6 LA DEMANDA	35
3.6.1 Análisis de la Demanda	35
3.6.2 Segmentación del Mercado	37
3.6.3 Gustos y preferencias	39
3.6.4 Precios	39
3.7 METODOLOGÍA PARA EL CÁLCULO DE LA DEMANDA	41
3.7.1 Consumo Nacional Aparente	42
3.7.2 Cuantificación de la Demanda (Importaciones)	42
3.7.3 Proyección de las Importaciones	43
3.7.4 Cuantificación de las exportaciones.....	47
3.7.5 Proyección de las Exportaciones	48
3.8 LA OFERTA	57
3.8.1 Análisis de la Oferta.....	57

3.9 PRINCIPALES PRODUCTORES DE CALZADO A NIVEL MUNDIAL	58
3.10 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA EN EL ECUADOR	60
3.10.1 Composición del consumo de calzado de cuero en Ecuador	61
3.10.2 Composición del sector de calzado en Ecuador	62
3.11 CARACTERISTICAS DEL SECTOR CALZADO EN GUATEMALA.....	64
3.11.1 Principales Empresas del Calzado en Guatemala	66
CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO	67
4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	67
4.2 LOCALIZACION DEL PROYECTO	67
4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	67
4.4 LOGISTICA DE EXPORTACIÓN	68
4.4.1 Requisitos y Trámites para Exportar. (SAE, 2014).....	68
4.4.2 Trámites para la Exportación	69
4.4.3 Trámite de documentos para exportación.....	69
4.5 INSTRUMENTOS Y CONDICIONES DE PAGO DE LAS EXPORTACIONES ..	71
4.6 TÉRMINOS INTERNACIONALES DE COMERCIO INCOTERMS	72
4.6 PUERTOS Y AEROPUERTOS DE GUATEMALA.....	73
4.6.1 Puertos.....	73
4.6.2 Características del transporte marítimo.	75
4.6.3 Aeropuertos (Robles, Deguate.com, 2013).....	75
4.7ACCESO AL MERCADO (SAE, 2014)	76
4.7.1. Trámites y Tributos Aduaneros	76
4.7.1.1 Procedimientos Aduaneros.....	77
4.7.2 Empaque, Embalaje y Etiquetas	78
4.7.3 Régimen para muestras	78
4.7.4 Licencias de Importación y Autorizaciones Previas	81
4.7.5 Condiciones de Compra y de Pago.....	83
CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO	85
5.1 INVERSIONES REQUERIDAS	85
5.1.1 Inversiones fijas	85
5.1.2 Inversiones intangibles	86
5.2 COSTO DE VENTAS.....	86
5.2.1 Gasto de administración.....	86
5.2.2 Gastos de venta – exportación (mensual).....	87

5.2.3 Total de inversion	88
5.2.4 Costos y gastos anuales.....	89
5.2.3 Cálculo de los ingresos.	90
5.3 Estados Financieros	92
5.4 EVALUACIÓN DEL ESTUDIO FINANCIERO	94
5.4.1 Valor actual neto.....	94
5.4.2 Tasa interna de retorno.....	95
5.4.3 Relación beneficio-costo	96
5.4.4 Punto de equilibrio	96
5.4.5 Periodo de recuperación de la inversión.....	98
5.4.6 Resumen de indicadores	100
CONCLUSIONES	101
RECOMENDACIONES.....	102
BIBLIOGRAFIA	103
ANEXOS	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis FODA	21
Tabla 2: Productos de Exportación Ecuador-Guatemala	24
Tabla 3: Productos de Exportación Guatemala - Ecuador	26
Tabla 4: Indicadores Generales.....	32
Tabla 5: Principales Países de exportación 2014.....	33
Tabla 6: Países Proveedores de Guatemala	34
Tabla 7: Balanza Comercial de Guatemala.....	35
Tabla 8: Principales Productos de Consumo en Guatemala	37
Tabla 9: Población Femenina de Guatemala por edades	37
Tabla 10: Ingreso mensual por sexo.	38
Tabla 11: Precios de Calzado en Guatemala	40
Tabla 12: Importaciones de calzado de Guatemala	43
Tabla 13: Cálculo de Importaciones (Trade Map).....	44
Tabla 14: Demanda de calzado 10 años.....	46
Tabla 15: Exportaciones de Calzado	47
Tabla 16: Cálculo de Exportaciones (Trade Map).....	48
Tabla 17: Oferta de Calzado	50
Tabla 18: Consumo Nacional Aparente.....	51
Tabla 19: Consumo Per Cápita	53
Tabla 20: Déficit Per Cápita	54
Tabla 21: Déficit Total.....	55
Tabla 22: Productores Mundiales de Calzado	58
Tabla 23: Destino de exportaciones del sector calzado, cuero y textil	61
Tabla 24: Empresas de Calzado en Ecuador.....	64
Tabla 25: Fábricas de calzado en Guatemala.....	66

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Ubicación Geográfica "ASOMAZCH"	14
Ilustración 2: Estructura Organizacional	15
Ilustración 3: Flujograma del proceso de producción de calzado.....	18
Ilustración 4: Evolución de Exportaciones Ecuatorianas	25
Ilustración 5: Balanza Comercial No Petrolera Ecuador-Guatemala	27
Ilustración 6: Mapa de Guatemala	28
Ilustración 7: Importaciones de Calzado de Guatemala	43
Ilustración 8: Demanda de calzado en 10 años.....	46
Ilustración 9: Exportaciones de Calzado	47
Ilustración 10: Oferta de Calzado	50
Ilustración 11: Consumo Nacional Aparente.....	52
Ilustración 12: Exportación de calzado en Ecuador 2009 - 2013	60
Ilustración 13: Registro de exportador en Ecuapass.....	68
Ilustración 14: Incoterms 2010	73

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Logotipo	105
Anexo 2: Estructura Administrativa	105
Anexo 3: Partida Arancelaria del calzado de cuero (Trade Map).....	109
Anexo 4: Declaración Aduanera De Exportación.....	110
Anexo 5: Factura Comercial	112
Anexo 6: Ejemplo Lista de empaque	113
Anexo 7: Ejemplo del Certificado de Origen	114
Anexo 8: Ejemplo de documento de transporte marítimo - Bill of Lading (B/L)	115
Anexo 9: Gastos de venta y administrativos.....	116
Anexo10: Rol de pagos.....	116

RESUMEN EJECUTIVO

Proyecto de exportación de calzado casual de cuero para mujer desde la Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo “ASOMAZCH” hacia Guatemala, con el objetivo de ampliar dicho mercado favoreciendo el reconocimiento de los productos elaborados en Ecuador. El país de destino ha sido escogido debido a la importancia comercial que Guatemala tiene.

El estudio de mercado se utilizó como método para el desarrollo de la investigación; el mismo que sirve para conocer los clientes potenciales de este producto en dicho país; a través de este las principales herramientas utilizadas fueron la fórmula del Consumo Nacional Aparente para determinar la demanda, mientras que la oferta se halló de acuerdo a la producción mensual realizada dentro de la Asociación.

Después de obtener los resultados, estos han sido analizados mediante una evaluación financiera, en donde los índices de valoración han arrojado resultados positivos. Siendo así que la inversión que este proyecto requiere es de aproximadamente \$97.000.00; la misma que se podrá recuperar en un tiempo de tres años y dos meses; estos resultados junto a varios índices nos muestra que el proyecto es financieramente factible y viable su puesta en marcha.

Se recomienda entonces; ejecutar el proyecto para que el mismo brinde beneficios económicos y sociales a la organización, así como también realizar estrategias comerciales localmente lo que podría generar el incremento en la producción interna de la ASOMAZCH.

Palabras claves: Plan de exportación, sector artesanal, calzado casual, manufactura de cuero.

Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza
TUTOR DE TRABAJO DE TITULACION

SUMMARY

Export Project of leather casual shoes for women from the Association of Teachers Shoemakers Chimborazo "ASOMAZCH" to Guatemala, in order to expand the market by promoting the recognition of products manufactured in Ecuador. The country of destination has been chosen because of the commercial importance that Guatemala has.

Market research was used as a method for developing research; it serves to know the prospects of this product in the country; through this method the main used tools were the formula of the Apparent Domestic Consumption to determine demand, while the supply was found according to the monthly production made within the Association.

After obtaining the results, they have been analyzed by a financial evaluation, where assessment indexes have yielded positive results. That being the investment that this project requires approximately \$ 97.000.00; the same may be recovered in a time of three years and two months; these results together with various indices shows that the project is financially feasible and viable its implementation.

It is therefore recommended; implement the project so that it provides economic and social benefits to the organization, as well as conduct business locally strategies which could lead to an increased in domestic production of ASOMAZCH.

Keywords: Export Plan, artisanal sector, casual footwear, leather manufacturing.

INTRODUCCIÓN

Si bien los envíos tradicionales aumentan la participación económica en las exportaciones totales, como consecuencia del incremento de los precios, las exportaciones no tradicionales se incrementan en volumen y precio FOB.

Es importante diversificar la oferta exportable del Ecuador, lo que repercutirá sin duda en la formación de un país más competitivo ante los demás y que afronte con mayor capacidad la variabilidad de los precios internacionales.

Ecuador produce alrededor de 350 mil cueros al año. Más del 90% de la demanda es el mercado interno de calzado y marroquinería, especialmente en Tungurahua, Pichincha, Azuay y Guayas. Menos del 10% es para exportación, principalmente en producto intermedio no con mayor elaboración. Son pocas las empresas que han incursionado en el mercado internacional.

La industria del Cuero y el Calzado en Ecuador es un sector importante en la economía. Unida a la línea de manufacturación representa el 14.78 % de la contratación de la mano de obra nacional, y solo en Tungurahua se concentra el 68% de la producción total del clúster, aproximadamente 100.000 personas trabajan en cuero y calzado.

La materia prima principal (cuero crudo) la obtienen dentro del país, principalmente de ganado de la sierra, mientras que entre un 20% y 30% de producto es importado.

El objetivo del proyecto es determinar la viabilidad técnica y económica de exportar calzado casual de cuero para mujeres a la ciudad de Nueva Guatemala – Guatemala, para lo cual iniciaremos realizando un estudio de mercado sobre el nivel de consumo de calzado en el mercado objetivo; así como el precio al que se comercializa por la competencia, los gustos y preferencias de guatemaltecos con lo cual se podrá saber la posible demanda insatisfecha.

Tomando como base al estudio de mercado, realizaremos el estudio financiero en el cual estableceremos la rentabilidad del proyecto y finalmente realizaremos las respectivas conclusiones y recomendaciones, en base a los estudios realizados.

CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Ecuador a pesar de que la producción de calzado es estable, el ingreso de la misma mercadería mediante el contrabando es un problema que genera un comercio desleal con los productores ecuatorianos, desarrollando así un problema aun mayor que afecta a la producción nacional. (Proecuador, Proecuador, 2014). Este aspecto ha generado una saturación de mercado en nuestro país dejando de lado la oferta de la producción local con bienes de calidad y sobre todo cien por ciento de cuero, tomando en cuenta que los bienes importados son elaborados con materiales sintéticos que tienen desventaja ante el cuero procesado, debido a la menor calidad que estos ofrecen; la elección de los ciudadanos ante los productos extranjeros han sido causa para obtener un resultado de la balanza comercial negativa para Ecuador, peor aún obtenerlos como resultado del contrabando.

Otro de los problemas que se puede identificar es el pensamiento del consumidor ecuatoriano que tiene hacia los productos elaborados en el país, pues para muchos un producto con sello nacional es símbolo de mala calidad o mala producción; pero si se trata de un producto extranjero este tiene gran acogida entre los compradores por tener popularidad o renombre en marcas. Todo esto englobado en la naturaleza de pensamiento del consumidor, sin darse cuenta que el no apoyo a productos ecuatorianos nos perjudica como ciudadanos de manera económica y social.

Por otra parte una de las desventajas que la producción y comercialización de bienes artesanales tiene es la falta de apoyo gubernamental, especialmente a los artesanos de la ciudad de Riobamba, pues este ha sido una dificultad primordial para que no se lleve a cabo un desarrollo de producción de calzado local y por ende la falta de reconocimiento de este tipo de bienes a nivel nacional, peor aún de modo internacional; la falta de capacitaciones a personal interesado en la elaboración de calzado ha sido una dificultad para promover el desarrollo de la elaboración de calzado; así como también la falta de créditos para proyectos de ampliación comercial en este campo.

1.1.1 Formulación del Problema

¿Cómo contribuirá la exportación de calzado casual de cuero para mujer de la Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo “ASOMAZCH” hacia la ciudad de Nueva Guatemala de la Asunción?

1.1.2 Delimitación del Problema

La presente investigación se realizará en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, desde la Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo “ASOMAZCH” en donde se determinará la oferta, la misma que será exportada hacia el mercado de la ciudad Nueva Asunción de Guatemala en Centroamérica.

1.2 JUSTIFICACIÓN

En Ecuador la industria del calzado tiene un gran desarrollo en materia de diseño, variedad y especialización, existe producción de este tipo, tomando en cuenta que el calzado de cuero tiene gran aceptación en otros países. Los procesos para la elaboración de este producto se ha tecnificando cada vez; sin embargo en ciertas ciudades del país se puede observar que maestros zapateros realizan la labor de manera artesanal. Los destinos principales de este tipo de producto son: Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y Estados Unidos. (Proecuador, Proecuador, 2014)

El presente proyecto permitirá aplicar los conocimientos adquiridos en el aula y de esta manera lograr una satisfacción personal al poseer la capacidad necesaria para llevar a cabo una investigación de innovación comercial, dando a conocer las ventajas competitivas del presente producto y así dar una idea para incrementar los beneficios económicos para la Organización y el país.

La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo es un ente de ayuda al desarrollo formativo de los estudiantes del país, mediante el cumplimiento de las normas establecidas por los organismos de control en el cual exigen la debida presentación de proyectos para la culminación de carreras profesionales, para luego ser implantados convirtiendo los mismos en una realidad ayudando al avance de Organizaciones que confían en un nuevo plan para su desarrollo económico, social y comercial y de modo que ayuda también al desarrollo productivo de Ecuador.

En cuanto a la Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo se pretende colaborar para dar a conocer su labor en la ciudad de Riobamba y de esta manera incrementar sus ventas, de manera que se proyecte comercializar el producto al extranjero, logrando así la rentabilidad económica dentro de la Asociación y el debido reconocimiento internacional sobre el calzado de cuero femenino de excelente calidad.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Realizar un Proyecto de Exportación de calzado casual de cuero para mujer hacia el mercado de Guatemala, ciudad Nueva Guatemala de la Asunción en busca de ampliar el mercado.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Analizar la situación interna actual de la "ASOMAZCH".
- Realizar el estudio de mercado.
- Elaborar una propuesta técnica y financiera.

1.4 MARCO DE REFERENCIA

1.4.1 Marco Teórico

La industria del Cuero en el Ecuador se manifiesta desde épocas muy antiguas donde nuestros antepasados utilizaban el cuero para cubrir sus cuerpos y protegerse del clima especialmente en épocas de invierno cuando el frío se intensifica.

En el país la industria del calzado tiene un gran desarrollo, en el país existe producción de todo tipo; desde casual hasta el calzado de montaña, elaborado con 100% cuero. La industria se encuentra inmersa en procesos de tecnificación cada vez más avanzados. Existe un gran desarrollo de la industria principalmente en las provincias de Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas.

Ecuador produce alrededor de 350 mil cueros y pieles al año. Una buena parte de la demanda se orienta al mercado interno de calzado, marroquinería y confecciones, y gran parte de la producción de cuero y pieles se exporta. (MIPRO, 2014)

Las exportaciones de cuero y sus confecciones, ascienden a: US\$ FOB 26,6 mm y sus principales destinos fueron: Italia, Venezuela, Perú y Colombia. Por su parte, las exportaciones del sector calzado ascienden a: US\$ FOB 38,9 mm y sus destinos principales fueron: Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y Estados Unidos. (Proecuador, Proecuador, 2014)

El crecimiento de exportaciones en cuestiones de calzado ecuatoriano ha sido gracias a las medidas tomadas por el gobierno central en cuanto a restricciones de las importaciones, lo cual ha ayudado a aumentar la producción nacional de calzado, incrementando así los valores en la balanza comercial favorable para el país.

En Ecuador, la industria del cuero, tiene una trayectoria relevante. El desarrollo del sector curtidor, hasta los años 70, mantiene un nivel artesanal, pero ante el crecimiento de las ciudades inicia su industrialización. (MIPRO, 2014)

En la actualidad la elaboración de productos hechos de cuero en el Ecuador se ha incrementado, este incremento ha llegado a formar parte importante dentro de la participación de los principales productos de exportación no petroleros. Según datos del Banco Central del Ecuador las manufacturas de cuero, plástico y caucho alcanzan un 2,3% de estas exportaciones dentro del primer trimestre del 2013.

El crecimiento en la industria del cuero ha sido el eje principal para que este sector poco a poco alcance la globalización de sus productos, por lo que las empresas y sus industrias se han visto obligados a adaptarse a las exigencias de los mercados globales con el fin de lograr un mejoramiento en cada una de sus áreas funcionales tanto tecnológicas, comercializadoras, productivas y administrativas; todo esto para que su estructura sea capaz de enfrentarse a un mundo más competitivo de una manera óptima.

Aunque la industria del calzado de cuero dentro del país tiene muchas falencias y debilidades, según la publicación de un estudio del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad en el 2012; dice que, las principales limitaciones que afronta este sector son la falta de insumos especialmente los químicos importados desde diferentes países del mundo, tales como el pegamento, tintes, etc.; así como también la falta de capacitación a los productores, la carencia de liderazgo y motivación en este sector.

1.5 Marco Conceptual

Balanza Comercial.- Refleja la diferencia entre las exportaciones y las importaciones. La balanza comercial es favorable o activa cuando las exportaciones, en un período dado, superan a las importaciones; del mismo modo, cuando existen saldos negativos, se habla de una balanza comercial desfavorable o pasiva. (Sabino, 1991)

Calidad.- Es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con algún producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. (RAE, 2011)

Capacidad de Producción.- El potencial cuantitativo anual de fabricación de una sustancia química concreta sobre la base del proceso tecnológico efectivamente utilizado o, en el caso de procesos que no sean todavía operacionales, que se tenga el propósito de utilizar en la instalación pertinente. Se considerará que equivale a la capacidad nominal o, si no se dispone de ésta, a la capacidad según diseño. (Machado, 2011)

Comercio Internacional.- Intercambio de bienes y servicios entre países. Los bienes pueden definirse como productos finales, productos intermedios necesarios para la producción de los finales o materias primas. (ECUAPASS, 2012)

Competitividad.- Se la define como la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. Esta depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país. (RAE, 2011)

Consumo.- Acción por la cual los diversos bienes y servicios son usados o aplicados a los fines a que están destinados, ya sea satisfaciendo las necesidades de los individuos o sirviendo los propósitos de la producción. Se considera como el acto final del proceso económico, que consiste en la utilización personal y directa de los bienes y servicios productivos para satisfacer necesidades humanas. El consumo puede ser tangible (consumo de bienes) o intangible (consumo de servicios). (Sabino, 1991)

Demanda.- Se la puede definir como la cantidad de una mercancía que los consumidores desean y pueden comprar a un precio dado en un determinado momento. La demanda, según (Kotler & Armstrong, 2008), como concepto económico, no se equipara simplemente con el deseo o necesidad que exista por un bien, sino que requiere además que los consumidores, o demandantes, tengan el deseo y la capacidad efectiva de pagar por dicho bien.

Estudio de Mercado.- Se refiere al estudio de la oferta y demanda de bienes o servicios del proyecto en estudio. Se trata de determinar la cantidad del producto que va a ser demandado. (Kotler & Armstrong, 2008)

Exportación.- Venta de bienes y servicios de un país al extranjero. Gracias al rápido desarrollo del comercio internacional durante las últimas décadas, una buena parte de la producción de casi todos los países del mundo se destina a las exportaciones. (ECUAPASS, 2012)

FOB.- Siglas en inglés de "libre a bordo" o "puesto a bordo" (free on board). Término que describe la forma de tasar un bien cuando en el precio del mismo no se incluyen los costos de exportación asociados a su traslado, como seguros y fletes, por ejemplo. En el cómputo de la balanza comercial, generalmente, las exportaciones se valoran según sus precios FOB. (Sosa, 2012)

Globalización.- Se la puede definir como la expansión, multiplicación y profundización de las relaciones sociales y de las instituciones a través del espacio y tiempo, de modo que las actividades cotidianas resultan cada vez más influidas por los hechos y acontecimientos que ocurren en otras partes del globo, así como las decisiones y acciones de grupos y comunidades locales pueden alcanzar importantes repercusiones globales. (Machado, 2011)

Importación.- Bienes y servicios introducidos a un país mediante el comercio internacional. Una parte significativa de la oferta total de mercancías proviene, en la actualidad, de las importaciones. (PROECUADOR, 2013)

Investigación: acción humana orientada como actividad para obtener todo tipo de información, que al sistematizarla se obtiene nuevos conocimientos que se pueden aplicar a la solución de problemas. (Ron, 2012)

Mercado: Económicamente hablando es el conjunto de individuos y sociedades en donde se encuentran la oferta de productores y vendedores, con la demanda de consumidores, compradores o clientes que tienen la capacidad de satisfacer mutuamente sus necesidades; a través de transacciones y acuerdos comerciales basados en el intercambio de bienes y servicios. (Sabino, 1991)

Oferta.- La cantidad de una mercancía o servicio que entra en el mercado a un precio dado en un momento determinado. La oferta es, por lo tanto, una cantidad concreta, bien especificada en cuanto al precio y al período de tiempo que cubre, y no una capacidad potencial de ofrecer bienes y servicios. (PROECUADOR, 2013)

1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1 Población y Muestra

En el presente trabajo de investigación se analizará la población de consumidores del mercado de Nueva Guatemala de la Asunción; específicamente a la cantidad de población femenina a quienes será destinado el producto mencionado en este proyecto.

1.6.2 Métodos de Investigación

Para el presente trabajo de investigación se llevara a cabo los siguientes métodos de estudio:

- **Método Analítico:** Al establecer fundamentos, detalles pensamientos de varios autores con el objeto de llegar a la verdad del problema planteado.

“A través de este método se efectuará el análisis de las bases teóricas y procesales que sirven de sustento para el desarrollo del tema investigado, por lo que, se recurrirá al estudio de las citas bibliográficas que contienen la síntesis de los datos de varios autores que se han tomado como referencia.” (Ron, 2012)

- **Método Deductivo:** Admitirá establecer y llegar a la verdad partiendo de los conocimientos generales para poder establecer conocimientos específicos, lo que significa que se singularizará el problema planteado, logrando concentrar los aspectos de la investigación en aspectos puntuales.

Esto permite indagar en los aspectos genéricos relativos a la investigación, puntos de partida que hacen posible la orientación hacia los temas complejos, esto es, los parámetros teóricos y normativos que den soluciones requeridas.

1.6.3 Técnicas e instrumentos de la Investigación

La técnica es indispensable en el proceso de investigación, ya que integra la estructura por medio de la cual se organiza la investigación, el objetivo de esta es tener un orden y clasificación de información para que la misma nos lleve a conclusiones del proyecto.

Por consiguiente se tomará en cuenta las siguientes técnicas de investigación que ayuden al desarrollo del presente proyecto.

- **Técnica de Observación Científica.-** Consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso. Tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. (Ron, 2012)

Gracias al uso de esta técnica podemos llegar al objetivo de la investigación, que es conocer el mercado de Guatemala, los gustos y preferencias que han tenido en cuanto al calzado que en el país se oferta. Se llevará en cuenta la información recopilada gracias al uso de instrumentos como las fichas de información.

- **Técnica de Investigación Documental.-** Para el desarrollo del presente proyecto se debe recopilar cierta información real de documentos gráficos; los mismos que serán extraídos de páginas oficiales de entidades como Proecuador; MIPRO, Banco Central de Ecuador, BANGUAT, entre otros.

También será información útil de otros instrumentos de la web como Trade Map; la mismas que es una herramienta de análisis de mercados disponibles en internet, la cual cubre más del 95 % del comercio mundial de productos.

Esta provee información sobre indicadores de desempeño de las exportaciones nacionales, la demanda internacional, barreras tarifarias y no tarifarias entre otras. (TradeMap, 2013)

CAPITULO II: MARCO CONTEXTUAL

2.1 ANTECEDENTES

Se denomina artesanía a todo producto que es elaborado a través de varias actividades, generalmente se lo realiza en pequeños talleres; predominando la energía humana, física y mental; con cierta ayuda de herramientas y máquinas comparativamente simples. (Andrade, 1965). En Ecuador la artesanía se puede ver como la conjugación de los conocimientos ancestrales acoplada a la materia prima; misma unión que ha dado origen a cientos de bienes que de una u otra manera refleja la diversidad cultural de cada una de las provincias del país.

El crecimiento de las asociaciones laborales ecuatorianas comenzó con unas pocas sociedades de ayuda mutua, dispersas, a fines del siglo XIX y siguió, en 1970, hasta llegar a más de 5000 organizaciones. La evolución de las entidades obreras es parte integral de la dinámica histórica del país. En sus distintas etapas, los acontecimientos sociales, políticos y económicos ayudaron a determinar el curso del movimiento laboral. (Larrea, 2004)

Las asociaciones artesanales en el país están formadas por personas luchadoras quienes ponen su mano de obra para la transformación de la materia prima y convertirlos en productos elaborados; ayudando así a la no desaparición de la cultura del país, fomentando la identidad nacional en las generaciones venideras.

Es importante tener en cuenta que en un país donde la cultura es un tema trascendental en el desarrollo del mismo, se debe dar las herramientas y el apoyo necesario a estas asociaciones que ayudan a salvaguardar la cultura nacional; de este modo en la Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo desarrollan estrategias para mejorar la calidad de vida de los artesanos y proyectarlos socialmente.

2.2 RESEÑA HISTÓRICA

La Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo nace de la idea del Sr. Julio Guerra y el Sr. Víctor Alcocer que junto a un grupo de dieciséis artesanos riobambeños dedicados a la elaboración de calzado de cuero, forman la ASOMAZCH; en la ciudad de Riobamba a los cuatro días del mes de diciembre del año de 1953, inscribiendo sus Estatutos y reglamentos en el Ministerio de Previsión Social y Trabajo el trece de enero de 1969 según Acuerdo Ministerial No 0735; años después, la ASOMAZCH en 1992 en la Dirección Nacional de Empleo y Recursos Humanos obtiene la certificación que las reformas de los estatutos tiene la debida aprobación mediante Acuerdo Ministerial No 157.

El fin principal de la ASOMAZCH es velar por el bienestar de los asociados procurando la especialización técnica, mediante la creación y sostenimiento de cursos de capacitación con temas de perfeccionamiento en cuanto a la elaboración de calzado de cuero.

Durante varios periodos administrativos la organización logró varios resultados fructíferos; como por ejemplo la realización de varios cursos de capacitación, impartiendo conocimientos sobre la elaboración de calzado gracias al convenio con SECAP, de esa manera se ha incorporado a más asociados. La ASOMAZCH ha participado en la Primera Convención Nacional de Calzado, en la Séptima Feria Artesanal, Quinto Congreso Nacional de FECU, entre otras actividades.

En 1984 asume la presidencia el Sr. César Robalino, quien realiza los trámites pertinentes para la obtención de un terreno en la Ciudadela Politécnica, en 1995, el Sr. Carlos León realiza la gestión para conseguir la suma de 5000000,00 sucres, siendo este el presupuesto para empezar a realizar trabajos de construcción en la propiedad adquirida, la misma que será destinada a ser de la sede de la Asociación.

Gracias al apoyo de instituciones públicas como el Ilustre Municipio de Riobamba y el Consejo Provincial de Chimborazo se termina con los arreglos de lo que hoy es la sede de la Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo.

Han sido años de fructífero trabajo por parte de los asociados, hoy en día la ASOMAZCH es una organización que ha alcanzado con prestigio y dignidad el reconocimiento de muchos chimboracenses.

2.2.1 Misión (Propuesta)

Ser una asociación enmarcada en el desarrollo mancomunado de todos sus integrantes, mediante la matriz productiva del país, permitiéndonos encaminar al bienestar económico y a la evolución constante de nuestra organización.

2.2.2 Visión (Propuesta)

Ser productores líderes dentro del lindero patrio, presentando productos de óptima calidad lo que nos servirá para proyectarnos al ámbito internacional, cumpliendo las las exigencias y estándares de calidad que el mercado nos exija.

2.2.3 Objetivos Organizacionales

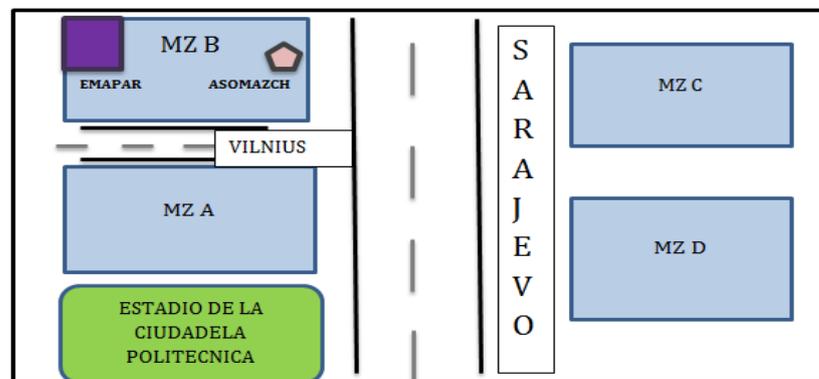
- a) Propender a la solidaridad de los maestros, artesanos, zapateros y la unidad de defensa de los intereses de clase.
- b) Realizar la defensa de los intereses de sus afiliados en todo conflicto individual, colectivo, o por motivos de trabajo.
- c) Laborar por el mejoramiento cultural de sus asociados procurando la especialización técnica, mediante la creación y sostenimiento de cursos de perfeccionamiento en el ramo, ciclos de conferencias, charlas y publicaciones, etc.
- d) Estimular el estrechamiento de los vínculos paternales entre maestros zapateros, procurando que, el compañerismo y la mutua consideración siempre impere en todos los actos privados y públicos que realice la Asociación.
- e) Establecer cooperativas de acuerdo con la Ley y Reglamento.
- f) Fundar una Caja de Socorro con el fin de ayudar a los socios en los casos de enfermedad, calamidad doméstica, invalidez, vejez en la forma y condiciones que se determinaran en el Reglamento Interno.
- g) Fundar un fondo mortuario para los funerales de estos miembros.

- h) Propender a la organización de los Maestros Zapateros de todo el país en una Federación Nacional.

2.2.4 Ubicación Geográfica de la empresa

La Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo está ubicada en la provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba, Parroquia Veloz, Ciudadela La Politécnica; en la calle Sarajevo Mz B #5 y Vilnius, frente a la entrada principal del Hospital Policlínico de Riobamba. Siendo un inmueble propio de la asociación.

Ilustración 1: Ubicación Geográfica "ASOMAZCH"

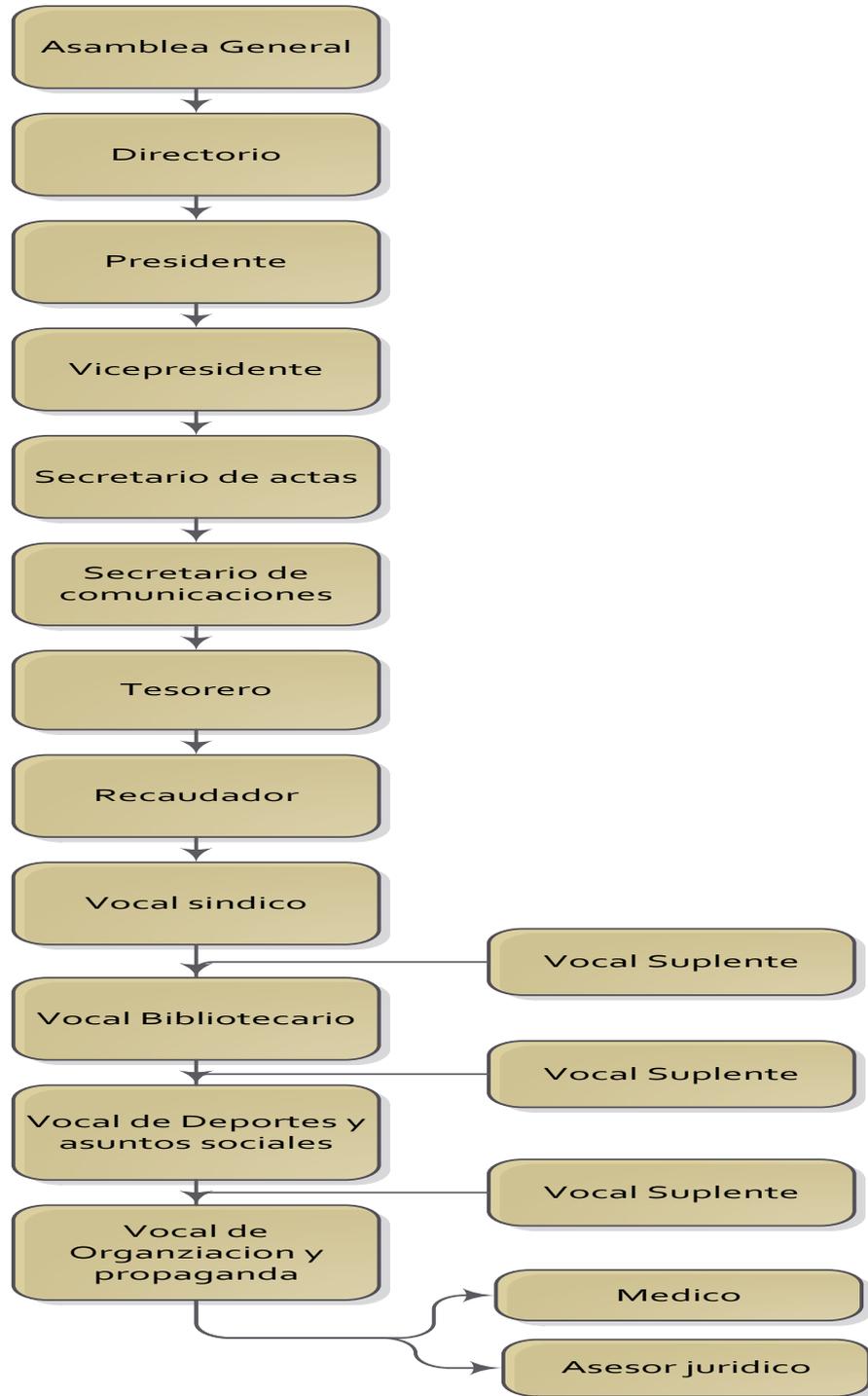


Fuente: ASOMAZCH

Elaborado por: Belén Valarezo

2.2.5 Estructura Organizacional (Propuesta)

Ilustración 2: Estructura Organizacional



Fuente: ASOMAZCH
Elaborado por: Belén Valarezo

Observando el Organigrama se puede identificar que la ASOMAZCH está formado por dos organismos importantes. La Asamblea General formada por todos los asociados; y el Directorio que es elegido por la Asamblea General.

2.2.6 Productos que Ofrece

La Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo ofrece calzado de cuero para damas y caballeros; en diferentes modelos y colores destinado para los diferentes gustos y preferencias de los chimboracenses.

En este proyecto se tomará en cuenta únicamente el calzado casual para mujer realizado con cuero procesado; ofreciendo con ello mejor calidad para los clientes.

Cada par de calzado es empacados en cajas de cartón lo suficientemente resistentes para su protección contra daños en el manejo y transporte, al interior están envueltos en papel seda para su mejor resguardo. Las caras externas de las cajas deben llevar impreso, en forma clara y visible, la talla y la identificación de cada par de zapatos.

2.2.7 Beneficios del calzado de cuero

El cuero es un producto natural utilizado para la producción de distintos artículos, utilizado en marroquinería y en la elaboración de calzado especialmente; al utilizar el cuero como la principal materia prima este brinda al artículo características insuperables que otros materiales no poseen.

Entre las principales ventajas de utilizar el cuero es que este material es muy duradero, un cuero de excelente calidad permite que no se pierdan sus propiedades, su color e incluso su firmeza. El cuero brinda una ventaja única a diferencia de otros materiales y es que este respira; es decir es un material permeable garantizando la transpiración del mismo; posee la cualidad de que en verano retiene el calor para que en los meses de invierno no se dañe.

Los artículos que son elaborados con cuero siempre han sido sinónimo de elegancia al momento de vestir además de ser un equivalente de que una persona conserva buen gusto a la hora de elegir sus prendas de vestir.

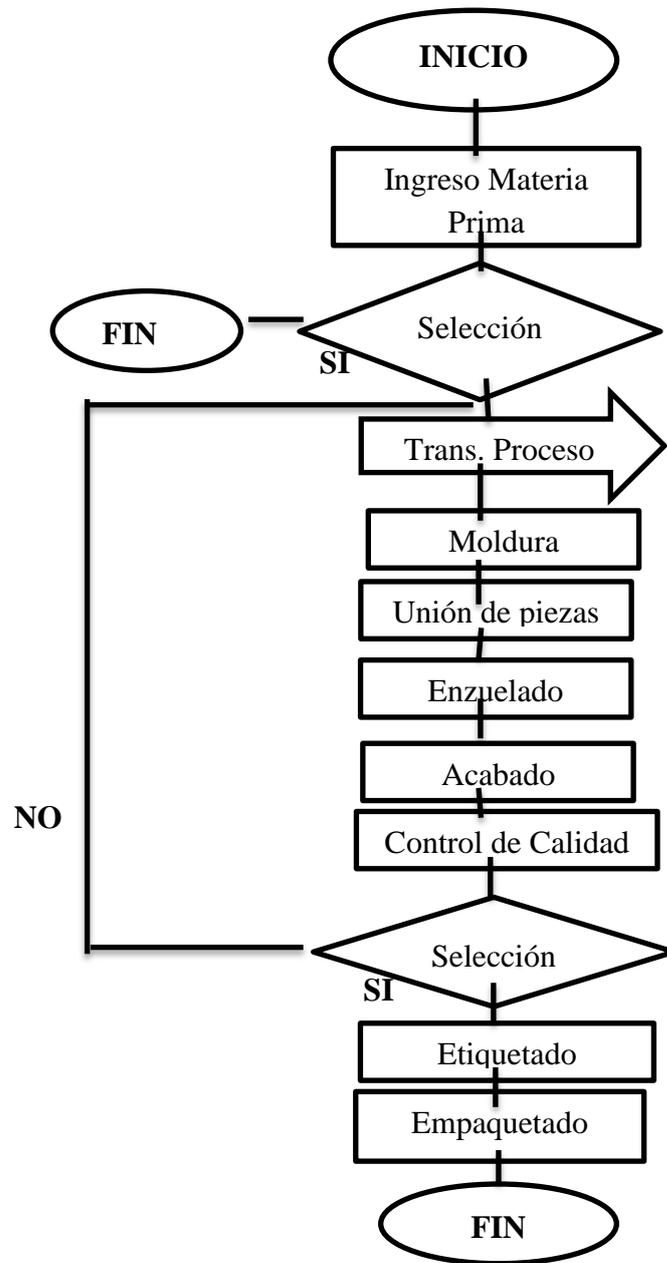
Es por estas razones que el uso del cuero en la fabricación de prendas de vestir al igual que en el calzado reflejan siempre estilo y moda. El cuero tiene propiedades que materiales sintéticos no poseen, por ejemplo el cuero es de tacto cálido mientras que el

sintético es frío; el estiramiento del cuero es mucho menor que los materiales sintéticos; el cuero su textura por los dos lados, la apariencia que le da al momento de la costura y el corte es muy diferente de otros materiales sintéticos. Por estas razones es que el calzado utiliza el cuero como su materia prima ya que sus propiedades permiten que se elabore un producto de excelente calidad y de larga duración.

2.2.8 Flujograma del proceso de producción de calzado

A continuación se presenta el flujograma del proceso de producción de calzado realizado en la Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo "ASOMAZCH".

Ilustración 3: Flujograma del proceso de producción de calzado



Fuente: ASOMAZCH
Elaborado por: Belén Valarezo

2.2.9 Descripción del proceso de fabricación.

1. Ingreso de Materia Prima: La elaboración de calzado de cuero se inicia con la aceptación de materia prima. La misma que debe pasar por un proceso de selección para continuar con el proceso; caso contrario es rechazado.

2. Transporte al área de proceso: Los materiales seleccionados se transportan al área de producción para comenzar su elaboración.

3. Moldura: Se realiza el corte de las piezas según los diseños respectivos.

4. Unión de piezas: Se reúnen las piezas de un lote para su posterior elaboración. Cada zapato lleva de 7 a 12 piezas según el modelo.

5. Maquinado de corte: En esta etapa del proceso lleva varios procesos; como son:

6. Montado: Se selecciona la horma de acuerdo a la numeración para conformar, fijar la planta a base de clavos, esto se hace manualmente utilizando una máquina especial para presionar y que quede bien realizado y conformado el zapato. Se montan puntas y talones. Después se realiza el proceso de asentar que consiste en hacer que el corte asiente perfectamente en la horma.

7. Ensuelado: Las suelas se compran hechas, primero se marca la suela, después se realiza el cardado, en la parte de la suela que se ha de pegar al corte en una máquina especial se hacen unas hendiduras para que el pegamento se impregne mejor y posteriormente se realiza pegado de suela de manera manual y por último se desmonta la horma.

8. Acabado: Se pegan las plantillas, se pintan los cantos de suelas y forros, se realiza el lavado del corte y forros con jabón especial; se desmancha el zapato de residuos del proceso productivo.

10. Etiquetado y Empaque: Se imprime el número de modelo número de cada par de zapatos y se guarda el producto en cajas de cartón envueltos en papel seda para mayor protección.

11. Almacenamiento del producto terminado: Este es el último paso del proceso de producción. Posteriormente se los exhibe en vitrinas para su exhibición de acuerdo al estilo y número de calzado.

2.2.10 Análisis FODA

El análisis FODA, consiste en reunir información tanto del entorno como la situación dentro de la organización; teniendo como fin encontrar solución a los problemas que se presenten para formar una mejor relación entre las tendencias que se perciben del ambiente externo y el potencial propio de la organización.

Fortalezas.- Son aspectos internos ocurridos en la organización; son puntos favorables los cuales se debe mantener y mejorar para un posicionamiento favorable.

Oportunidades.- Son aquellas situaciones del entorno que afectan en la toma de decisiones de la organización; esta fuera del control de la misma.

Debilidades.- Son limitaciones o inconsistencias en la organización, las mismas que constituyen un obstáculo para la consecución de los objetivos. Son los recursos internos que posee la organización.

Amenazas.- Son circunstancias del entorno desfavorable para la empresa que de no tomarse medidas necesarias oportunamente pueden afectar negativamente la marcha de la institución.

A continuación se presenta el análisis FODA de la Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo "ASOMAZCH".

Tabla 1: Análisis FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANALISIS INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ASOMAZCH es una organización consolidada para la elaboración de calzado. ➤ Los asociados son personas con gran experiencia en la producción de calzado. ➤ Ofrecen sus productos de calidad y a precios cómodos tomando en cuenta que son bienes de cuero legítimo procesado. ➤ existen capacitaciones periódicamente para todos los socios. ➤ Brindan cursos de capacitación sobre la realización de calzado para el público en general. ➤ Materia prima disponible localmente. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de un plan de comercialización para la ASOMAZCH. ➤ Participación en las ferias. ➤ Poca difusión del producto a nivel nacional.
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANALISIS EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Política de Salvaguardia para el calzado ecuatoriano. ➤ Apoyo del gobierno central en cuanto a permisos y procesos de exportación. ➤ Política de apertura de nuevos mercados. ➤ Trámites aduaneros se los realiza ágilmente. ➤ Acuerdos Comerciales. ➤ Gusto por bienes elaborados artesanalmente. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Futuros competidores. ➤ Políticas gubernamentales cambiantes. ➤ Competidores con precios más bajos para aumentar su demanda. ➤ El contrabando. ➤ Cambio en los gustos y preferencias de los clientes. ➤ Carencia de fuentes de financiamiento.

Fuente: ASOMAZCH
Elaborado por: Belén Valarezo

CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO

3.1 DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO

El significado de mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten necesidad o deseos determinados que se pueden satisfacer mediante las relaciones de intercambio. (Kotler & Armstrong, 2008).

También se puede referir a las transacciones comerciales, en donde se refleja dos partes; el vendedor y el comprador, el primero será quien ofrezca diversos productos o servicios y el segundo es quien desea o necesita dicho bien para poder satisfacer sus necesidades.

Realizar un estudio de mercado debe servir para tener una idea clara de la cantidad de consumidores que tendrán la posibilidad de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante cierto periodo de tiempo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.

Como resultado de un estudio de mercado se obtendrá información en cuanto a las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente, también sirve como indicador para conocer el tipo de clientes que están interesados en el producto ofertado y de esta manera servirá para orientar la producción que deberá realizar la “ASOMAZCH” para cubrir este tipo de mercado; así también se puede saber el precio al que se puede ofrecer, la inversión que se debe hacer para llevar a cabo el desarrollo del proyecto y por consiguiente los canales de distribución para que dicho producto llegue hasta los clientes sin ninguna dificultad.

Por estas y más razones es importante realizar un estudio de mercado previo a una inversión para ofrecer bienes o servicios.

3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Definir el mercado objetivo.
- Analizar las características y el comportamiento del consumidor.
- Cuantificar el tamaño del mercado y sus tendencias.
- Establecer las oportunidades estratégicas que existen en él.

3.3 RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y GUATEMALA.

A través de los años las relaciones comerciales entre Ecuador y Guatemala han sido beneficiosas para dichos países; cabe mencionar que actualmente se cuenta con un acuerdo comercial favorable para los productos ecuatorianos en el mercado de Guatemala, el **Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica entre Guatemala y Ecuador** firmado en el 2013, el mismo que establece beneficios para ambos países; fomentando las relaciones económicas y comerciales, contribuyendo así a impulsar el proceso regional de integración económica latinoamericana, orientando a mejorar el desarrollo de las partes en el ámbito de comercio internacional.

Entre los objetivos del Acuerdo de Alcance Parcial está el otorgamiento de preferencias arancelarias y la eliminación de obstáculos no arancelarios que permita facilitar el comercio entre los países mencionados, la profundización de las relaciones entre los sectores productivos, considerando las necesidades especiales de las pequeñas unidades productivas o empresas de minorías, micro, pequeñas y medianas empresas, a fin de alcanzar un comercio inclusivo; así como también el establecimiento de un sistema ágil, justo, transparente, efectivo y previsible para la solución de controversias comerciales, que privilegie el diálogo entre las Partes para alcanzar soluciones mutuamente satisfactorias; así también otro de los objetivos es impulsar la integración latinoamericana a través de un comercio bilateral que busque la profundización de intercambio de mercancías con valor agregado y mercancías de calidad que garanticen el patrimonio natural y el uso de tecnologías limpias. (Proecuador, Proecuador, 2014)

La aplicación del convenio permite el acceso inmediato a 593 productos con 100% de desgravación arancelaria. Además desgrava los aranceles de 84 productos entre 20% y 100% a lo largo de 3 y 7 años.

Los principales productos ecuatorianos de exportación hacia Guatemala son los camarones, cocinas a gas para uso doméstico, sanitarios y lavabos, productos farmacéuticos, elaborados de cacao, harina de pescado, productos plásticos, calzado, artículos de marroquinería, entre otros. (Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica, 2013).

3.4 COMERCIO BILATERAL ENTRE ECUADOR Y GUATEMALA

3.4.1 Principales productos de exportación de Ecuador a Guatemala.

A continuación se mostrará las exportaciones no petroleras desde Ecuador hacia Guatemala en el periodo 2009-2014 con una tasa anual creciente del 26%.

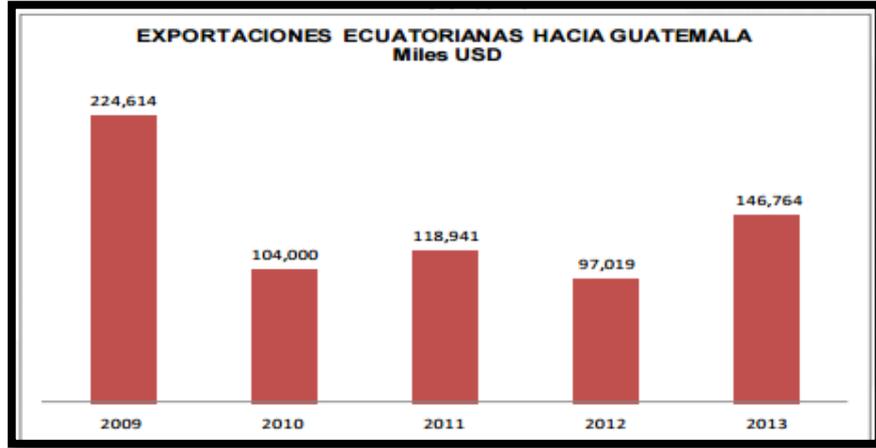
Tabla 2: Productos de Exportación Ecuador-Guatemala

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	PARTICIPACIÓN 2014 %
0306.16.00.00	Camarones, langostinos y demás decápodos de agua fría congelados.	19.97
7321.11.19.00	Demás cocinas de combustibles gaseosos.	18.30
0306.17.19.00	Los demás langostinos congelados.	8.83
4901.99.90.00	Las demás impresiones no contempladas en otras partidas.	6.74
7321.11.12.00	Estufas de mesa.	4.79
3902.10.00.00	Polipropileno.	4.58
0306.17.91.00	Camarones de río de los géneros Macrobrachium congelados.	3.58
1604.13.10.00	Sardinias, sardinelas en salsa de tomate.	3.19
1504.20.10.00	Aceite de pescado en bruto.	2.46
1803.10.00.00	Pasta de cacao sin desgrasar.	2.02

Fuente: Oficina Comercial Ecuador-Guatemala. MIPRO
Elaborado por: Belén Valarezo

Las exportaciones no petroleras desde Ecuador hacia Guatemala en el periodo 2009-2014 han tenido con una tasa anual creciente del 26%; los camarones y productos de mar en estado congelado así como productos de línea blanca son los más demandados por Guatemala.

Ilustración4: Evolución de Exportaciones Ecuatorianas



Fuente: Proecuador 2014

Elaborado por: Belén Valarezo

Como se puede ver en el gráfico las exportaciones de Ecuador hacia Guatemala en el 2009 representado en miles de USD fue de 224.614, para el año siguiente 2010 bajo a 104.000 representando casi el 50%, en el 2011 hubo cierto incremento en las exportaciones y en el 2012 decreció a diferencia del año anterior hasta llegar a el 2013 con USD 146.764 miles. Lo cual ha favorecido al sector económico del nuestro país dejando buenos resultados, concluyendo que Guatemala es un socio comercial importante para Ecuador

3.4.2 Principales productos de exportación de Guatemala a Ecuador.

Tabla 3: Productos de Exportación Guatemala - Ecuador

PARTIDA	DESCRIPCION	PARTICIPACION 2014 MILES USD FOB
3904.10.20.00	Poli cloruro de vinil obtenido por polimerización en suspensión.	3,843
3808.91.92.00	Insecticidas, raticidas o demás sustitutos de piretro.	3,820
4707.10.00.00	Papel o cartón kraft crudo o papel o cartón corrugado.	3,532
3808.92.99.00	Demás insecticidas a base de bromuro de metilo.	1,998
3004.90.29.00	Medicamentos para uso humano para usos terapéuticos para la venta al por menor.	1,807
3402.20.00.00	Preparaciones para la venta al por menor de agentes de superficie orgánicos.	1,591
1704.90.90.00	Demás artículos de confitería sin cacao, excepto chicles y gomas de mascar.	1,290
3105.90.90.00	Abonos minerales o químicos.	1,146
32.04.11.00.00	Colorantes orgánicos sintéticas y preparaciones.	826
3808.99.99.00	Los demás insecticidas.	736

Fuente: Oficina Comercial Ecuador-Guatemala. MIPRO.

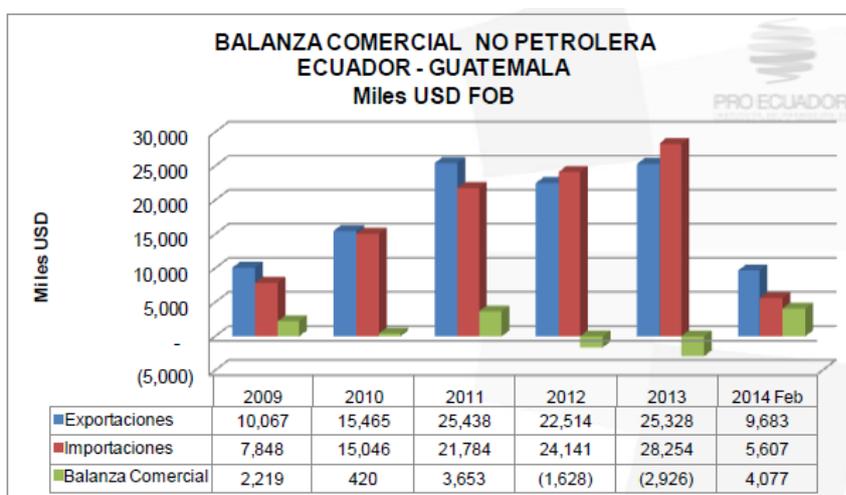
Elaborado por: Belén Valarezo

Según informes de la Oficina Comercial de Ecuador en Guatemala, el principal producto que Guatemala exporta hacia Ecuador es poli cloruro de vinil obtenido por polimerización en suspensión con un valor FOB en miles de USD 3,843 ; seguido del papel y cartón que en el año 2013 tuvo una participación del 20.4%, alcanzando los

US\$4.5 millones, con un crecimiento promedio anual de 19.6%, US\$2.7 millones para septiembre del 2013.

Uno de los productos que vale la pena destacar es el de productos diversos de la industria química que ha mostrado un crecimiento promedio anual constante de 75.6%, alcanzando la suma de US\$1.9 millones y 8.6% de participación para el año 2012 y US\$1.5 millones para el mes de septiembre 2013. El resto de productos representan el 35%.

Ilustración 5: Balanza Comercial No Petrolera Ecuador- Guatemala



Fuente: Oficina Comercial Ecuador-Guatemala. MIPRO.
Elaborado por: Belén Valarezo

Como se puede observar las exportaciones de Ecuador hacia Guatemala han superado las importaciones; con excepción del periodo 2012-2013 que en la balanza comercial ecuatoriana ha existido déficit. En el último año se puede observar que el resultado de las exportaciones no petroleras ha superado a las importaciones dejando como resultado un total de USD 4,077 a favor de nuestro país, esto gracias al Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica a favor de Ecuador y los productos que aquí se producen.

3.5 MERCADO DE GUATEMALA

Se ha escogido a Guatemala como país destino del calzado elaborado por artesanos riobambeños, debido a que este país y su capital son los lugares más importantes para el intercambio de bienes en América Central, siendo así el país con mayor movimiento comercial de la región, gracias a la ubicación y la facilidad de transportación de los productos importados.

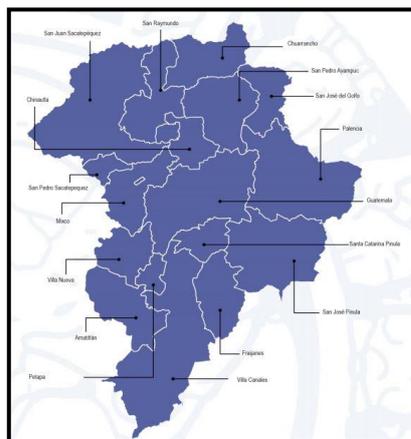
Esta situación en la que se encuentra Guatemala incentiva a los inversionistas extranjeros a comenzar cualquier tipo de negocios en este país.

Además que la relación comercial entre Guatemala y Ecuador tiene muchos beneficios; contando con el Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica anteriormente analizada que beneficia la entrada de varios productos ecuatorianos a dicho país con bajos impuestos arancelarios; entre uno de ellos el calzado de cuero, que es el bien que se está presentando en el presente proyecto.

Como beneficios de dicho acuerdo ha generado avances trascendentales en cuestiones comerciales; así como la reducción de costos, aumentando de tal manera el comercio entre ambos países, convirtiéndose en sectores atractivos para la inversión; ofreciendo productos de mayor calidad y la oferta de bienes y servicios generando empleos para la población.

3.5.1 Características Generales

Ilustración 6: Mapa de Guatemala



Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Guatemala (INE)
Elaborado por: Belén Valarezo

La República de Guatemala está situada en el istmo centroamericano, su capital es Guatemala de la Asunción. Al norte y al oeste limita con México, al este con Belice, el mar Caribe y Honduras, al sudeste con El Salvador y al sur con el Océano Pacífico. Guatemala tiene una extensión de 108,889 Km², de los cuales, 2,500 km² corresponden a ríos y lagos. El lago de Atitlán, a 1,562 metros de altitud, es el más famoso.

Su desarrollo se ha visto afectado en incontables ocasiones por desastres naturales, terremotos en su mayoría, que han devastado la ciudad y sus alrededores retrocediendo en ella años de desarrollo. La ciudad de Guatemala es la capital económica, gubernamental y cultural de la República. Funciona también como el principal puerto de entrada en el país, con el Aeropuerto Internacional La Aurora, y la mayoría de las principales autopistas en el país conducen a la ciudad.

La temperatura media de la ciudad capital es de 18° centígrados. La temperatura media máxima se sitúa en 25°C y la media mínima en 12°C. La temporada de lluvias se inicia en junio y termina en octubre y la seca empieza en noviembre y termina en mayo.

De acuerdo con la información del Instituto Nacional de Estadística de Guatemala la población en 2014 es de 16,106,676 habitantes, con una tasa de crecimiento de 2.39% con relación a 2013. Guatemala es el país más poblado de Centroamérica y concentra el 34.6% del total de la población de la región. (SIECA, 2013)

El 50% de la población se denomina ladina, la cual es el centro de la vida económica y política del país; está conformada por blancos de origen europeo y mestizos. Según el Instituto Nacional de Estadísticas de Guatemala -INE-, el 40% de la población es indígena y habla alguno de los 21 idiomas mayas, quienes viven en el altiplano en el oeste y norte del país. El resto de la población se divide en: garífunas de la costa caribeña 4% y xinkas en el Pacífico, 6%.

El 51% de la población está compuesto de mujeres y el 49% son hombres. El 68.42% de la población es menor de 30 años y el 39,97% es menor de 15 años y en sus tres cuartas partes se encuentra en el medio rural, lo que se estima que generará una gran presión sobre el mercado laboral en los próximos años. (INE, 2013)

Moneda y cotización

La unidad monetaria en Guatemala es el quetzal, el mismo que tiene cien centavos. Según datos del Banco Central de Guatemala; el tipo de cambio, a mayo de 2014, se situó en 7.75 quetzales por un dólar manteniendo estabilidad en los últimos 5 años. Respecto al tipo de cambio, Guatemala mantiene un régimen de flotación libre, con una cotización diaria respecto al dólar de los Estados Unidos.

Otra característica importante del régimen cambiario en Guatemala es que existe una libre negociación de divisas. Todos los bancos del sistema están habilitados para vender y comprar dólares, aunque hay que llenar unos formularios para control estadístico.

Organización administrativa y territorial del Estado

El territorio de la República se divide para su administración en 22 departamentos y éstos en 330 municipios. La administración es descentralizada y se establecen regiones de desarrollo con criterios económicos, sociales y culturales que pueden estar constituidas por uno o más departamentos para dar un impulso racionalizado al desarrollo integral del país.

La ciudad de Guatemala como capital de la República y su área de influencia urbana constituyen la región metropolitana. El gobierno municipal es ejercido por un concejo integrado por el alcalde, los síndicos y concejales, electos directamente por sufragio universal y secreto. (Gobierno de Guatemala, 2015)

La Administración Económica y Comercial.

La administración económica del país está en manos del Ministerio de Finanzas Públicas responsable de la elaboración de los presupuestos del Estado. Con carácter independiente, la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) es responsable de la recaudación fiscal y de las aduanas.

El Ministerio de Economía lleva todos los aspectos relativos al comercio interior y exterior, a la política de integración centroamericana, así como las negociaciones comerciales y la promoción de Guatemala en el exterior.

La Secretaría General de Planificación Económica (SEGEPLAN) es la que se ocupa de coordinar toda la política de cooperación internacional y los proyectos del Estado que requieren de financiación internacional.

El Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda es una de las carteras del estado que más recursos recibe para proyectos de inversión en infraestructura vial, habitacional, etc.

Durante los últimos 29 años, Guatemala ha pasado por un rápido proceso de apertura comercial y privatización de la mayoría de sus servicios públicos, salvo los puertos marítimos, empresas nacionales que manejan el 78% del total de la carga del comercio exterior del país.

Principales sectores de la economía.

Las principales actividades económicas de Guatemala son la agricultura, la industria manufacturera, el comercio, la pesca, la minería, la construcción, el turismo, la banca, el sector de la enseñanza y el sector de la salud. Los sectores de industrias manufactureras y servicios han sido los de mayor crecimiento entre 2013 y 2014.

- **Agrícolas y de consumo.**-Según el Banco de Guatemala (2014), la agricultura contribuye con el 13.6% del PIB y constituye el 26% del total de las exportaciones. La agricultura ha incorporado el uso de tecnología, contribuyendo al dinámico crecimiento del transporte y la logística. Entre los principales productos del sector agrícola están: caña de azúcar, maíz, banano, café, granos (fréjol), cardamomo, ganado, ovejas, cerdos, avicultura.

- **Industriales Manufacturera y de servicios.**-La industria manufacturera representa el 17.9 % de la economía, siendo el sector más importante dentro del PIB y está representada por una diversidad de subsectores. Entre los más importantes se pueden mencionar alimentos, bebidas y tabaco, que representan el 32% de, la producción industrial y textiles, vestuario y calzado, con 23%. Los principales productos del sector industrial: azúcar, textiles y ropa, mobiliaria, farmacéuticos, químicos, petróleo, metales, caucho.El sector de servicios

representa el 15.9 % de la economía siendo el segundo sector más importante dentro del PIB.

3.5.1.1 Principales Indicadores

Tabla4: Indicadores Generales

Nombre Oficial	República de Guatemala
Capital	Nueva Guatemala de la Asunción
Población 2014	16.106,676
Crecimiento Poblacional	2.39 %
Extensión territorial	108,889 Km ² ; 2,500 km ² corresponden a ríos y lagos
Densidad Poblacional	145 habitantes por km ²
División Política	22 departamentos y 330 municipios
Idioma Oficial	Español
Moneda	Quetzal
Tasa de cambio	7.70 Quetzales por 1 dólar americano
Inflación	3.55%
Pib2014	USD 57 Mil millones
Pib Per Cápita	USD 3.730.00

Fuente: Banco de Guatemala.
Elaborado por: Belén Valarezo

3.5.2 Comercio Exterior de Guatemala

3.5.2.1 Exportaciones

Las exportaciones de Guatemala al mundo, durante el periodo 2009-2014 crecieron en 7.16%, alcanzando un valor de 10.031 millones de dólares en 2014. (BANGUAT, 2015)

El monto total de las exportaciones del comercio general de Guatemala, a diciembre de 2014, se situó en USD \$10,126,2 millones, una reducción de -1.7% menos que el registrado a fines de 2012 (USD \$10,242 millones). Los productos con mayor participación en las exportaciones del 2013, fueron: azúcar de caña, con USD \$941 millones (9.35%); Café con USD \$714.795 millones (7.1%); plátanos con USD \$604.117 millones (6.0%); minerales de plata y sus concentrados.

Principales mercados de exportación.

Los mercados de exportación de Guatemala son 140 y los principales destinos de las exportaciones a diciembre de 2014 fueron:

Tabla5: Principales Países de exportación 2014

País Destino	Millones USD	%
Estados Unidos	3 786.067.032	37.74
MCCA	3 020.121.816	30.11
México	469.592.401	4.68
Europa	672.647.836	6.71
Resto del mundo	2 082.741.009	20.76

Fuente: Oficina Comercial del Ecuador en Guatemala
Elaborado por: Belén Valarezo

3.5.2.2 Importaciones

En relación a las importaciones de Guatemala desde el mundo, estas crecieron en 9%, en los últimos 5 años, ya que pasaron USD11.531 millones en 2009 a USD 17.514 millones al 2014. (BANGUAT, 2015).

Según información obtenida en el Trade Map, los productos de importación en Guatemala ascienden a 5,321 en el 2013, el monto total de las importaciones realizadas en este año se situó en USD \$ 17 513,3 millones, superior en USD \$ 525 millones (2.3%) al registrado en 2012 (USD \$ 16,987 millones).

Los principales productos de importación se encuentran en el sector petrolero, incluyendo sus derivados y el sector automovilístico. También existen importaciones importantes de medicamentos, químicos, textiles, maíces y trigo. Los productos de mayor crecimiento se presentaron durante 2009 al 2013 fueron hulla y bituminosa (32.2%), vehículos automóviles con carga superior a 5t (28.5%), teléfonos celulares (17.1%).

Países proveedores de Guatemala.

Los proveedores más importantes de Guatemala durante el 2014 fueron 205 países, a continuación se detalla los principales:

Tabla 6: Países Proveedores de Guatemala

País	%
Estados Unidos	37.2
México	8.2
China	7.20
Colombia	4.3
Ecuador	3.1
Chile	2.3
Brasil	1.8

Fuente: Oficina Comercial de Ecuador en Guatemala.
Elaborado por: Belén Valarezo

3.5.3 Balanza Comercial de Guatemala

Durante el período 2008-2012, el saldo comercial de Guatemala se presenta deficitario. Este se recuperó significativamente en el 2009, a USD -4,317 millones, sin embargo en los años siguientes esta brecha sigue aumentando.

Tabla 7: Balanza Comercial de Guatemala

BALANZA COMERCIAL : GUATEMALA (MILES USD)				
	2010	2011	2012	2013
Exportaciones	7.213.674	8.466.206	9.978.703	10.031.170
Importaciones	13.838.305	16.612.982	16.994.375	17.514.687
Total Balanza Comercial	-6.624.631	-8.146.778	-7.015.672	-7.483.517

Fuente: Banco de Guatemala
Elaborado por: Belén Valarezo

3.6 LA DEMANDA

Para conceptualizar la demanda existen varios criterios, según los expertos en mercadotecnia y economía la demanda es un factor dominante en la vida de las empresas, así para Kotler, (2002) en su libro "Dirección de Marketing", la demanda es el deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago.

Mientras que par Laura Fisher, (2011) autora del libro "Mercadotecnia", la demanda se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado.

3.6.1 Análisis de la Demanda

En Guatemala la industria local debe competir con calzado que ingresa desde China a precios muy bajos por medio de prácticas ilegales como el contrabando, subfacturación y envío de zapatos nuevos como usados para no pagar arancel.

Durante el 2012 la exportación de calzado generó \$35 millones, mientras que al cierre del 2014 dicha cifra registraba una reducción de \$4,2 millones. Caso contrario se presenta con la importación, que entre el 2012 y 2013 ascendió a \$143 millones y en 2014 aumentaron en \$7 millones, según cifras del Banco de Guatemala (Banguat).

De acuerdo a la información divulgada por la Gremial de calzado de Guatemala en el año 2008, el calzado es una de las industrias más dinámicas del país debido a que existe

aproximadamente 300 empresas dedicadas a este negocio; generando así 31.500 empleos directos e indirectos. Según datos de la gremial, se producen al año 24 millones de pares de zapatos, lo que sería el equivalente a US \$144 millones. (Martínez de Zarate, 2008)

Guatemala de la Asunción como capital de dicho país es el principal centro de consumo de calzado en el país; desde ahí parte la demanda para sectores urbanos y rurales de dicha nación.

Los gustos y preferencias entre los consumidores guatemaltecos varían, pero se debe mencionar que Guatemala es un país conservador, por lo que consideran el calzado negro como básico pero al mismo tiempo esencial. La demanda de calzado varía según el gusto y la necesidad del comprador, pues entre los diversos tipos de calzado en el mercado se encuentra el calzado de trabajo como botas de uso agrícola e industrial, también se puede analizar el uso de calzado deportivo y calzado con suela de caucho, plástico que se usa de manera cotidiana y poco casual como sandalias y pantuflas.

Los principales productos que los habitantes guatemaltecos compran y en su mayoría son importados por dicho país están bienes del sector agropecuario; productos que son de consumo masivo como el ajo, algodón, animales de ganadería, arroz entre otros. Por otro lado también está el uso de bienes manufacturados y productos de procedencia extractiva como el aluminio, cobre, cemento, acero entre otros.

A continuación se presenta un cuadro de los principales productos manufacturados de mayor demanda en Guatemala con sus respectivos valores en dólares en exportaciones e importaciones.

Tabla 8: Principales Productos de Consumo en Guatemala

	EXPORTACIONES			IMPORTACIONES		
	TOTAL	ENERO	FEBRERO	TOTAL	ENERO	FEBRE RO
MANUFAC TURA	1055,145,606	510174,257	544,971,349	2032,440,89	1052,734,137	979,706,753
ART.DE VESTUARI O	192,241,760	94,499,938	97,741, 822	25,082,195	12,135,121	12,947,074
CALZADO	4,528,430	2,246,968	2,281,462	20,074,947	8,415,831	11,659,116
JOYERIA DE FANTASIA	0	0	0	18,149	1,619	16,523

Fuente: Banco de Guatemala
Elaborado por: Belén Valarezo

3.6.2 Segmentación del Mercado

Tabla 9: Población Femenina de Guatemala por edades

EDADES	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
25-29	557.507	574.531	590.746	605.369	618.379	631.218	845.313
30-34	460.950	477.752	494.657	512.000	529.658	547.355	564.642
35-39	371.538	386.992	402.681	418.727	435.132	451.857	468.844
40-44	297.990	309.479	321.849	335.281	349.525	364.440	379.854
45-49	241.175	250.500	260.145	270.025	280.185	290.871	302.301
50-54	201.734	205.720	211.040	217.887	225.719	234.353	243.592
55-59	175.712	179.969	184.214	188.056	191.263	194.547	198.488
60-64	139.406	146.624	152.936	158.245	162.944	167.271	171.436
65 y mas	307.495	317.065	327.787	339.856	352.724	366.327	380.456
TOTAL	7.004.282	7.180.208	7.358.328	7.539.797	7.720.506	7.903.145	8.387.279

Fuente: Secretaría de Integración Económica de Centro América (SIECA)
Elaborado por: Belén Valarezo

La población objetivo será mujeres desde 25 hasta 49 años; debido a que los modelos que serán exportados se dirige a dicho grupo de personas, pues como criterio de segmentación se ha tomado en cuenta el género; las mujeres son las personas que compran calzado frecuentemente debido a la influencia de la moda. De este segmento se tomará en cuenta aquellas personas que se encuentren entre la Población Económicamente Activa, pues de aquí dependerá el ingreso económico para que puedan pagar por un par de zapatos de buena calidad.

Según la Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos (ENEI), aproximadamente 9.9 millones de personas tienen 15 o más años de edad, las que constituyen la Población en Edad de Trabajar (PET), y de ellas, 5.9 millones conforman la Población Económicamente Activa (PEA), lo que da como resultado que, a nivel nacional, 60 de cada 100 personas en edad de trabajar, estén laborando o buscando un empleo.

La comparación de los ingresos mensuales por sexo revela que los hombres siempre obtienen ingresos promedio superiores. Esta diferenciación se la realiza entre el sector urbano metropolitano en donde los ingresos del hombre como trabajador independiente son mayores a los de la mujer. En tanto que, dentro de las mujeres, las asalariadas del mismo sector son las que obtienen los niveles de ingresos promedio más altos. Así se puede observar en el siguiente cuadro tomado de la Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos (ENEI).

Tabla 10: Ingreso mensual por sexo.



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos - ENEI-2013

Elaborado: Belén Valarezo

3.6.3 Gustos y preferencias

En Guatemala el calzado de plástico o de caucho así como el calzado deportivo tiene mayor nivel de preferencia debido a que el nivel de precios es relativamente más bajo que otro tipo de calzado, estos pertenecen de cierto modo a un segmento socioeconómico bajo. El factor más importante de compra para los consumidores guatemaltecos es ciertamente el precio, aunque también valoran de también la calidad del producto.

Otra de las variables que toman en cuenta los consumidores de este país al momento de comprar son; la calidad, comodidad, suavidad, estilo y moda, en segmentos económicos superiores interviene la marca.

Las mayores ventas de calzado en Guatemala se dan de enero a marzo, junio y julio y a finales del año que son influenciadas por los siguientes factores:

- **Condiciones climáticas.-** La estación de verano se da entre noviembre y abril mientras que el invierno se presenta de mayo a octubre.
- **Pago a los trabajadores de economía formal.-** En el mes de julio los trabajadores reciben un salario extraordinario denominado "Bono 14" y en el mes de diciembre otro llamado "Aguinaldo". La liquidez de dichas temporadas impulsa la compra de calzado.
- **Ciclo escolar.-** Aquí el calzado escolar tiene prioridad, en enero y febrero se notan los movimientos de compra – venta de este tipo de calzado.

De preferencia el consumidor en lo referente a colores el público de Guatemala se caracteriza por ser conservador, siendo el negro y el café los colores de mayor demanda y el blanco en el caso del calzado deportivo. Las ventas de calzado se realizan generalmente en zapaterías, boutiques o tiendas por departamento.

3.6.4 Precios

Los precios de calzado varían de acuerdo a modelo, calidad y marca; en el mercado de Guatemala existe calzado de todo tipo; siendo el calzado para uso agrícola el más barato, seguido del calzado deportivo y finalmente el de cuero natural.

Es necesario mencionar que en Guatemala la producción de calzado sintético y material de PVC es común, debido a la gran demanda de este tipo de calzado; los zapatos deportivos o tenis como comúnmente es conocido en dicho país es importado desde varios países principalmente desde China que es el proveedor importe de este tipo de calzado.

A continuación se indica un cuadro comparativo de precios de diferente tipo de calzado.

Tabla 11: Precios de Calzado en Guatemala

Nombre del producto	Marca	Presentación	País de origen	Precio al consumidor \$	Imagen
Bota de plástico PVC	Toro y Toy	Caja	Guatemala	10.29	
Tenis	Jaguar	Caja	China	30.00	
Zapatilla	D*lexía	Caja	China	27.50	
Zapato de tacón con textil arriba	D*lexía	Caja	China	35.80	
Zapato de cuero con tacón	Nine& Co	Caja	China	64.20	

Fuente: Oficina Comercial de Ecuador en Guatemala. Proecuador.

Elaborado por: Belén Valarezo

3.7 METODOLOGÍA PARA EL CÁLCULO DE LA DEMANDA

La metodología que se aplica para la determinación de la Demanda es la del Consumo Nacional Aparente, se analizará la producción nacional de Guatemala, las importaciones y exportaciones de este país.

3.7.1 Consumo Nacional Aparente

El Consumo Nacional Aparente es la producción del país en estudio más las importaciones y menos las exportaciones, del producto en estudio. El método del Consumo Aparente para la cuantificación de la demanda se lo realizará a través de la fórmula del Consumo Nacional Aparente (CNA). La fórmula es la siguiente:

$$\text{CNA} = \text{P} + \text{M} - \text{X}$$

Dónde:

CNA=Consumo Nacional Aparente de un país

P=Producción Nacional

M= Importaciones

X=Exportaciones

3.7.2 Cuantificación de la Demanda (Importaciones)

En este caso, se define como la cantidad de bienes que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer una necesidad en un espacio y tiempo definido. A continuación, se demuestran las importaciones de Guatemala en los últimos 5 años de calzado de cuero.

Tabla 12: Importaciones de calzado de Guatemala

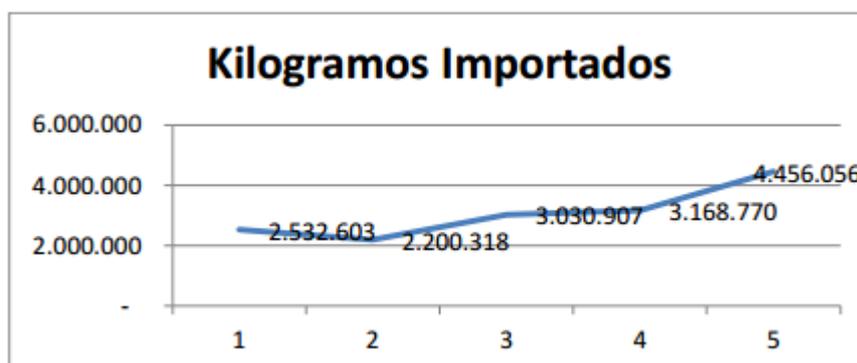
Años	Kilogramos Importados
2008	2,532,604
2009	2,200,318
2010	3,030,907
2011	3,168,770
2012	4,456,056

Fuente: Trade Map (MCCA)

Elaboración: Belén Valarezo

Gráficamente está representado de la siguiente manera:

Ilustración 7: Importaciones de Calzado de Guatemala



Fuente: Trade Map (MCCA)

Elaborado por: Belén Valarezo

Como se puede observar se nota claramente que las importaciones de calzado a Guatemala ha incrementado en los últimos 5 años.

3.7.3 Proyección de las Importaciones

Se proyectará la demanda de Guatemala para los siguientes 10 años, para lo cual se utilizará como herramienta de cálculo el modelo de regresión lineal simple, en donde se utilizan los datos estadísticos de las importaciones de los 5 años que anteriormente se

mencionaron; en este método la variable dependiente se predice en función de una sola variable independiente. La ecuación de regresión lineal es:

$$Y'c = a+bx$$

Dónde:

Y'c: Valor estimado de la variable dependiente para un valore específico de la variable dependiente X1

a : El punto de intersección de la línea de regresión con el eje X2

b: Es la pendiente de la línea de regresión

$$a = \frac{\sum y}{n} \qquad b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Tabla 13: Cálculo de Importaciones (Trade Map)

IMPORTACIONES						
Años	a	X	x= X - X	B	Y - Y	X ²
2008	2,532,603	-	2	1,090,255.60	- 545,128	4
2009	2,200,318	1	1	877,412,80	- 877,413	1
2010	3,030,907	2	0	0.00	- 46,824	-
2011	3,168,770	3	1	91,039,20	91,039	1
2012	4,456,056	4	2	2,756,650,40	1,378,325	4
TOTAL	15,388,654		10	4,815,358.00	-	10.0
Promedio	3,077,730.80	2.0				

Fuente: Trade Map (MCCA)

Elaboración: Belén Valarezo

- Promedio de “a”:

$$\mathbf{a} = \frac{15,388,654}{5}$$

$$\mathbf{a} = 3,077,730.80$$

- Promedio de “b”:

$$\mathbf{b} = \frac{4,815,358.00}{10}$$

$$\mathbf{b} = 481,535.80$$

$$\mathbf{Y'c} = \mathbf{a} + \mathbf{bx}$$

$$\mathbf{Y (2013)} = 3,077,730.80 + 481,535.80(3) = \mathbf{4,522,338.20}$$

$$\mathbf{Y (2014)} = 3,077,730.80 + 481,535.80(4) = \mathbf{5,003,874.00}$$

$$\mathbf{Y (2015)} = 3,077,730.80 + 481,535.80(5) = \mathbf{5,485,409.80}$$

$$\mathbf{Y (2016)} = 3,077,730.80 + 481,535.80(6) = \mathbf{5,966,945.60}$$

$$\mathbf{Y (2017)} = 3,077,730.80 + 481,535.80(7) = \mathbf{6,448,481.40}$$

$$\mathbf{Y (2018)} = 3,077,730.80 + 481,535.80(8) = \mathbf{6,930,017.20}$$

$$\mathbf{Y (2019)} = 3,077,730.80 + 481,535.80(9) = \mathbf{7,411,553.00}$$

$$\mathbf{Y (2020)} = 3,077,730.80 + 481,535.80(10) = \mathbf{7,893,088.80}$$

$$\mathbf{Y (2021)} = 3,077,730.80 + 481,535.80(11) = \mathbf{8,374,624.60}$$

$$\mathbf{Y (2022)} = 3,077,730.80 + 481,535.80(12) = \mathbf{8,856,160.40}$$

$$\mathbf{Y (2023)} = 3,077,730.80 + 481,535.80(13) = \mathbf{9,337,696.20}$$

Tabla 14: Demanda de calzado 10 años

Año	Kg
2014	5,003,874.00
2015	5,485,409.80
2016	5,966,945.60
2017	6,448,481.40
2018	6,930,017.20
2019	7,411,553.00
2020	7,893,088.80
2021	8,374,626.60
2022	8,856,160.40
2023	9,337,696.20

Elaborado por: Belén Valarezo

Ilustración 8: Demanda de calzado en 10 años



Elaborado por: Belén Valarezo

3.7.4 Cuantificación de las exportaciones

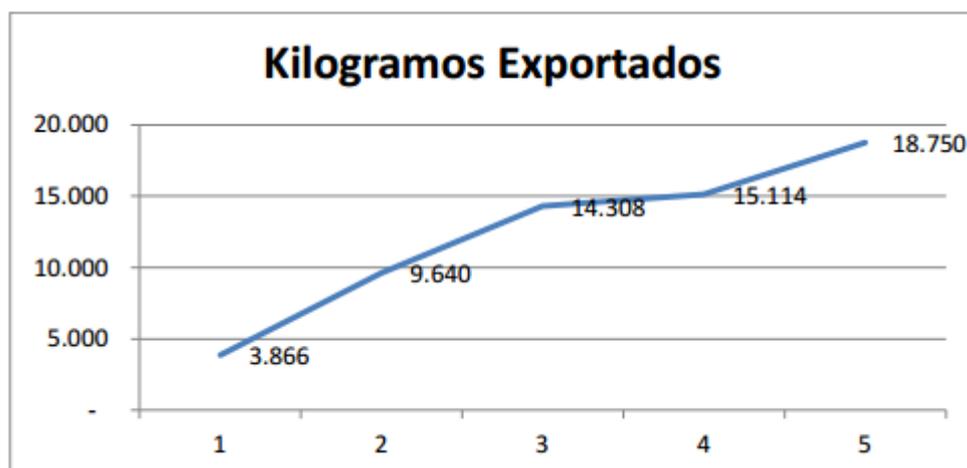
En este sentido también se utilizarán datos estadísticos de las exportaciones de Guatemala de 5 años atrás. Estos datos han sido extraídos de la página web Trade Map.

Tabla15: Exportaciones de Calzado

Años	Kg Exportados
2008	3,866
2009	9,640
2010	14,308
2011	15,114
2012	18,750

Fuente: Trade Map (MCCA)
Elaborado por: Belén Valarezo

Ilustración 9: Exportaciones de Calzado



Fuente: TradeMap (MCCA)
Elaborado por: Belén Valarezo

Como se puede observar las exportaciones de calzado en Guatemala ha ido creciendo en los últimos 5 años.

3.7.5 Proyección de las Exportaciones

Del mismo modo que se realizó el cálculo de las importaciones se realizará la proyección de las importaciones, de tal modo que la ecuación de regresión lineal es:

$$Y'c = a+bx$$

Dónde:

Y'c: Valor estimado de la variable dependiente para un valore específico de la variable dependiente X1

a : El punto de intersección de la línea de regresión con el eje X2

b: Es la pendiente de la línea de regresión

$$a = \frac{\sum y}{n} \qquad b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Tabla 16: Cálculo de Exportaciones (TradeMap)

EXPORTACIONES						
Años	a	X	x= X - X	B	Y - Y	X ²
2008	3,866	-	2	16,939.20	-	4
2009	9,640	1	1	2,695.60	8,470	1
2010	14,308	2	0	0.00	2,696	-
2011	15,114	3	1	2,778.40	2,778	1
2012	18,750	4	2	12,828.80	6,414	4
TOTAL	61,678		10	35,242.00	-	10.0
Promedio	12335.60	2.0				

Fuente:Trade Map (MCCA)
Elaborado por: Belén Valarezo

- Promedio de “a”:

$$a = \frac{61,678}{5}$$
$$a = 12,335.60$$

- Promedio de “b”:

$$b = \frac{35,242.00}{10}$$
$$b = 3,524.20$$

$$Y'c = a + bx$$

$$Y (2013)=12,335.60 +3,524.20(3)= \mathbf{22,908.20}$$

$$Y (2014)=12,335.60 +3,524.20(4)= \mathbf{26,432.40}$$

$$Y (2015)=12,335.60 +3,524.20(5)= \mathbf{29,956.60}$$

$$Y (2016)=12,335.60 +3,524.20(6)= \mathbf{33,480.80}$$

$$Y (2017)=12,335.60 +3,524.20(7)= \mathbf{37,005.00}$$

$$Y (2018)=12,335.60 +3,524.20(8)= \mathbf{40,529.20}$$

$$Y (2019)=12,335.60 +3,524.20(9)= \mathbf{44,053.40}$$

$$Y (2020)=12,335.60 +3,524.20(10)= \mathbf{47,577.60}$$

$$Y (2021)=12,335.60 +3,524.20(11)= \mathbf{51,101.80}$$

$$Y (2022)=12,335.60 +3,524.20(12)= \mathbf{54,626.00}$$

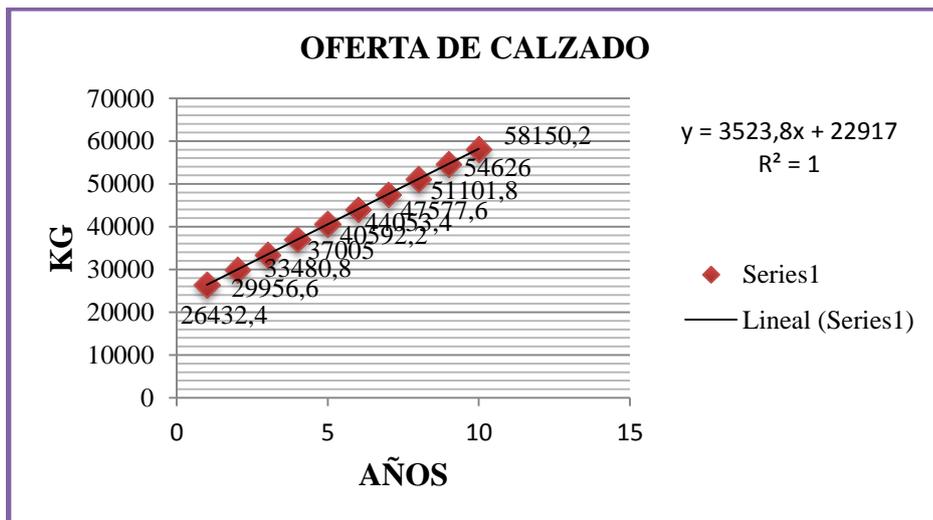
$$Y (2023)=12,335.60 +3,524.20(12)= \mathbf{58,150.20}$$

Tabla 17: Oferta de Calzado

Año	Kg
2014	26,432.40
2015	29,956.60
2016	33,480.80
2017	37,005.00
2018	40,592.20
2019	44,053.40
2020	47,577.60
2021	51,101.80
2022	54,626.00
2023	58,150.20

Elaborado por: Belén Valarezo

Ilustración10: Oferta de Calzado



Elaborado por: Belén Valarezo

A través del gráfico se puede observar la proyección de las exportaciones de calzado en Guatemala; lo cual nos lleva a una conclusión; que el mercado del calzado en dicho

país no es abastecido suficientemente; hay empresas en Guatemala que se dedican a la elaboración de calzado para uso agrícola e industrial; por ende, se convierte en un factor positivo para el proyecto de exportación del calzado de cuero, ya que permite que empresas de otros países puedan ingresar al mercado y cubrir una parte de la demanda insatisfecha en cuanto a calzado de tipo casual.

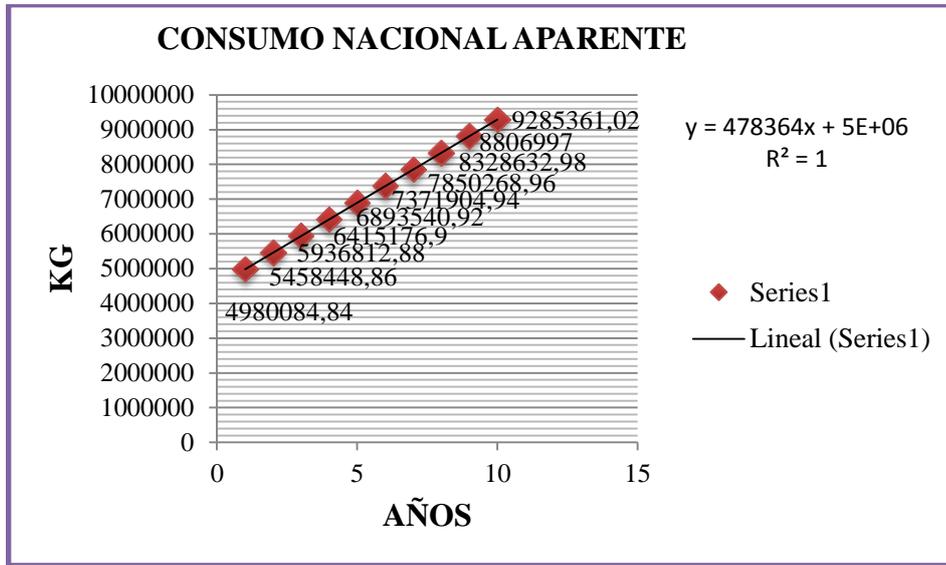
Después de haber realizado un estudio y análisis de las exportaciones e importaciones de Guatemala; se puede formular el Consumo Nacional Aparente con su respectiva Fórmula.

Tabla18: Consumo Nacional Aparente

AÑOS	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	PROD.NACIONAL	CNA
2014	5,003,874.00	26,432.40	2,643.24	4,980,084.84
2015	5,485,409.80	29,956.60	2,995.66	5,458,448.86
2016	5,966,945.60	33,480.80	3,348.08	5,936,812.88
2017	6,448,481.40	37,005.00	3,700.50	6,415,176.90
2018	6,930,017.20	40,592.20	4,052.92	6,893,540.92
2019	7,411,553.00	44,053.40	4,405.34	7,371,904.94
2020	7,893,088	47,577.60	4,757.76	7,850,268.96
2021	8,374,626.60	51,101.80	5,110.18	8,328,632.98
2022	8,856,160.40	54,626.00	5,462.60	8,806,997.00
2023	9,337,696.20	58,150.20	5,815.02	9,285,361.02

Elaborado por: Belén Valarezo

Ilustración11: Consumo Nacional Aparente



Elaborado por: Belén Valarezo

Como se puede observar después de utilizar el método de proyecciones de las importaciones y exportaciones; las cifras muestra que habrá un incremento de oferta y demanda de calzado dentro de los diez años próximos; atendiendo a estas consideraciones, la demanda insatisfecha está determinada por la diferencia entre las importaciones y la oferta a través de un análisis comparativo; así mismo, son indiscutibles las evidencias que demuestran la tendencia progresiva al alza, se expresa que si existe una insaciable demanda, esto puede estar provocado por diversos factores que se lo puede asociar al plus que se agrega al producto ecuatoriano. En este sentido, estadísticas son favorables al plan de exportación de calzado desde Ecuador ha Guatemala.

A continuación se realizará el cálculo del consumo per cápita; para lo cual se realizará la proyección de la población de Guatemala con el 2.39% de tasa de crecimiento. Este cálculo se realiza para conocer el déficit de consumo por habitante.

Tabla19: Consumo Per Cápita

CNA	POBLACIÓN	CONSUMO PER CAPITA
4,980,084.84	16,106,676	0.31
5,458,448.86	16,491,625.56	0.33
5,936,815.88	16,885,775.41	0.35
6,415,176.90	17,289,345.44	0.37
6,893,540.92	17,702,560.80	0.39
7,371,904.94	18,125,652.00	0.41
7,850,268.96	18,558,855.08	0.42
8,328,632.98	19,002,411.72	0.44
8,806,997.00	19,456,569.36	0.45
9,285,361.02	19,921,581.37	0.47

Elaborado por: Belén Valarezo

Se analiza que cada guatemalteco va a adquirir en promedio un par de este tipo de calzado al año, ya que por lo general la gente adquiere nuevas prendas por año; el consumo recomendado en este caso será de 0.91Kg referente al peso del par de este calzado casual de mujer elaborado de cuero natural de la ASOMAZCH. El déficit Per Cápita se obtiene de la diferencia entre el consumo recomendado y el consumo per cápita.

Tabla20: Déficit Per Cápita

Consumo Per Cápita	Consumo Recomendado (1 par)	Déficit/P.C
0.31	0.91 kg	- 0.6
0.33	0.91 kg	- 0.58
0.35	0.91 kg	- 0.56
0.37	0.91 kg	- 0.54
0.39	0.91 kg	- 0.52
0.41	0.91 kg	- 0.5
0.42	0.91 kg	- 0.49
0.44	0.91 kg	- 0.47
0.45	0.91 kg	- 0.46
0.47	0.91 kg	- 0.44

Elaborado por: Belén Valarezo

A continuación se calculará el déficit total de la población.

Tabla21: Déficit Total

POBLACIÓN	DÉFICIT P/C	DÉFICIT TOTAL
16,106,676	- 0.6	- 9,664,005.60
16,491,625.56	- 0.58	- 9,565,142.83
16,885,775.41	- 0.56	- 9,456,034.23
17,289,345.44	- 0.54	- 9,336,246.54
17,702,560.80	- 0.52	- 9,205,331.62
18,125,652.00	- 0.5	- 9,062,826.00
18,558,855.08	- 0.49	- 9,093,838.99
19,002,411.72	- 0.47	- 8,931,133.51
19,456,569.36	- 0.46	- 8,950,021.91
19,921,581.37	- 0.44	-8,765,495.80

Elaborado por: Belén Valarezo

Se debe generalizar el dato, entonces el déficit por habitante se multiplica para la población de Guatemala en su respectivo periodo. Los resultados generan cifras negativas, las mismas son datos que manifiestan que el primer año el déficit es de 61%, y para el 2012 el déficit disminuirá con el aporte del calzado ecuatoriano hasta el 40%.

Debido a que la ASOMAZCH es una organización pequeña, toda la capacidad de producción de la misma será destinada a la venta en el exterior; es así que cada socio aportará con la producción mensual de calzado para la debida exportación.

La Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo, está conformada por 30 socios; cada uno elabora mensualmente entre 100 y 80 pares de zapatos de acuerdo a la capacidad de producción.

A continuación se detalla la oferta de pares de zapatos para mujer que se podrá producir durante un año.

Tabla 22: Oferta de Zapatos

DEFICIT TOTAL	ZAPATOS (DF. T/0.91KG)	OFERTA (P.DE ZAPATOS)
- 9,664,005.60	-10,619,786.37	14040
- 9,565,142.83	-10,511,145,97	21060
- 9,456,034.23	-10,391,246,41	28080
- 9,336,246.54	-10,259,611,58	35100
- 9,205,331.62	-10,115,749,03	42120
- 9,062,826.00	-9,959,149,45	42120
- 9,093,838.99	-9,993,229,65	42120
- 8,931,133.51	-9,814,432,42	42120
- 8,950,021.91	-9,835,188,91	42120
-8,765,495.80	-9,632,412,967	42120

Elaborado por: Belén Valarezo

Se señala, que para el primer año se espera vender **14040 pares de zapatos**, los mismo que serán enviados mensualmente en un número de 1170 los mismos que serán transportados en 65 cajas maestras con 18 pares de zapatos cada una. Es decir, se enviará a Guatemala 14040 pares de zapatos en el primer año. Cada envío mensual transportado llevara un peso bruto de 1064.7 Kg.

Se puede analizar también que, el primer año el producto ecuatoriano abastecerá en un 0.13% de la demanda insatisfecha de Guatemala; la misma que se obtuvo de la multiplicación del déficit por el consumo recomendado para el calzado ecuatoriano, es decir por 0.91kg. Como resultado de esto podemos observar que hay una demanda insatisfecha muy elevada.

Como dato adicional se puede mencionar que según el análisis y el estudio respectivo se observa que el mercado de Guatemala seguirá demandando el producto, logrando cubrir un poco más dicho mercado con producto ecuatoriano.

De acuerdo a estos resultados obtenidos se puede demostrar metódicamente que el presente proyecto teóricamente es viable.

3.8 LA OFERTA

La oferta se refiere a las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del Mercado. (Fisher & Espejo , 2004)

En el mercado, una oferta de bienes creciente, se reducen los precios y viceversa; cuanto mayor sea la oferta en relación con el incremento o disminución de precios que ocasionan más flexible será la oferta.

3.8.1 Análisis de la Oferta

La oferta y la demanda es el mecanismo de formación de precios; establece que el precio en el mercado de un bien o servicio es aquel para el que se igualan la oferta y la demanda.

Al aumentar la cantidad de un bien, el costo unitario disminuye; esta característica entre otras da lugar a las economías de escala; es la que ha impulsado los procesos de concentración empresarial y fomentando así la existencia de multinacionales a nivel internacional.

Como se decía anteriormente; cuanto mayor es el precio del producto, mayor es la cantidad de empresas dispuestas a fabricarlo y colocarlo en el mercado, con la expectativa de vender a un precio elevado incrementando su beneficio, de modo que a medida que el precio aumenta la oferta lo hace igualmente.

Curva de la oferta

Es una relación directamente proporcional que se da entre el precio de un bien y la cantidad de ese bien que los productores desearían ofrecer. Esta curva nos muestra el comportamiento de los productores. La pendiente es positiva en cuanto a mayor precio, mayor serán las capacidades de producción por ende mayor será la cantidad del bien ofrecido.

Existen varios factores que incide en que los productores sean constantes en su actividad. Dichos factores son:

- La tecnología.

- Los factores productivos.
- Precio del bien que se desee ofrecer.

3.9 PRINCIPALES PRODUCTORES DE CALZADO A NIVEL MUNDIAL

De acuerdo con el reporte de Proexport Colombia; China es el principal productor de calzado a nivel mundial, seguido de Indonesia, India, Tailandia, Vietnam y Paquistán.

Tabla 23: Productores Mundiales de Calzado

PAIS	%
China	68.92
India	8.55
Brasil	6.44
Italia	5.31
India	3.96
América del Sur	2.15
Otros	1.26

Fuente: Proexport Colombia
Elaborado por: Belén Valarezo

Según datos de la Cámara de Calzado de Tungurahua (CALTU) la producción de calzado nacional bordea los 18 millones de pares de zapatos, frente a los 162.2 millones de pares que se importaron en el periodo 2009 – 2010 desde China. Esto nos demuestra que la importación y comercialización de calzado chino ha provocado la disminución de calzado nacional que solo produce 18 millones producidos de manera local frente a los 162,2 millones de pares que ingresan a Ecuador provenientes de la China.

Realizando la comparación de las importaciones de calzado Chino al Ecuador para el periodo 2009 – 2010 estas fueron altas por lo que la producción nacional disminuyó considerablemente.

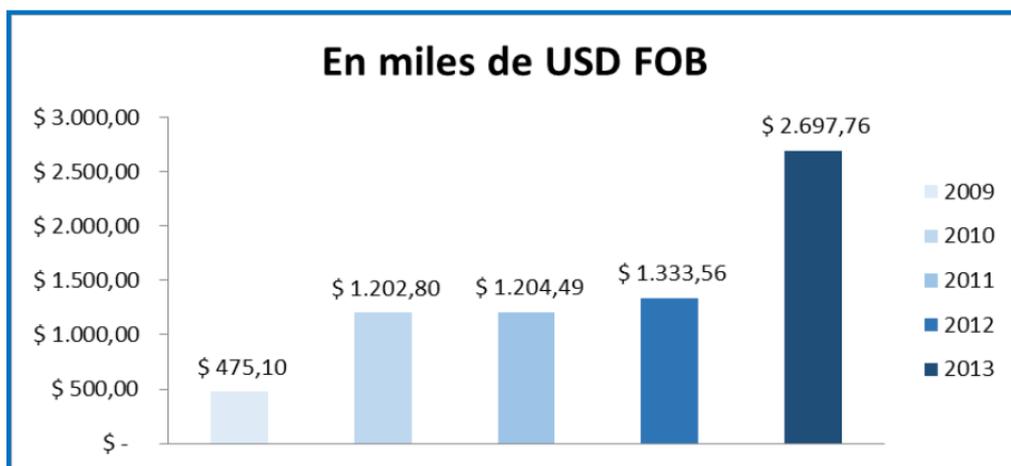
El sector del calzado en el Ecuador se ve afectada por la falta de insumos y la falta de tecnología motivo por el cual el contrabando de calzado aumenta comercializando el calzado a precios inferiores y de baja calidad.

Los tres principales países productores de calzado en el mundo en los últimos años son China, la India y Brasil. En los años 1996 y 1997 Indonesia desplazó a Brasil y ocupó el tercer lugar pero a partir de 1998 Brasil ha experimentado un mejoramiento en su nivel de producción. Dentro de la producción de los 7 principales países China cubriría aproximadamente un 68,92% con 5520 millones de pares. La India ocupa el segundo lugar pero muy por detrás de China con un 8,55% y 685 millones de pares y en tercer lugar lo tenía Brasil con el 6,44%. Mientras que con respecto a la producción de Italia es de 425 millones de pares con un 5,31%, el 3,96% para Indonesia con una producción de 316 millones de pares.

China es un líder en producción, la que se ha duplicado en 1995 con respecto al nivel de 1991, ocupando tanto el primer lugar en producción como en exportación. China se ha convertido en el primer productor y exportador a nivel mundial en lo que respecta al mercado del calzado, podríamos decir que ha acaparado casi el 50% de la producción mundial. La apertura de China revolucionó el mercado mundial del cuero y del calzado provocando una distorsión en esta rama productiva en otros países productores y exportadores. El fenómeno producido en el continente asiático y especialmente en China se debe al bajo costo de la mano de obra. En China existen alrededor de 16 mil empresas en este sector, 2.300 son curtiembres, 7.200 se dedican al calzado, 1.700 son fábricas de ropa de cuero, 1.200 tienen que ver con las pieles y 2000 artículos de cuero en general. La mayoría de las empresas son pequeñas y constituyen el 95% del total. (Proexport, 2006)

3.10 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA EN EL ECUADOR

Ilustración 12: Exportación de calzado en Ecuador 2009 - 2013



Fuente: Proecuador
Elaborado por: Belén Valarezo

Como se demuestra en el gráfico anterior en el año 2013 las exportaciones han aumentado a USD FOB 2 697,760 lo que muestra un notable crecimiento en el sector del calzado; esto ha sido resultado a que el gobierno central junto a las autoridades competentes incrementen medidas para salvaguardar la producción nacional y así disminuir las importaciones de bienes de este sector.

Entre los principales destinos se encuentran: Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y Estados Unidos. (Proecuador, 2009).

Tabla 24: Destino de exportaciones del sector calzado, cuero

País	Destino de exportación %
Colombia	53
Perú	8
Venezuela	11
Guatemala	5
Estados Unidos	4
Chile	2

Elaborado por: Belén Valarezo

Fuente: Proecuador

Como se puede observar en el cuadro anterior; los países destino de exportaciones del calzado, cuero y textiles ecuatorianos son en su mayoría países sudamericanos, así también Estados Unidos de América del norte y un país centro americano.

Según un análisis comparativo realizado por diario El Comercio en su publicación del 29 de septiembre del 2013, comenta que la producción de calzado en Ecuador con respecto a otros países Sudamericanos que son competencia directa, es notorio que la producción que se tiene en Ecuador está por debajo de la producción realizada por estos países vecinos, pero gracias a las medidas gubernamentales a la producción de calzado ecuatoriano a logrado incrementar en los últimos 5 años.

Por lo tanto se cree importante aprovechar la imposición de este arancel para producir más y poder exportar a varios países, para lo cual sería bueno establecer alianzas con países desarrollados que puedan comprar la producción ecuatoriana a buenos precios.

3.10.1 Composición del consumo de calzado de cuero en Ecuador

El sector de calzado, específicamente de cuero ha atravesado una crisis debido a que el país se ha vuelto insuficiente la oferta de los insumos es decir de pieles bovinas. Esto se debe a que en el 2006, se inició la producción e importación de pieles semi procesados, por ese motivo al escasear la oferta de pieles naturales los precios se incrementaron hasta el 60% con respecto al 2006 y 2007.

Según el Banco Central del Ecuador esto afecto a la producción nacional, sin embargo no quiere decir que esta industria no sea entable, sino más bien al escasear la oferta de productos de cuero natural, los productores que han hecho frente a la crisis han obtenido mayor rentabilidad.

El consumo nacional del Ecuador se compone de la producción nacional en un 54%, el calzado que ingresa al país ilegalmente el 21% y el 25% por importaciones. (Banco Central del Ecuador, 2014)

3.10.2 Composición del sector de calzado en Ecuador

Entorno a varios estudios realizados por la Cámara de Calzado de Tungurahua, señala que; de los 15 millones de pares de zapatos que se producía a nivel nacional en el 2008, aumento a 28.8 millones en el 2011, es decir que en tres años el nivel de manufacturas aumento más del 100%. (Caltú, 2013)

En relación, las principales provincias que producen calzado son Tungurahua con un 44%, Pichincha con el 28%, el Austro con el 20% y el resto del país con el 8% restante. (Caltú, 2013)

De dicha producción, 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. (Caltú, 2013).

Según datos del Censo Económico 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, en el Ecuador existen 870 establecimientos que se dedican a la producción de zapatos. (Inec, 2013)

Mientras que, Caltú se pronuncia argumentando que hasta este año están registrados 4 500 productores a escala nacional; entre grandes, medianos y artesanos, los mismos generan 30 millones de pares de calzado anualmente. Es importante mencionar, que el precio de venta a mayoristas promedio, por cada par que se producen en el país es de 45 dólares americanos.

Se estima, que “la media nacional de consumo es aproximadamente 2.3 pares de zapatos por habitante anualmente, en consecuencia existiría una demanda anual de 28’ 600.000 pares de zapatos, que se conforma de la siguiente manera” (Puente, 2013)

- 45% calzado de cuero.
- 25% calzado inyectado (Bota llanera, inyectado en lona).
- 15% calzado deportivo.
- 15% calzado plástico, textiles, otros.

En referencia a las importaciones, para el ingreso de calzado la Resolución No. 550 del COMEXI, resuelve que “hay que pagar un arancel mixto, una de las principales razones para el uso de este obstáculo comercial, es el crecimiento de la industria. Dicho impedimento entró en vigencia el 1 de junio del 2010”.

Como complemento, el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones en la sesión del 3 de febrero del 2010, aprobó el informe técnico No 024, en donde impuso una medida de salvaguardia para fomentar el crecimiento en la industria, se impuso un gravamen de USD 6 más 10% ad-valorem a cada par de zapatos importados, con el fin de proteger al calzado nacional; principalmente ante a los productos con costos más reducidos que ingresaban de China, Colombia o Perú. (Comexi, 2010)

Finalmente, es importante mencionar que, el Ecuador en el año 2011 exportó al mundo cerca de 9 millones de dólares, una cifra reducida en comparación al año 2009 en donde, se vendió más de 15 millones de dólares al mundo. Colombia, es el principal consumidor del calzado ecuatoriano, el mismo importó 757 toneladas en el 2012, es decir el 91% de las ventas totales al exterior. Sus otros socios comerciales son Perú, El Salvador, Guatemala y Estados Unidos. El último año que hubo comercio de zapatos con Chile compró, fue en el 2009. (Trademap, 2013)

Tabla 25: Empresas de Calzado en Ecuador

N°	NOMBRE DE EMPRESA	CIUDAD
1	Plásticos Industriales C.A. PICA	QUITO
2	Plasticaucho Industrial	AMBATO
3	HushPuppies	AMBATO
4	Buestán	QUITO
5	Calincen	QUITO
6	Fabrical	QUITO
7	Inducalsa	QUITO
8	Pony	QUITO
9	MastherShoes	QUITO
10	La Mundial	QUITO
11	Masuca	QUITO
12	Tecnistamp	QUITO
13	Factocalza	QUITO
14	Gamos	AMBATO
15	Vecachi	AMBATO
16	Torino	AMBATO
17	Calzado Piavi	AMBATO
19	Industria de Calzado Ambato	AMBATO
20	Manufacturas Pachuchos	GUAYAQUIL

Fuente: MIPRO

Elaborado por: Belén Valarezo

3.11 CARACTERISTICAS DEL SECTOR CALZADO EN GUATEMALA

El Gremio de Fabricantes de Calzado y Productos afines (GRECALZA), adscrita a la Cámara de la Industria de Guatemala es una institución sin fines de lucro que promueve el desarrollo de la industria de calzado, productos afines y cadena productiva en dicho país. Esta organización agrupa a las empresas guatemaltecas dedicadas a la elaboración de calzado. La misma nació en 2001, producto de la agrupación de todas las asociaciones gremiales de empresarios afines al calzado. (Grecalza, 2015).

Esta organización diseña estrategias y programas orientados a satisfacer las necesidades individuales y colectivas de los miembros que trabajan en conjunto para lograr impulsar la industria del país. (Grecalza, 2015)

Se menciona que la producción de calzado en Guatemala es en su mayoría del tipo de calzado de piel, sintético y plástico para hombre, mujer y niño. En gran porcentaje la fabricación de los últimos tipos de calzado; ya que la producción de calzado de cuero procesado es menor debido a la falta de accesibilidad a la materia prima.

Por otra parte, según noticias oficiales de Cueroamérica.com, el centro de información y negocios para la industria del calzado, tiene alrededor de 230 empresas, en donde abarcan a 5 grandes empresas, 120 pequeñas y medianas y más de 105 microempresas.

Además cabe destacar que en Guatemala existen compañías dedicadas a la venta de calzado para hombres y mujeres de todas las edades mediante catálogos, dichas empresas son multinacionales que operan en mercado guatemalteco.

3.11.1 Principales Empresas del Calzado en Guatemala

Tabla 26: Fábricas de calzado en Guatemala

FABRICAS DE CALZADO EN GUATEMALA	
Calzado Kaibill	Fabricamos calzado de pura piel. Tel: 2437-0259- FAX: 2432-0511.
Calzado Lynda	Fabricación y venta de calzado para damas, caballeros y niños.
Industria De Calzado Evolution	Calzado que marca la moda extrema Tel: 2432-1818 2432-2598
Calzados Roy	Comodidad y calidad que se siente. PBX: 2223-7600. www.calzadoroy.com
Grupo Coban, S.A.	Fabricantes de calzado de cuero, de hule, etc. PBX: 2421 6900 www.grupocoban.com.gt
Fábrica De Calzado Candy	Zapatos de cuero para damas, caballeros, y niños. Tel: 2432-9324
Corporación Menedy, S.A.	Distribuidor exclusivo de calzado, pinky, action, sport, stella bella,
Fábrica De Calzado Ferreti, S.A.	Calzado para damas, caballeros y niños en piel. Tel: 2437-2430
Pretty Lady	Importadores y distribuidores de calzado. Tel:6634-7439 6637-5361.
Rio Vinyl Internacional, S.A.	Fabricantes de botas industriales y agrícolas, calzado para caballeros y niños.
GuateCalzado	Fabricantes de calzado para dama 100% piel, materiales exclusivos. Tel:24343900 24343902.

Fuente: Guía de Guatemala, 2014

Elaborado por: Belén Valarezo

CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se hace un análisis de las técnicas de cada método a aplicarse para la evaluación económica financiera. Se deduce que el factor más importante para un proyecto de comercialización es la disponibilidad de proveedores de calzado y los enlaces estratégicos para la venta del mismo en Guatemala.

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Por motivo de ser la primera exportación que se realice en la Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo el tamaño del proyecto contara con una inversión de \$ 97.000 aproximadamente, posteriormente se irá incrementando de acuerdo a los resultados que la exportación inicial genere posteriormente.

4.2 LOCALIZACION DEL PROYECTO

Para la localización de este proyecto se ha seleccionado a la ciudad de Riobamba, por ser la ciudad que geográficamente se encuentra en el centro del país; lo que ayuda a la fácil accesibilidad a materia prima e insumos; es un lugar estratégico debido a la cercanía con el resto de provincias.

Como el objetivo de la empresa solo radica en la comercialización al exterior de calzado de cuero ecuatoriano los requerimientos de espacio se conforman con una oficina donde poder realizar los trámites de exportación.

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto está definida por tres procesos principales:

- Contar con el número de pares de zapatos que serán exportados debidamente etiquetados y empacados.
- Embarque y venta del calzado de cuero hacia Guatemala de acuerdo a las normas de exportación del país de origen y el país importador.

4.4 LOGISTICA DE EXPORTACIÓN

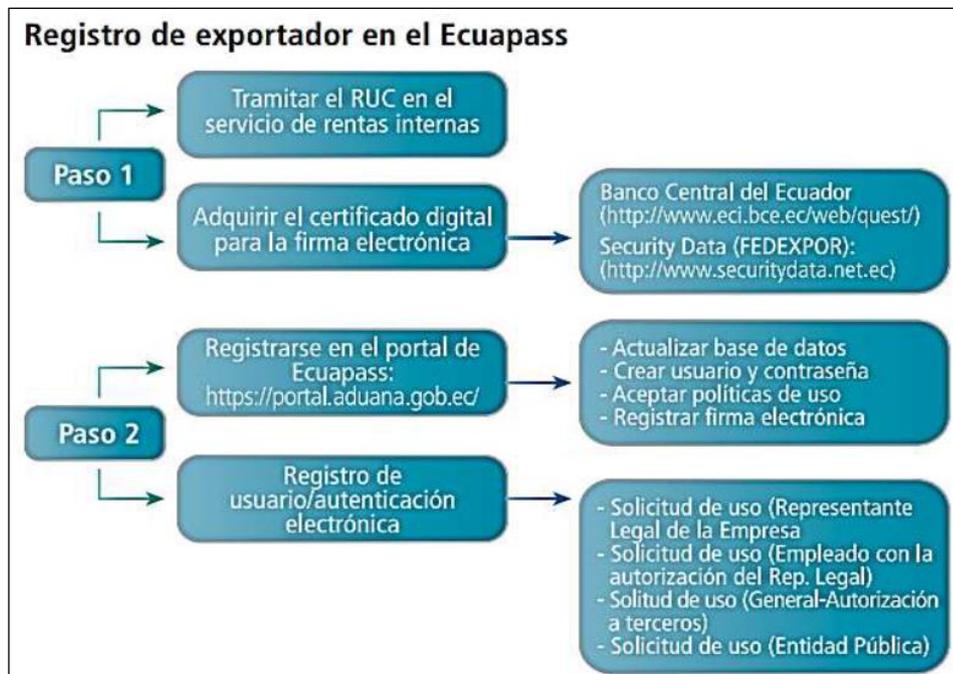
4.4.1 Requisitos y Trámites para Exportar. (SAE, 2014)

Se detalla a continuación el marco legal de la exportación, se describe los trámites, documentos y requisitos necesarios para llevar a cabo este proceso.

Requisitos para ser Exportador

- Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica a desarrollar.
- Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:
 - Banco Central del Ecuador.
 - Security Data
- Registrarse como Exportador en Ecuapass.

Ilustración 13: Registro de exportador en Ecuapass.



Fuente: PROECUADOR
Elaborado por: Belén Valarezo

4.4.2 Trámites para la Exportación

Siempre que se realice una exportación se debe acompañar con ciertos documentos indispensables para este proceso; a continuación se detalla los documentos necesarios:

- ✓ **Factura Comercial.-** Esta contiene información básica del exportador e importador y representa la evidencia de que se ha llevado a cabo una transacción comercial de compra y venta de un bien entre las partes interesadas.
- ✓ **Documentos de Transporte.-** Este documento es la evidencia de la entrega de los productos a la empresa de transporte para su movilización, dando a conocer datos del dueño de la carga. Este documento puede diferir de acuerdo al medio de transporte que se utilice en la exportación.
- ✓ **Lista de Carga.-** Da información específica sobre la carga; peso, cantidad y descripción del producto.
- ✓ **Seguro de transporte.-** Este documento respalda que los bienes a exportar están asegurados.

4.4.3 Trámite de documentos para exportación.

Para seguir con el proceso de exportación se debe obtener otros documentos como:

- ✓ **Declaración Juramentada de Origen.-** Es un mecanismo por el cual se certifica que la mercancía que los productores, comercializadores u operadores de comercio exterior van a exportar, es hecha en el Ecuador y con materiales del país; un requisito exigible previo a la certificación de origen para todas las exportaciones; la certificación de origen que debe presentar el productor, exportador o apoderado, en la que se especifique que la mercancía a exportarse cumple con la normativa de origen establecida en los Acuerdos Comerciales suscritos por Ecuador o en aquellos que unilateralmente conceden preferencias arancelarias al Ecuador.
- ✓ **Certificado de Origen.-** Es un documento emitido en Ecuador por el Ministerio de Industrias y Competitividad MIPRO, el mismo que avala que un determinado producto ha sido elaborado en territorio ecuatoriano; este documento permite la entrada de calzado ecuatoriano al mercado de Guatemala gozando de preferencias arancelarias.

- ✓ **Declaración Aduanera de Exportación (DAE).**- en el nuevo sistema de la aduana ECUAPASS, es el documento que reemplazó a la Orden de Embarque, debe ser registrada en la aduana digitalmente para que las mercancías puedan ser embarcadas Cabe hacer alusión, que esta podrá presentarse hasta 24 horas antes del ingreso a zona primaria; y se deben presentar los documentos de acompañamiento y de soporte, hasta 30 días después del embarque.
- ✓ **Conocimiento de Embarque BL.**- Este es un instrumento típico del transporte marítimo de carga, cuya función primordial es constituir la prueba del recibo de las mercancías cargadas; la empresa se hará cargo de designar a un consignatario, el mismo será el importador, es decir que el BL que manifiesten a la empresa se dará a conocer mediante correo electrónico al comprador.

Etapas de Pre-Embarque

El proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema de Ecuapass, la misma que podrá ser acompañada de la factura comercial o una proforma y documentación con la que se cuenta previo al embarque. Esta declaración crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador.

Los principales datos que consignarán en la DAE son:

- ✓ Datos del exportador.
- ✓ Descripción de la mercancía.
- ✓ Datos del consignatario.
- ✓ Destino de carga.
- ✓ Cantidades.
- ✓ Peso.
- ✓ Demás datos relativos de la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del Ecuapass son: factura comercial, lista de empaque y autorizaciones previas si el caso lo amerita.

Según Proecuador a través de su Guía del exportador aconseja que dependiendo del tamaño de la empresa y de la actividad económica de la misma, donde se involucren más de un encadenamiento productivo, se sugiere contratar los servicios de un agente aduanero que brinde asesoría en la apertura y cierre de la exportación.

Etapa de Pos – Embarque

Finalmente se podrá Regularizar Declaraciones Aduaneras de Exportación ante la SENAE y obtener el definitivo DAE, mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso de exportación para consumo (Régimen 40).

Una vez que se realiza el registro de la DAE obtiene la marca REGULARIZADA. Para completar este proceso cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque. Este trámite requiere los siguientes documentos:

- ✓ Copia de la factura comercial.
- ✓ Copia de la lista de empaque.
- ✓ Copia del Certificado de Origen.
- ✓ Copias no negociables de Documento de Transporte Multimodal.

4.5 INSTRUMENTOS Y CONDICIONES DE PAGO DE LAS EXPORTACIONES

Los exportadores cuentan con varios instrumentos financieros para el cobro de sus exportaciones, también pueden especificar la condición de pago durante el desarrollo de las negociaciones con sus clientes, esto dependerá de algunos factores como:

- ✓ Forma de negociación del exportador.
- ✓ Costumbres del país exportador.
- ✓ Confianza entre las dos partes.
- ✓ Riesgos que como agente de comercio está dispuesto a asumir.

A continuación se detalla algunos instrumentos importantes para efectuar el cobro de las exportaciones:

- a) **Cartas de Crédito.-** Es una promesa condicional de pago que efectúa un banco (emisor), por cuenta de una persona física o moral (solicitante), ante una persona (beneficiario); normalmente por conducto de otro banco (notificador), para pagar determinada suma o aceptar letras de pago a favor del exportador. Existen diferentes modalidades: revocable, irrevocable, notificada, confirmada, a la vista, plazo y transferible.

- b) Cuenta abierta.-** El exportador envía documentos de embarque al importador. Este al tenerlos en su poder, le transfiere el pago correspondiente al exportador mediante una transferencia bancaria. Esta forma de pago se da solo cuando se conoce al cliente y se tiene completa seguridad de pago.
- c) Cobranza bancaria internacional.-** Orden que un vendedor gira a su banco para cobrar al comprador una determinada suma, contra la entrega de documentos enviados. Esta forma de pago implica menos costo a diferencia de la carta de crédito, sin embargo el banco del comprador no se hace responsable del pago. Salvo que reciba la firma del comprador internacional. (SAE, 2014).

4.6 TÉRMINOS INTERNACIONALES DE COMERCIO INCOTERMS.

Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa. (Proecuador, 2010)

El Incoterm más utilizado es el FOB y CIF; en esta exportación de calzado de cuero desde Ecuador a Guatemala se utilizará el FOB, ya que es común para la exportación mediante vía marítima; a continuación se detalla las obligaciones y responsabilidades de cada parte.

Obligaciones del Comprador

- Designar y reservar el buque en el puerto de Guayaquil.
- Correr con los gastos inherentes a la mercancía desde que traspasa la borda del buque y se confirma su embarque.
- Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado.

Obligaciones del Vendedor

- Entregar la mercancía a bordo del buque convenido por el comprador en el país de destino, en el puerto de embarque de Guayaquil.
- Efectuar el despacho de exportación de la mercadería.
- El vendedor será quien asuma los costos del embalaje.

Ilustración 14: Incoterms 2010

Incoterms 2010											
Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW	Polivalente										
FCA	Polivalente										
FAS	Marítimo										
FOB	Marítimo										
CPT	Polivalente										
CIP	Polivalente										
CFR	Marítimo										
CIF	Marítimo										
DAT	Polivalente										
DAP	Polivalente										
DDP	Polivalente										

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

Vendedor
 Comprador
 Vendedor / Comprador

Fuente: Procuador 2010
Elaborado por: Belén Valarezo

4.6 PUERTOS Y AEROPUERTOS DE GUATEMALA

4.6.1 Puertos

El transporte marítimo de Guatemala se desarrolla en los litorales del Pacífico y del Atlántico. Las vías acuáticas solamente son surcadas por lanchas o por pequeñas embarcaciones improvisadas cuando es necesario llegar hasta lugares que carecen de acceso por vía terrestre.

Guatemala cuenta en la actualidad con cinco puertos marítimos, de los cuales dos se localizan sobre el Litoral Atlántico que son: el Puerto Santo Tomás de Castilla y Puerto Barrios y Puerto Quetzal, San José y Champerico sobre el Océano Pacífico; los cinco puertos se comunican entre sí por la red vial nacional.

Existen más de 30 compañías navieras que ofrecen servicio de transporte marítimo a los principales puertos de mundo. Los puertos están conectados por infraestructura terrestre en buenas condiciones, que alcanza solamente 420 kilómetros de puerto a puerto, y en los mismos la infraestructura existe para atender buques convencionales, porta contenedores, Roll on - Roll off, frigoríficos, graneles, sólidos, líquidos y cruceros, y por la cercanía y rápido acceso a los mercados más importantes del mundo, los costos de transporte marítimo a los principales puertos son competitivos, variando las tarifas de acuerdo al volumen y frecuencia de la carga. Los puertos nacionales manejan el 78% del total de la carga del comercio exterior e el país. (Robles, Deguate.com, 2015)

En el presente proyecto se recomienda enviar la carga de exportación al siguiente puerto:

- **Puerto San José (Quetzal).**- Construido en 1986, es el más moderno de los puertos del país, ubicado en la costa del pacifico, a 102 kilómetros de la capital de Guatemala; presta servicios a la Cuenca del Pacifico principalmente y a la Costa oeste del continente americano. El muelle comercial de este puerto consta de cuatro atracaderos para manipular cargas en general, al granel, sólido y contenedoras entre otros. Posee capacidad de movilización de 824 mil toneladas métricas al año en contenedores. No obstante su capacidad de bodegaje es limitada, por lo que comúnmente la mercadería se almacena en Ciudad de Guatemala o directamente en los depósitos industriales.

Las características del Puerto de San José son las ms adecuadas para facilitar el envío y recepción de la mercadería desde Ecuador; cabe destacar que al utilizar el Incoterm FOB, será el comprador quien elija el lugar de llegada del producto ecuatoriano.

4.6.2 Características del transporte marítimo.

El transporte marítimo y es actualmente el modo más utilizado a nivel internacional para el transporte de mercancías. Se calcula que entre el 80% y el 90% (volumen de peso) del comercio mundial se desarrolla por mar. (Saavedra, 2010)

Entre las características principales del transporte marítimo están:

- Es el medio de transporte mediante el cual las mercancías se transportan a nivel mundial.
- Necesita de la conexión de otros medios de transporte para desarrollar sus operaciones (carretera y ferrocarril).
- Necesita infraestructura y conexiones portuarias adecuadas para el desarrollo de embarque y desembarque respectivamente.
- Se adapta a los requisitos de casi todo tipo de mercadería mediante la adaptación de buques y contenedores.
- Tiene gran importancia en el comercio internacional debido a los bajos costos de exportación.
- Una de las peores características es la lentitud que lleva el traslado de mercancía.

El transporte marítimo se explota mediante dos sistemas o regímenes de explotación: la línea regular (normalmente en contenedor que usan buques con frecuencias y rutas preestablecidas) y el régimen de fletamento (contratación de buques completos para efectuar transportes según demanda del cliente y servicio: graneles, petróleo, grano, gas, etc.) (Robles, Deguate.com, 2015)

4.6.3 Aeropuertos (Robles, Deguate.com, 2013)

El principal que es el Aeropuerto Internacional La Aurora, que se encuentra a 15 minutos del centro de la ciudad capital de Guatemala, con una red de 29 vuelos internacionales a las principales ciudades de América y Europa, mediante 17 líneas aéreas, siendo administrado por la Dirección de Aeronáutica Civil, entidad del estado de Guatemala y recientemente el Aeropuerto Internacional "La Aurora", pasó a ser catalogado como categoría uno, por la Administración Federal de Aviación de Estados Unidos (FAA).

Este aeropuerto es uno de los más grandes y modernos de toda la región centroamericana y tercero por su tráfico aéreo después de Ciudad de Panamá y San José

de Costa Rica, siendo también el de mayor tráfico en toda Guatemala y uno de los más transitados de América Latina. El aeropuerto capitalino tiene conexiones con las principales capitales de América Latina y varias ciudades de Estados Unidos, Europa y Asia.

- **Aeropuerto Internacional La Aurora.-** es el más alto de toda Centroamérica ya que se encuentra situado a 1,509 msnm y por ello en algunas ocasiones se han detenido por momentos las labores por la densa neblina que a veces cubre a la Ciudad de Guatemala, aunque las operaciones se han reanudado inmediatamente. La Aurora fue expandido y remodelado masivamente para ofrecer un mayor servicio a los pasajeros y líneas aéreas, de tal modo que puede acoger un mayor número de usuarios y aeronaves más grandes.
- **Aeropuerto Mundo Maya.-** situado en Santa Elena, Petén, en el norte del país, el cual se ha convertido en un foco de expansión, gracias al aumento de la actividad del sector privado en dicha zona.

Guatemala también cuenta con cinco aeropuertos regionales ubicados en Puerto Barrios, Izabal (nororiente); Cobán, Alta Verapaz (centro-norte); Puerto de San José, Escuintla (sur), Retalhuleu (occidente) y Poptun, Petén (norte).

Como nota adicional cabe mencionar que el manejo de carga a nivel aeropuerto es uno de los más eficientes en Latinoamérica. En su mayoría la carga tanto de exportación e importación, es recibida, almacenada, controlada, resguardada y entregada por COMBEX – IM. Esta no es una organización no lucrativa, administrada por el sector privado de Guatemala con el propósito de brindar al mercado local e internacional un modelo de organización que satisfaga las exigencias en un manejo confiable de la mercancía, con recursos humanos y tecnológicos adecuados.

4.7 ACCESO AL MERCADO (SAE, 2014)

4.7.1. Trámites y Tributos Aduaneros

Documentación exigida: La importación a Guatemala de mercancías procedentes de cualquier lugar del mundo exige dos documentos importantes; que son la factura comercial y el documento de embarque legalizados por la Embajada de Guatemala en el país de origen de los bienes. Para la tramitación de la importación se requieren los servicios de un agente de aduanas en Guatemala. Las importaciones antes de proceder a

su desaduanización estarán depositadas en Almacenes Generales de Depósito y, para poder ser distribuidos en el país, se requiere la tramitación de la declaración aduanera de importación y el pago de los derechos arancelarios correspondientes.

4.7.1.1 Procedimientos Aduaneros

Declaración Única Aduanera DUA-GT: Es un instrumento para la aplicación armonizada de los procedimientos aduaneros. Tiene como objeto homogeneizar la presentación de la declaración de mercancías, estandarizar el uso del sistema de codificación y racionalizar la exigencia de información a los operadores de comercio exterior.

Clareo de Aduana. Carga Marítima y Terrestre: Una revisión o clareo de almacén fiscal o aduana es necesario cuando una mercadería va a ingresar al país y debe nacionalizarse. Para este efecto, debe cancelarse el pago de los impuestos correspondientes. Existe una tabla que clasifica los productos, otorgándoles un arancel, (Sistema Arancelario Centro Americano –SAC-). Algunos aranceles son más altos que otros. La clasificación arancelaria deberá realizarse con ayuda de un agente aduanal, quien es la persona que se reconoce ante la aduana para realizar todos los trámites en representación de la empresa importadora.

El agente de aduanas es quien se presenta en la aduana cuando la empresa de transporte confirma que la mercadería ha ingresado a Guatemala. Debe llevar consigo la factura y la lista de empaque; ambos documentos proporcionados por el proveedor.

Cuando se retira una mercadería de la aduana, pueden suceder tres situaciones. Se utiliza un semáforo que se presenta en cualquiera de los tres colores:

- Color rojo:** Esto significa que toda la mercadería debe ser descargada y revisada por un auditor fiscal, quien dará fe de que lo expresado en la factura y la lista de empaque es lo correcto y de que el precio se ajusta a lo declarado en estos documentos.
- **Color amarillo:** La inspección de la mercadería no se realiza tan a fondo como durante la situación del color rojo.
- Color verde:** Los impuestos son liquidados inmediatamente, sin necesidad de revisión alguna. Este trámite se hace en menor tiempo.

Clareo de Aduana. Carga Aérea: Cuando las mercancías se movilizan por vía aérea, ingresan por el aeropuerto Internacional La Aurora hacia las zonas denominadas COMBEXIN que se encarga de garantizar al importador el almenaje, control y resguardo de las mercancías. (Proecuador, 2014)

4.7.2 Empaque, Embalaje y Etiquetas

Marcado, etiquetado y empaquetado

Según información aportada por la Oficina Comercial de Ecuador en Guatemala; los productos importados de calzado, marroquinería y afines deben contener una etiqueta en español que especifique la información referente a:

- Descripción del producto
- Características físicas
- Peso / volumen neto
- Nombre y dirección de distribuidores guatemaltecos
- Número de registro
- Instrucciones y consejos de cuidado

Condiciones Generales de las Etiquetas

Las etiquetas no deben dejar dudas respecto a la verdadera naturaleza de los productos, ni a su composición, calidad, cantidad, origen o procedencia, tratamiento general al que ha sido sometido y otras propiedades esenciales de los mismos. Describe las características generales de los materiales de las etiquetas, de sus inscripciones, así como el tamaño mínimo de las mismas en relación con el Área de Inteligencia Comercial ADEX.

4.7.3 Régimen para muestras

En el Artículo 597 del Reglamento del Código Aduanero Uniforme Centroamericano (RECAUCA), se establece que “las muestras sin valor comercial son aquellas mercancías enviadas sin costo alguno para el consignatario, con la finalidad de demostrar sus características y que carezcan de todo valor comercial en carácter de

muestras y que ostentan leyendas que así las identifican o que han sido inutilizadas de alguna manera para evitar su comercialización interna.

También se consideran muestras sin valor comercial aquellas mercancías cuyo uso o empleo como muestra implica su destrucción por degustación, ensayos, análisis, tales como productos alimenticios, bebidas, perfumes, productos químicos y farmacéuticos y otros productos análogos, siempre que se presenten en condiciones y cantidad, peso, volumen u otras formas que demuestren inequívocamente su condición de muestras sin valor comercial.”

De acuerdo al Artículo 598 del mismo Reglamento, se indica que “si las mercancías son presentadas a despacho como muestras sin valor comercial a su ingreso, la Autoridad Aduanera determinará si procede considerarlas como muestras sin valor comercial y cuando corresponda tramitará de oficio la declaración de mercancías. Cuando la aduana determine que las mercancías presentadas a despacho, no constituyen muestras sin valor comercial, las pondrá bajo su control y notificará al interesado a efecto de que solicite, dentro de los plazos legales, otra destinación para las mercancías”.

En el Artículo 599 se define la documentación a presentar para el despacho, donde el consignatario deberá presentar los siguientes documentos:

- Documento de remisión de las muestras;
- Documento de transporte, en su caso; y
- Licencia o permiso de importación, extendido por las autoridades competentes que correspondan, cuando proceda.

Cuando en un mismo documento de transporte se consignen muestras sin valor comercial junto con otras mercancías con carácter comercial, el importador podrá separar las muestras sin valor comercial para someterlas al proceso de despacho (Art. 600).

Las normativas y procedimientos para el despacho de las mercancías bajo las modalidades especiales de importación están indicadas en el Procedimiento para el Despacho de las Modalidades Especiales de Importación y Exportación de la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), de 2008. En este documento se indica que “para el despacho de las muestras sin valor comercial, la autoridad aduanera

debe elaborar una declaración de oficio requiriéndole al interesado la documentación descrita en el artículo 599 del RECAUCA (documento de remisión de las muestras, el documento de transporte y licencias o permisos de importación, extendidos por las autoridades competentes que correspondan) siempre que el valor en aduanas no supere los mil pesos centroamericanos, caso contrario deberá despacharse con declaración o formulario aduanero”.

Ingreso de muestras de alimentos procesados a Guatemala

El Departamento de Regulación y Control de Alimentos del Ministerio de Salud de Guatemala, solicita los siguientes requisitos para la importación de muestras de alimentos procesados:

- Peso inferior 10 kilogramos de cada producto, o bien el equivalente a 10 litros líquidos
- Formulario de importación de muestras, que se puede descargar de página web de Ministerio de Salud, por medio del siguiente link
<http://www.mspas.gob.gt> (FORMULARIO A-AS-G-001)
- Certificado de venta libre, donde especifique que el producto es apto para consumo humano
- Factura de todos los productos que serán importados, con fin de muestra
- Pago de Q 15.00 (aproximadamente \$1.95) en ventanillas de Servicios del Ministerio de Salud Pública de Guatemala (Realizado por el agente de aduana o profesional que lleva el trámite).

Ingreso de muestras de otros productos a Guatemala

En Guatemala existen diversos requisitos la importación de muestras sin valor comercial:

- Factura

- Documento de transporte que acredite la propiedad de las mercancías y el valor de transporte por el traslado de las mismas (guía de agencia de carga utilizada)
- Peso igual o inferior a 10 kilogramos
- Certificado de origen del producto enviado como muestra
- Certificado de libre venta
- Packinglist, la cual es opcional (consultar previamente al agente de aduanas a utilizar)

4.7.4 Licencias de Importación y Autorizaciones Previas

Guatemala señala que no existen límites cuantitativos o límites a las importaciones desde un determinado país. Guatemala no requiere licencias de importación per se, pero las importaciones de determinados productos están sujetas a determinados trámites administrativos. Guatemala ha notificado las formalidades necesarias a la Secretaría de la OMC.

No hay diferencias en los procedimientos entre los socios comerciales y no hay ninguna excepción a los requisitos de licencia en virtud de acuerdos bilaterales o regionales. Todos los importadores y exportadores guatemaltecos deben registrarse y obtener una licencia de importador o exportador, según corresponda, otorgada por el Ministerio de Economía.

Es necesario que los importadores se registren en el Padrón de Importadores. El Departamento de Control de Armas y Municiones del Ministerio de Defensa de Guatemala prohíbe la importación de armas. Con autorización previa, los productos como pólvora y explosivos y artículos de pirotecnia, y armas y municiones y sus partes, necesitan un permiso de importación del Departamento de Control de Armas y Municiones (DECAM) y una licencia de importación del Ministerio de Defensa. Previo al ingreso a territorio guatemalteco, el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación de Guatemala proporciona la información y otorga la autorización para aquellos productos, cuya importación es permitida siempre y cuando cumplan con diversos requisitos no arancelarios.

Entre estos productos se pueden citar: animales vivos, plantas vivas, productos y subproductos de origen vegetal, sal, productos químicos inorgánicos, elementos químicos radioactivos, productos químicos orgánicos, productos farmacéuticos para uso

humano, pólvora y explosivos, productos de uso casero para el control de plagas, madera, entre otros más. Los importadores y distribuidores de productos alimenticios deben registrarse y obtener una licencia sanitaria del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, Dirección General de Servicios de Salud.

Para la importación de animales vivos, pieles y cueros, es necesaria una autorización zoosanitaria de importación del Departamento de Salud Animal del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación. Los animales reproductores que se consideren de raza pura, necesitan un certificado de calidad, expedido por el país exportador. Para la importación de productos de origen animal y de alimentos preparados para animales, es necesaria la autorización zoosanitaria de importación de la Unidad de Normas y Regulaciones del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.

No se permite desalmacenar de las Aduanas la harina de trigo, el azúcar y el cloruro de sodio (sal) si el interesado no presenta el análisis físico-químico practicado por el Laboratorio Unificado de Control de Alimentos y Medicamentos (LUCAM) de la Dirección General de Servicios de Salud. La importación de productos de origen vegetal y el tabaco y sucedáneos necesitan el permiso fitosanitario para la importación de vegetales, productos, subproductos y semillas emitido por la Unidad de Normas y Regulaciones del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación.

Las bebidas alcohólicas necesitan la autorización del laboratorio químico de la Superintendencia de Administración Tributaria. La importación de agroquímicos, materia prima para formular abonos o fertilizantes, materia prima para formular plaguicidas, también requiere de un previo registro de empresa importadora ante la Unidad de Normas y Regulaciones del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, así como un registro sanitario de plaguicidas agrícolas y sustancias afines ante el mismo departamento, y además es necesaria la licencia de importación emitida por el mismo departamento.

Los desechos, desperdicios y residuos de plástico, caucho y pilas y baterías o acumuladores eléctricos, necesitan un permiso de importación expedido por la Comisión Nacional de Medio Ambiente (CONAMA).

La madera necesita un permiso de importación expedido por la Unidad de Normas y Regulaciones del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación. Debido a que existe una gran variedad de productos sujetos a restricciones no arancelarias, es

necesario que el importador se comunique al Ministerio de Agricultura y Ganadería – MAGA- o bien a la Dirección General de Servicios de Salud.

4.7.5 Condiciones de Compra y de Pago

Condiciones de compra

Desde el 1 de enero de 2011, la terminología empleada en el comercio internacional fue modificado por la Cámara de Comercio Internacional (ICC, en inglés) vigentes para los próximos 10 años. Los cambios a los Incoterms “deja más claras las obligaciones de compradores y vendedores.

En los Incoterms 2010 se reconoce de manera formal que los términos pueden aplicarse tanto a los contratos de compra-venta internacionales como a los nacionales.

Condiciones de pago

El régimen de cambios en Guatemala es un régimen de flotación controlada. El tipo de cambio quetzal/dólar está determinado por el mercado, la oferta y demanda de dólares. El Banco de Guatemala sólo interviene en el mercado de divisas para evitar movimientos especulativos o como medio para esterilizar el exceso de liquidez.

El acceso a las divisas es libre, todos los bancos del sistema están habilitados para vender y comprar dólares, aunque hay que completar unos formularios para control estadístico. Con la entrada en vigor de la Ley de Libre Negociación de Divisas, desde el año 2000 se permitió abrir cuentas en divisas, con objeto de mejorar la confianza en el sistema bancario.

Tiempo de tránsito

Desde el Ecuador, la principal modalidad de transporte de mercancías hacia Guatemala es el marítimo, el cual tiene un tiempo de tránsito de aproximadamente 15 días, con contenedores completos, en ruta directa.

Cabe resaltar que los tiempos de tránsito pueden variar, dependiendo del tipo de producto que se exporte y el tipo de ruta que ofrezca la empresa naviera o de carga. Por

ejemplo, existen exportaciones desde Ecuador hasta Puerto Quetzal (Océano Pacífico) en Guatemala que tardan menos de 8 días y otros que pueden tomar hasta un mes ya que hacen trasbordos primero, en Puerto Manzanillo México, que puede retrasar considerablemente el arribo de la carga a su destino final.

Por otro lado, existen empresas navieras que hacen trasbordo en el Canal de Panamá, para luego avanzar hasta Puerto Quetzal y otras que atraviesan el Canal para llegar con el producto a Puerto Santo Tomás de Castilla (Océano Atlántico-Guatemala), que, como se había indicado anteriormente, se encuentra a 297 km de la ciudad capital.

La selección que haga el exportador del operador logístico que vaya a manejar su mercadería para llegar a Guatemala debería ser la prioridad número uno, para que su producto sea competitivo en este mercado.

En lo que respecta al transporte de la mercadería por la vía aérea, desde Quito o Guayaquil al Aeropuerto Internacional La Aurora de Guatemala es de tres días, aproximadamente. Las empresas que utilizan este mecanismo para el transporte de sus productos son principalmente los de la industria farmacéutica y los exportadores de productos perecibles.

CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero muestra las inversiones requeridas para poner en marcha el plan de exportación y proyecta los resultados con el fin de evaluarlos y determinar si existe factibilidad y cumple con las expectativas de los mismos.

5.1 INVERSIONES REQUERIDAS

En relación a las inversiones para poner en marcha el plan de exportación, se las categoriza en inversiones fijas, intangibles y capital de trabajo, en el cual se desglosa el costo de ventas (zapatos, cajas de zapatos y etiquetas), en cuanto a la mano de obra se indica el valor a pagar a un trabajador, en los gastos administrativos, considerando que los puestos de la asociación son ad honorem, no se los contabiliza y en relación a los gastos de venta se toman en consideración el transporte y los trámites de exportación.

5.1.1 Inversiones fijas

Las inversiones fijas son los activos va a poseer la empresa, se la clasifica en edificios, maquinarias, muebles de oficina, equipo de oficina y equipo de cómputo, es decir todas las inversiones que son palpables.

Tabla 27: Inversiones fijas

Cuenta	Cantidad	Precio unitario	Subtotal	Total
Inversión Fija				\$ 59.100,00
Edificio			\$ 52.000,00	
Maquinaria			\$ 3.000,00	
Empacadora	1	\$ 1.800,00		
Etiquetadora	1	\$ 1.200,00		
Muebles de Oficina			\$ 2.460,00	
Equipo de Oficina			\$ 240,00	
Equipo de cómputo			\$ 1.400,00	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Belén Valarezo

5.1.2 Inversiones intangibles

Las inversiones intangibles son los desembolsos que adquieren activos que no son palpables, para el presente plan son los gastos de organización y los estudios.

Tabla 28: Inversiones intangibles

Cuenta	Parcial	Subtotal	Total
Inversión Intangible		\$ 1.530,00	\$ 1.530,00
Gastos de Organización	\$ 800,00		
Estudios	\$ 730,00		

Fuente: Investigación

Elaborado por: Belén Valarezo

5.2 COSTO DE VENTAS

Los costos de ventas en este caso son todos los costos para la realización del producto final, en este caso son los zapatos, las cajas y las etiquetas.

Tabla 29: Costo de ventas (mensual)

Cuenta	Cantidad	Precio unitario	Parcial	Total
Costo de ventas				\$ 35.380,80
Zapatos	1170	\$ 30,00	\$ 35.100,00	
Cajas de zapatos	1170	\$ 0,23	\$ 269,10	
Etiquetas	1170	\$ 0,01	\$ 11,70	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Belén Valarezo

5.2.1 Gasto de administración

Los gastos de administración, considerando que los puestos de la organización son ad honoren se reducen a los servicios básicos.

Tabla 30: Gastos administrativos (mensual)

Gastos de Administración	Valor
Servicios básicos	\$ 50,00
Total	\$ 50,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Belén Valarezo

5.2.2 Gastos de venta – exportación (mensual)

Los gastos de exportación son todos los rubros necesarios para poder exportar y trasladar el producto al puerto, además del salario del operador

Tabla 31: Gastos de venta – exportación (mensual)

Gastos de Venta	Valor
Transporte, Estiba, Seguro Interno.	\$ 475,32
Servicios y Trámites de Exportación, Agente de aduanas.	\$ 520,93
Operario	\$ 360,37
Total	\$ 1.415,62

Fuente: Investigación

Elaborado por: Belén Valarezo

Detalle: Salario del operador

En este rubro se cuantifica al operario que se requiere para la manipulación de los zapatos, para ponerlos en las cajas y etiquetarlos.

Operario

Cargo	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte patronal (11,15%)	Aporte personal (9,35%)	Sueldo	Anual
Obrero 1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 39,47	\$ 33,10	\$ 360,37	\$ 5.032,46

Fuente: Investigación

Elaborado por: Belén Valarezo

5.2.3 Total de inversión

A continuación se muestra en conjunto todas las inversiones que requieren para que el

Tabla 32: Total de inversión

Cuenta	Cantidad	Precio unitario	Parcial	Subtotal	Total
Inversión Fija					\$ 59.100,00
Edificio				\$ 52.000,00	
Maquinaria				\$ 3.000,00	
Empacadora	1		\$ 1.800,00		
Etiquetadora	1		\$ 1.200,00		
Muebles de Oficina				\$ 2.460,00	
Equipo de Oficina				\$ 240,00	
Equipo de cómputo				\$ 1.400,00	
Inversión Intangible				\$ 1.530,00	\$ 1.530,00
Gastos de Organización			\$ 800,00		
Estudios			\$ 730,00		
Capital de Trabajo					\$ 36.846,42
Costo de ventas				\$ 35.380,80	
Zapatos	1170	\$ 30,00	\$ 35.100,00		
Cajas de zapatos	1170	\$ 0,23	\$ 269,10		
Etiquetas	1170	\$ 0,01	\$ 11,70		
Gatos Administrativos				\$ 50,00	
Gastos de Venta				\$ 1.415,62	
Transporte, Estiba, Seguro Interno.			\$ 475,32		
Serv. y Trám. de Exportación			\$ 520,93		
Sueldos	1	\$ 419,37	\$ 419,37		
Total Inversión					\$ 97.476,42

Fuente: Investigación

Elaborado por: Belén Valarezo

El total de la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto es de \$ 97.476,42

5.2.4 Costos y gastos anuales

A continuación se muestra todos los costos y gastos de manera integral y anualizados, para poder realizar el estado de resultados, flujo de efectivo y cálculo del punto de equilibrio.

Tabla 33: Matriz de costos y gastos (anual)

Cuenta	Fijo	Variable
Costo de ventas		\$ 424.569,60
Gastos administrativos	\$ 600,00	
Gastos de venta	\$ 16.987,46	
Subtotal	\$ 17.587,46	\$ 424.569,60
Total	\$ 442.157,06	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Belén Valarezo

Todos los rubros determinados se los utiliza para la realización de estado de resultados y flujo de caja.

Precio unitario de venta

A continuación con los datos anuales se procede a calcular el precio de venta al que se planea vender el producto.

Tabla 34: Precio unitario de venta

Costo de ventas	\$ 424.569,60
Gastos administrativos	\$ 600,00
Gastos de venta	\$ 16.987,46
Unidades producidas	14040
Costo unitario	\$ 31,49
Margen de utilidad	9,55%
Precio de venta (Fob)	\$ 34,50
Ventas anuales	\$ 484.380,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Belén Valarezo

5.2.3 Cálculo de los ingresos.

La asociación está dispuesta a proporcionar la cantidad de 14.040 zapatos anuales, es decir 1.170 zapatos mensuales, que son los que se van a exportar, el precio de venta es 34,50 dólares en términos FOB, se considera además que la asociación produce en promedio un 5% más cada año, tasa que es considerada para la proyección de los ingresos.

Ventas anuales: 14.040 pares de zapatos x \$ 34,50 = \$ 484.380,00

Para la proyección se utiliza el método del monto o crecimiento poblacional, a continuación se encuentra la fórmula:

$$Vf = Va(1 + r)^n$$

Dónde:

Vf = valor futuro

Va = valor actual

r = tasa de proyección

n = tiempo

$$\text{Año 1} = \text{Año 1}(1 + 0,05)^0$$

$$\text{Año 1} = \$ 484.380 (1,05)^0$$

$$\text{Año 1} == \$ 484.380$$

$$\text{Año 2} = \text{Año 1}(1 + 0,05)^1$$

$$\text{Año 2} = \$ 484.380 (1,05)^1$$

$$\text{Año 2} = \$ 508.599,00$$

$$\text{Año 3} = \text{Año 1}(1 + 0,05)^2$$

$$\text{Año 3} = \$ 484.380 (1,05)^2$$

$$\text{Año 3} = \$ 534.028,95$$

$$\text{Año 4} = \text{Año 1}(1 + 0,05)^3$$

$$\text{Año 4} = \$ 484.380 (1,05)^3$$

$$\text{Año 4} = \$ 560.730,40$$

$$\text{Año 5} = \text{Año 1}(1 + 0,05)^4$$

$$\text{Año 5} = \$ 484.380 (1,05)^4$$

$$\text{Año 5} = \$ 588.766,92$$

Tabla 35: Ingresos proyectados

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 484.380,00	\$ 508.599,00	\$ 534.028,95	\$ 560.730,40	\$ 588.766,92

Fuente: Investigación

Elaborado por: Belén Valarezo

5.3 ESTADOS FINANCIEROS

Tabla 36: Estado de resultados

Cuenta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 484.380,00	\$ 508.599,00	\$ 534.028,95	\$ 560.730,40	\$ 588.766,92
Costo de Ventas	\$ 424.569,60	\$ 445.798,08	\$ 468.087,98	\$ 491.492,38	\$ 516.067,00
Utilidad Bruta	\$ 59.810,40	\$ 62.800,92	\$ 65.940,97	\$ 69.238,01	\$ 72.699,92
(-) Gastos de Administración	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
(-) Gasto de Ventas	\$ 16.987,46	\$ 17.836,84	\$ 18.728,68	\$ 19.665,11	\$ 20.648,37
Utilidad Neta	\$ 42.822,94	\$ 44.964,08	\$ 47.212,29	\$ 49.572,90	\$ 52.051,55
(-) 15% part. Trabajadores	\$ 6.423,44	\$ 6.744,61	\$ 7.081,84	\$ 7.435,94	\$ 7.807,73
Utilidad a impuesto a la renta	\$ 36.399,50	\$ 38.219,47	\$ 40.130,44	\$ 42.136,97	\$ 44.243,81
(-) Impuesto a la renta	\$ 8.007,89	\$ 8.408,28	\$ 8.828,70	\$ 9.270,13	\$ 9.733,64
Utilidad Neta	\$ 28.391,61	\$ 29.811,19	\$ 31.301,75	\$ 32.866,83	\$ 34.510,18

Fuente: Investigación

Elaborado por: Belén Valarezo

Tabla 37: Flujo de caja

Cuenta	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$ 484.380,00	\$ 508.599,00	\$ 534.028,95	\$ 560.730,40	\$ 588.766,92
Costo de Ventas		\$ 424.569,60	\$ 445.798,08	\$ 468.087,98	\$ 491.492,38	\$ 516.067,00
Utilidad Bruta		\$ 59.810,40	\$ 62.800,92	\$ 65.940,97	\$ 69.238,01	\$ 72.699,92
(-) Gastos de Administración		\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
(-) Gasto de Ventas		\$ 16.987,46	\$ 17.836,84	\$ 18.728,68	\$ 19.665,11	\$ 20.648,37
Utilidad antes de Part. Trab.		\$ 42.822,94	\$ 44.964,08	\$ 47.212,29	\$ 49.572,90	\$ 52.051,55
(-) 15% part. Trabajadores		\$ 6.423,44	\$ 6.744,61	\$ 7.081,84	\$ 7.435,94	\$ 7.807,73
Utilidad antes imp. a la renta		\$ 36.399,50	\$ 38.219,47	\$ 40.130,44	\$ 42.136,97	\$ 44.243,81
(-) Impuesto a la renta (22%)		\$ 8.007,89	\$ 8.408,28	\$ 8.828,70	\$ 9.270,13	\$ 9.733,64
Utilidad Neta		\$ 28.391,61	\$ 29.811,19	\$ 31.301,75	\$ 32.866,83	\$ 34.510,18
Inversión fija	-\$ 59.100,00					
Inversión intangible	-\$ 1.530,00					
Capital de trabajo	-\$ 36.846,42					
Flujo	-\$ 97.476,42	\$ 28.391,61	\$ 29.811,19	\$ 31.301,75	\$ 32.866,83	\$ 34.510,18

Fuente: Investigación

Elaborado por: Belén Valarezo

5.4 EVALUACIÓN DEL ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero se determina si el plan de exportaciones es financieramente viable, a través de indicadores como el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio costo y el período de recuperación de la inversión, de igual manera se determina el punto de equilibrio con el fin de conocer el número de unidades que debe ser vendidos con el fin de que la asociación no gane ni pierda, el cual deberá ser alcanzado y superado.

5.4.1 Valor actual neto

Para el cálculo del VAN se ha calculado una tasa de actualización a partir de la sumatoria de la inflación acumulada 3,67% y la tasa pasiva referencial fijada por el Banco Central del Ecuador 5,18%, es decir 8,85%

Tabla 38: Valor actual neto

Años	Flujo de Caja	Factor de Actualización	Flujo de Efectivo Actual	Flujo de Efectivo Acumulado
		$1 / (1 + i) ^ n$		
0	-\$ 97.476,42	1	-\$ 97.476,42	-\$ 97.476,42
1	\$ 28.391,61	0,918695452	\$ 26.083,24	-\$ 71.393,18
2	\$ 29.811,19	0,844001334	\$ 25.160,68	-\$ 46.232,50
3	\$ 31.301,75	0,775380188	\$ 24.270,75	-\$ 21.961,75
4	\$ 32.866,83	0,712338252	\$ 23.412,30	\$ 1.450,56
5	\$ 34.510,18	0,654421913	\$ 22.584,21	\$ 24.034,77

Fuente: Investigación

Elaborado por: Belén Valarezo

El valor actual neto es de \$ 24.034,77 al ser mayor que cero, el plan se considera factible.

5.4.2 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno en representa porcentualmente lo que el plan entrega a sus socios, en relación a la inversión realizada y permite además determinar que tan rentable será la puesta en marcha del plan, para su cálculo es necesario determinar un valor actual neto negativo, lo más cercano a cero, para lo que se aplicado una tasa de descuento del 17,61% y con esto poder aplicar la fórmula.

Tabla 39: Valor actual neto (-)

Años	Flujo de Caja	Factor de Actualización	Flujo de Efectivo Actual	Flujo de Efectivo Acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-\$ 97.476,42	1	-\$ 97.476,42	-\$ 97.476,42
1	\$ 28.391,61	0,850267834	\$ 24.140,47	-\$ 73.335,95
2	\$ 29.811,19	0,72295539	\$ 21.552,16	-\$ 51.783,79
3	\$ 31.301,75	0,614705714	\$ 19.241,36	-\$ 32.542,43
4	\$ 32.866,83	0,522664496	\$ 17.178,33	-\$ 15.364,10
5	\$ 34.510,18	0,444404809	\$ 15.336,49	-\$ 27,62

Fuente: Investigación

Elaborado por: Belén Valarezo

$$TIR = i_1 + (i_2 + i_1) \left(\frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2} \right)$$

$$TIR = 8,85 \% + (17,61\% - 8,85 \%) x (\$ 24.034,77) / ((\$ 24.034,77) - (-\$ 27,62))$$

$$TIR = 8,85 \% + (8,76) x (0,9989)$$

$$TIR = 8,85 \% + 8,75\%$$

$$TIR = 17,60\%.$$

La tasa interna de retorno es de 17,60% y al ser mayor que la tasa de oportunidad, es decir la sumatoria de la inflación y la tasa pasiva 8,85%, se concluye que el plan es viable.

5.4.3 Relación beneficio-costo

Para la aplicación de la relación beneficio costo se aplicará la siguiente fórmula:

$$R\ b/c = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

Tabla 40: Ingresos actualizados

Años	Flujo de caja	Factor de Actualización	Flujo de efectivo actual
		$1 / (1 + i)^n$	
1	\$ 28.391,61	0,918695452	\$ 26.083,24
2	\$ 29.811,19	0,844001334	\$ 25.160,68
3	\$ 31.301,75	0,775380188	\$ 24.270,75
4	\$ 32.866,83	0,712338252	\$ 23.412,30
5	\$ 34.510,18	0,654421913	\$ 22.584,21
Sumatoria			\$ 121.511,19

Fuente: Investigación

Elaborado por: Belén Valarezo

$$R\ b/c = \$ 121.511,19 / 97.476,42$$

$$R\ b/c = 1,25$$

La relación beneficio costo es de \$1,25, es decir que por cada dólar invertido se obtiene 0,25 dólares, retribución que se la califica como económicamente eficiente.

5.4.4 Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se consideran los siguientes valores:

Costo Fijo \$ 17.587,46

Costo Variable Unitario \$ 30,24

Producción 14.040

Precio de Venta \$ 34,50

Costo Fijo

Precio de Venta - Costo Variable Unitario

\$ 17.587,46

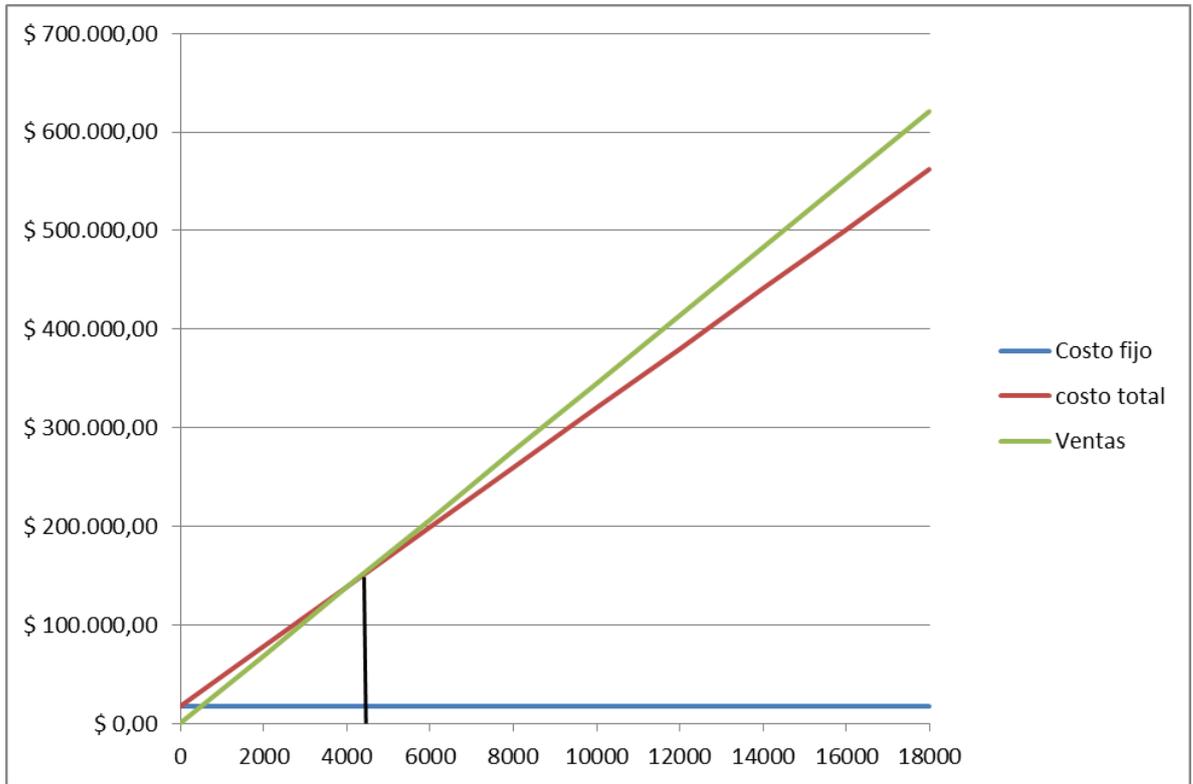
\$ 34,50 - \$ 30,24

\$ 17.587,46

\$ 4,26

4.129 unidades

Ilustración 15: Punto de equilibrio



Fuente: Costos

Elaborado por: Belén Valarezo

El punto de equilibrio es de 4129 unidades, es decir que se deberá producir mínimo ese número de unidades, para que la asociación no pierda ni gane, al superar esta cantidad se comenzara a obtener utilidad.

5.4.5 Periodo de recuperación de la inversión

El período de recuperación de la inversión determina exactamente en qué tiempo se recupera la inversión, con los flujos de efectivo proyectados.

Tabla 41: Período de recuperación de la inversión

Periodos	Inversión	Flujos	Flujos Acumulados
0	\$ 97.476,42		
1		\$ 28.391,61	\$ 28.391,61
2		\$ 29.811,19	\$ 58.202,79
3		\$ 31.301,75	\$ 89.504,54
4		\$ 32.866,83	\$ 122.371,37
5		\$ 34.510,18	\$ 156.881,55

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Belén Valarezo

En el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Periodo de recuperación de la inversión} = a + ((b - c) / d)$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de Efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$\text{Periodo de Recuperación de la Inversión} = a + ((b - c) / d)$$

$$A = 3$$

$$B = \$ 97.476,42$$

$$C = \$ 89.504,54$$

$$D = \$ 32.866,83$$

Periodo de Recuperación de la Inversión = $3 + (\$ 97.476,42 - \$ 89.504,54) / \$ 32.866,83)$

Periodo de Recuperación de la Inversión = 3,242550968

Para el cálculo más exacto se transformará 0,242550968 años a meses a través de una regla de tres.

Años	Meses
1	12
0, 2425509	2,91

El período de recuperación de la inversión es de 3 años 2 meses, y considerando que el plan se lo ha proyectado a 5 años, se puede decir que es un tiempo adecuado.

5.4.6 Resumen de indicadores

Tabla 42: Resumen de indicadores

INDICADOR	VALOR
VAN	\$ 24.034,77
TIR	17,60%
R. B/C	1,25
Punto de equilibrio	4129 pares de zapatos
PRI	3 años 2 meses

Fuente: Tabla 41, 40, 39, 38.

Elaborado por: Belén Valarezo

CONCLUSIONES

Posterior al desarrollo, análisis y evaluación del proyecto, se llega a las siguientes conclusiones:

- La Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo “ASOMAZCH” no cuenta con la estructura organizacional adecuada, ni tampoco con la normativa reglamentaria para resolver los requerimientos de los asociados por lo que en base a los antiguos estatutos conseguidos se ha elaborado una propuesta de estructura organizacional.
- Después de haber analizado el estudio de mercado; los resultados arrojan una perspectiva de exportar calzado casual de cuero para mujer hacia el mercado de Guatemala, dando como visión a futuro un margen de éxito.
- A través de la evaluación financiera podemos visualizar el grado de rentabilidad que tiene el proyecto, con lo cual podemos darnos cuenta que el proyecto de exportación es factible financieramente.
- El Incoterm que se utilizara en este proyecto es el FOB, ya que resulta más rentable y conveniente para la “ASOMAZCH”, debido a que brinda los mayores beneficios y menores riesgos para la parte compradora y vendedora.
- Con el presente trabajo también se puede concluir que aumentara el rubro de las exportaciones no tradicionales en el país, generando una balanza comercial favorable para Ecuador.
- Esta investigación es de gran ayuda para el conocimiento del campo de comercio exterior; el mismo en el que profesionalmente podre desenvolverme, lo mismo que llena de satisfacción por el deber cumplido.

RECOMENDACIONES

A continuación se mencionan algunas recomendaciones con las cuales se aporta para la puesta en marcha de este trabajo de investigación:

- Elaborar y desarrollar campañas de promoción del calzado de cuero elaborado en la ciudad de Riobamba y que vaya enfocado a clientes potenciales a nivel nacional e internacional.
- Realizar alianzas estratégicas entre comunidades que se dedican expresamente a la producción de calzado.
- Se recomienda aprovechar los beneficios de los tratados comerciales que tiene el Ecuador con los países del mundo.
- Generar publicidad que incentive a los zapateros artesanales a buscar mejores condiciones de trabajo y realzar su calidad de vida comercializando externamente.

- Después del análisis de los resultados obtenidos se recomienda a la Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo ejecutar el proyecto para obtener beneficios económicos de ambas partes.
- Para la Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo es recomendable incrementar anualmente la producción de calzado de cuero para ganar posicionamiento en el mercado siendo eficientes; es decir que los asociados logren permanecer en el mercado extranjero.

BIBLIOGRAFIA

- Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración de Ecuador, (2013). Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica. Quito.
- Andrade, J. (1965). Arte Popular del Ecuador. *Artesanía en Ecuador*. Quito, Pichincha.
- Ecuapass. (2012). *Glosario de términos generales*. Quito: Ecuapass.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia*. Mexico: McGraw Hill
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Person Educacion.
- Larrea, M. (2004). *Realidad Nacional y Mundial*. Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo de Pichincha
- Machado, J. (2011). *Concepto de Globalización*. Brasil.
- Martínez de Zarate, A. (2008). *Guatemala es líder en producción de zapatos en Centroamérica*. Prensa libre, 08.
- Proexport, C. (2006). *Calzado a nivel mundial*. Bogotá.
- RAE. (2011). *Definición*. Madrid: S.L.U. Espasa Libros.
- Ron, F. (2012). *Metodología de la Investigación*. Quito.
- Sabino, C. (1991). *Diccionarios de economía y finanzas*. Caracas: Ed. Panapo.
- Sosa, R. (2012). *Uso y utilidad de los Incoterms 2010 en el comercio, aduanas y contratos de compraventa internacional*. México: Editorial CCG.

LINKOGRAFIA

- Aduanas, (2014). *Comercio y Aduanas*. Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/>
- Banco Central del Ecuador. (5 de 2014). *Exportaciones Ecuador 2014* Recuperado el 15 de 06 de 2015, de www.bce.fin.ec
- Banguat. (15 de 04 de 2015). *Importaciones de Calzado 2014* Recuperado el 15 de 04 de 2015, de <http://www.banguat.gob.gt/>

- Gobierno de Guatemala. (2015). *Dirección de Administración del Comercio Exterior* Recuperado el 04 de 04 de 2015, de <http://www.guatemala.gob.gt/>
- Grecalza. (2015). *Industria de Guatemala*. Obtenido de <http://www.industriaguatemala.com/gremial-fabricantes-calzado-productos-afines>
- INE. (2013). *Poblacion Economicamente Activa* Recuperado el 16 de 03 de 2015, de www.ine.net
- MIPRO. (2014). *Cueros y pieles en Ecuador*. Recuperado el 08 de 04 de 2015, de <http://aplicaciones.mipro.gob.ec/mushoq/frontEnd/expCuerosPielas>
- Proecuador. (12 de 09 de 2009). *Productos potenciales de exportacion*. Recuperado el 23 de 04 de 2015, de www.proecuador.gob.ec
- Proecuador. (2010). *Tramites y requisitos para exportar*. Recuperado el 20 de 05 de 2015, de Proecuador: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- Proecuador. (14 de Marzo de 2013). *Importaciones de Ecuador*. Recuperado el 7 de 05 de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/importacion/>
- Proecuador. (2014). *Perfil Logístico De Guatemala*. Recuperado el 15 de 06 de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/perfillogisticoguatemala>
- Robles, E. (26 de 02 de 2013). *Puertos y Aeropuertos de Guatemala*. Recuperado el 08 de 07 de 2015, de <http://www.deguatemala.com/artman/publish/infraestructura-guatemala/aeropuertos-de-guatemala.shtml#.VfhCcEbpWDn>
- Saavedra, E. (10 de 05 de 2010). *Formacion en transporte*. Recuperado el 26 de 05 de 2015, de <http://www.formacionentransporte.es/maritimo>
- SAE, (2014). *Proecuador y guia de exportador*. Recuperado el 15 de 07 de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-del-exportador/>
- TradeMap. (2013). *Indices de Exportacion*. Obtenido de <http://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>

ANEXOS

Anexo 1: Logotipo

La Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo tiene un logotipo sencillo, el cual lleva el nombre de la organización acompañado de la fecha de su fundación, en el centro un pequeño gráfico de la horma de zapato y una antorcha dentro de un pedazo de cuero que son detalles importantes característicos de la actividad a la que se dedica la asociación.



Anexo 2: Estructura Administrativa

La Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo, establece para su funcionamiento los siguientes organismos:

- a) La Asamblea General
- b) El Directorio

DE LA ASAMBLEA GENERAL

La Asamblea General es la máxima autoridad y estará formada por todos los asociados. Para que la Asamblea General pueda sesionar, necesitará de la mitad más uno de sus miembros.

Esta sesionará ordinariamente cada treinta días, fijándose los días domingos para cada reunión, previa convocatoria escrita, hecha por el presidente de la misma o un encargado; extraordinariamente a pedido de dos o más miembros de la asociación.

Si la Asamblea General no pudiere sesionar por falta de quórum se procederá a una nueva convocatoria y la reunión será posible con el número de socios que asistan,

teniendo en cuenta que las resoluciones allí acordadas serán obligatorias para todos los asociados.

DE LAS ATRIBUCIONES DE LA ASAMBLEA

Son atribuciones de la Asamblea General:

- a) Aprobar o reformar los Estatutos en tercera discusión, lo mismo que el Reglamento Interno.
- b) Posesionar a los miembros del directorio y sus respectivos suplentes.
- c) Resolver todos los asuntos que fueren de su incumbencia y los asuntos que le fueren consultados por el Directorio.
- d) Conocer el informe anual que presentara, a final de sus labores el Presidente de la Asociación y adoptar sobre e las medidas convenientes.
- e) Suspender a los miembros del Directorio o a sus suplentes cuando no cumplan con sus obligaciones y designar sus remplazos en la forma establecida.
- f) Imponer sanciones y resolver las apelaciones que sobre la misma plantearen los socios.
- g) Aprobar el presupuesto anual de la Asociación sobre la base de la proforma que debe presentar el Directorio dentro de los primeros treinta días de su administración y reformarlo en el transcurso del año, si las necesidades así lo exigieren.

DEL DIRECTORIO

El Directorio es el organismo encargado de la marcha administrativa de la Asociación y estará constituida de la siguiente manera:

- Presidente
- Vicepresidente
- Secretario de Comunicaciones
- Secretario de Actas
- Tesorero
- Recaudador
- Vocal Síndico
- Vocal Bibliotecario

- Vocal de Deportes y Asuntos Sociales
- Vocal de Organización y Propaganda.

Para cada vocalía se elegirá un principal y un suplente. Se nombrará también un Médico y un Asesor Jurídico.

El Directorio sesionará cada quince días en el día que este lo acuerde y extraordinariamente cuando el Presidente convoque por pedido de dos o más miembros; los miembros durarán un año en sus funciones pudiendo ser reelegidos.

ATRIBUCIONES Y OBLIGACIONES DEL DIRECTORIO

Serán atribuciones y obligaciones del directorio las siguientes:

- a) Cumplir y hacer cumplir los Estatutos y resoluciones emanadas de la Asamblea General.
- b) Conocer trimestralmente el estado de caja y ratificar o glosar las inversiones autorizadas por el Presidente.
- c) Formular el Reglamento Interno, sus reformas y la de los Estatutos y someterlas a consideración de la Asamblea General.
- d) Orientar y dirigir las actividades de la Asociación procurando por todos los medios la consecución de sus fines.
- e) Presentar a la Asamblea General, por medio del Presidente un informe sobre la actuación durante el periodo para el que fueron elegidos.
- f) Dictaminar lo conveniente para los informes trimestrales y respectivos balances, que presentara el Tesorero.
- g) Nombrar comisiones especiales e instruir las sobre el objeto de su misión exigiéndoles el cumplimiento de su cometido, así como la presentación del correspondiente informe.

A continuación se detallará las funciones que debe cumplir cada uno de los miembros del Directorio:

Del Presidente: es el representante legal y extrajudicial de la Asociación de Maestros Zapateros de Chimborazo para todo acto o contrato, a los cuales a de conceder rigiéndose en el debido Estatuto de la organización.

Las atribuciones del Presidente son las siguientes:

- a) Representar a la ASOMAZCH de forma legal y responsable.
- b) Presidir las Asambleas Generales Ordinarias y Extraordinarias así como las sesiones del Directorio y comisiones si fuere el caso con excepción de la Comisión Electoral y de Escrutinio.
- c) Autorizar gastos que no estén dentro el marco de Presupuesto Anual de la Asociación; estos será bajo su responsabilidad.
- d) Ordenar las convocatorias a Asamblea General y sesiones del Directorio de manera prevista ya en los Estatutos de la organización.
- e) Cumplir con los gastos e inversiones, así como en gestiones y trámites a bien de la Asociación.
- f) Dar a conocer el informe de actividades y funciones realizadas durante su periodo en el cargo ante la Asamblea General.

Del Vicepresidente: Será nombrado por la Asamblea General, mediante resolución simple mayoría de votos, en sesión ordinaria.

Son atribuciones del Vicepresidente entre otras las siguientes:

- a) Sustituir al Presidente y ejecutar en caso de falta, ausencia temporal o calamidad doméstica. En caso de renuncia o ausencia definida subrogar la función hasta terminar el periodo para el cual fue electo.
- b) Colaborar y ayudar a la debida administración de la Asociación.

Del Secretario: Será nombrado por la Asamblea General, mediante resolución simple mayoría de votos, en sesión ordinaria, los deberes y atribuciones del Secretario son:

- a) Llevar los libros de actas de sesiones de las Asambleas Generales y de Directorio, personalmente por medio de los socios de la ASOMAZCH.
- b) Suscribir conjuntamente con el Presidente las actas de las Asambleas Generales y de las sesiones del Directorio.
- c) Convocar de acuerdo con las órdenes del Presidente a Asambleas Generales y sesiones del Directorio.
- d) Certificar todo documento que llegue o sea de trámite en la ASOMAZCH.
- e) Informar a los asociados de todo asunto que llegue a su conocimiento.

Anexo 3: Partida Arancelaria del calzado de cuero (Trade Map)

640299	los demas calzados con suela y parte superior de caucho o plastico, ex	640299	los demas calzados con suela y parte superior de caucho o plastico, ex
640312	calzado de esquí y calzado para la practica de snowboard	640312	calzado de esquí y calzado para la practica de snowboard
640319	los demas calzados de deporte con suela de caucho, plastico y parte su	640319	los demas calzados de deporte con suela de caucho, plastico y parte su
640320	calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero	640320	calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero
640340	los demas calzados con puntera de metal	640340	los demas calzados con puntera de metal
640351	los demas calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo	640351	los demas calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo
640359	los demas calzados	640359	los demas calzados
640391	los demas calzados que cubran el tobillo	640391	los demas calzados que cubran el tobillo
640399	los demas calzados con suela de caucho, de plastico o de cuero natural	640399	los demas calzados con suela de caucho, de plastico o de cuero natural
640411	calzado con suela de caucho o de plastico: calzado de deporte: calzado	640411	calzado con suela de caucho o de plastico: calzado de deporte: calzado
640419	los demas calzados con suela de caucho o plastico	640419	los demas calzados con suela de caucho o plastico
640420	calzado con suela cuero natural o regenerado	640420	calzado con suela cuero natural o regenerado
640510	los demas calzados con la parte superior (el corte) de cuero natural,	640510	los demas calzados con la parte superior (el corte) de cuero natural,
640520	los demas calzados con la parte superior de materias textiles.	640520	los demas calzados con la parte superior de materias textiles.
640590	los demas calzados.	640590	los demas calzados.
640610	cortes aparados y sus partes, con exclusion de los contrafuertes y pun	640610	cortes aparados y sus partes, con exclusion de los contrafuertes y pun
640620	suelas y tacones, de caucho o de plastico	640620	suelas y tacones, de caucho o de plastico
640691	las demas partes de calzado, de madera	640691	Partes de calzado, plantillas, taloneras y artículos similares, amovibles; polainas y arti
640699	los demas partes de calzado, de otras materias	640699	los demas partes de calzado, de otras materias
650100	cascos sin forma ni acabado, platos (discos) y bandas (cilindros), aun	650100	cascos sin forma ni acabado, platos (discos) y bandas (cilindros), aun
650200	cascos para sombreros, trenzados o fabricados por union de bandas de c	650200	cascos para sombreros, trenzados o fabricados por union de bandas de c
650400	sombreros y demas tocados, trenzados o fabricados por union de bandas	650400	sombreros y demas tocados, trenzados o fabricados por union de bandas
650510	redecillas y redes para el cabello	650500	Sombreros y demás tocados, de punto o confeccionados con encaje, fieltro u otro producto t

Anexo 4: Declaración Aduanera De Exportación



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	055-2014-40-00240150
---------------	----------------------

Información de general

Código de la distrito	QUITO	Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO FLUVIAL	Código del declarante	01902431

Información de Exportador

Nombre del exportador	AMAZONSERVICE CIA. LTDA.	Telefono del exportador	2445224
Dirección del exportador	CONHOGAR CAMILO DE TORRANO S/N Y ESMERALDAS		
Numero de documento de	RUC-2290316491001	Ciudad del exportador	COCA
CIU	ACTIVIDADES DE SERVICIOS RELACIONADAS CON LA	Numero de documento de	RUC-1701595272001
Nombre del declarante	JOUVE ILLESCAS EDWARD EDWIN		
Dirección del declarante			
Codigo de forma de pago	GIRO DIRECTO	Codigo de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE

Informacion de carga

Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	03/04/2014
Nombre del consignatario	SIGFREDO BELTRAN FILO		
Dirección del	CARRERA 11 3 48		
Ciudad del contribuyente	LETICIA	Tipo de carga	CARGA A GRANEL
Almacen de lugar de	[31000004] ZPE QUITO	Medio de transporte	FLUVIAL
Pais de destino final	COLOMBIA		

Totales

Codigo de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transaccion	24565.94	Cantidad de ítem	6
Peso neto total	21306	Peso total	21352
Cantidad total de bultos	215	Cantidad de contenedores	0
Cantidad total de unidades físicas	21352	Cantidad total de unidades comerciales	215
Codigo de la mercancía de despacho urgente		Codigo de solicitud de aforo	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	



Consulta del detalle de la declaración de exportación

No. Item	Codigo. Subpartida	Codigo. Complementario	Codigo. Suplementario	Descripcion de Mercancias	Pais de Origen	Peso Neto	Cnatidad de U.Comerciales
1	7222111000	0000	0000	VARILLA SISMORESISTENTE	ECUADOR	4989.23	5
2	7222111000	0000	0000	VARILLA SISMORESISTENTE	ECUADOR	9999.41	10
3	7314120000	0000	0000	MALLA ELECTROSOLDADA	ECUADOR	998.84	50
4	7314120000	0000	0000	MALLA ELECTROSOLDADA	ECUADOR	1878.94	50
5	7308909000	0000	0000	NOVALOSA GALVANIZADA	ECUADOR	2189.27	50
6	7308909000	0000	0000	NOVALOSA GALVANIZADA	ECUADOR	1250.31	50

Despacho precedente

Numero de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item
---------------------	---------------------	----------------	--------------------	-----------------------	-------------

Observaciones de oce - item

Numero de Item	Tipo Observacion	Contenido
----------------	------------------	-----------

Documentos

Numero de item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emision
0	AZ1070	CONOCIMIENTO DE EMBARQUE/GUIA AEREA/CARTA DE PORTE	10/04/2014	10/04/2014
0	NO	EXPORTACION TIENE DESTINO FINAL, TERRITORIOS O USEN INTERMEDIACION DE PERSONAS DOMICILIADAS EN PARAISOS FISCALES O REGIMENES FISCALES PREFERENTES CONSIDERADAS ASI POR EL SRI	03/04/2014	03/04/2014
0	S001-001-0000603	FACTURA COMERCIAL	03/04/2014	03/04/2014

Anexo 6: Ejemplo Lista de empaque

LOGO DE LA EMPRESA EXPORTADORA				
EMPRESA EXPORTADORA				
Dirección:.....Calle Sur e Intersección				
Teléfono/Fax:.....593-4-2597980				
E-mail:..... exportadora@ecuador.com.ec				
COMPRADOR				
Dirección:.....VIII / SAN MARTIN				
Teléfono/Fax:.....(11)123-45678				
E-mail:..... smartin@gloriosa.com				
DETALLE DEL EMBALAJE				
N° DE BULTO	DESCRIPCIÓN DE LA MERCADERÍA	CANTIDAD	KILOS	
			NETO	BRUTO
001	MERCADERÍA CLASE A	100 UNIDADES	50	70
002	MERCADERÍA CLASE B	200 UNIDADES	100	120
003	MERCADERÍA CLASE C	300 UNIDADES	150	170
TOTAL: 3 BULTOS		600 UNIDADES	300	360
MARCAS:	SIN MARCAS			
EMBALAJE:	3 PALETAS			
VÍA:	MARÍTIMO			
FACTURA COMERCIAL:	001-002-00000XXXX			

Anexo 7: Ejemplo del Certificado de Origen



Ministerio de Industrias
y Productividad

COMUNIDAD ANDINA
CERTIFICADO DE ORIGEN

N° del Certificado
16934059201300000023P

ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION
ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO

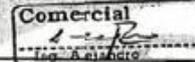
PAIS EXPORTADOR : ECUADOR		PAIS IMPORTADOR : PERU
N° de Orden (1)	NANDINA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERÍAS
2	2710193400	GRASA CHASIS AMBAR
1	2710193400	GRASA CHASIS ROJA
3	2710193400	GRASA CHASIS NEGRA

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial No [001-001-000008278] cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) DE CARTAGENA de conformidad con el siguiente desglose:

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

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



OBSERVACIONES:

CERTIFICACION DE ORIGEN	
Certifico la veracidad de la presente declaración, que selo y firmo en la ciudad de QUITO, a las 11:00 horas del día 10 de junio del 2013	
 Ing. Victor Ceala Mindula ANALISTA	
Nombre, sello y firma de la entidad Certificadora	

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

Anexo 8: Ejemplo de documento de transporte marítimo - Bill of Lading (B/L)

BILL OF LADING		
SHIPPER AMAZONSERVICE CIA. LTDA RUC: 220016491003 CAMILO DE TORRANO S/N Y ESMERALDAS TELEFONO: (593 2) 2445224 COCA-ECUADOR		REF. BILL LADING No. AZ 1070
CONSIGNEE SIGIFREDO BELTRAN FILO RUC: 0565838 CARRERA 11 # 3-48 TELEFONO: 573226177 LETICIA-COLOMBIA		 Amazonservice Cia. Ltda. Amigos del Medio Ambiente NAVIERA INTERNACIONAL EL COCA-ECUADOR TELEFONO: 593 2 2445224 amazonservicio@grupodelago.com
NOTIFY PARTY SAME AS CONSIGNEE		
FOR DELIVERY PLEASE APPLY TO: TYPE MOVE: Hierro		
VESSEL AND VOYAGE NUMBER CAUSAI RAMBI II		PORT OF LOADING PUERTO ITAYA
PORT OF DISCHARGE LETICIA - COLOMBIA		FOR TRANSHIPMENT TO
QUANTITY	DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS	GRGOS WEIGHT (KGS)
	5 Paquetes de varilla sismoresistente 10mm x 12m (135 Unidades por pag.) 10 Paquetes de varilla sismoresistente 12mm x 12m (94 Unidades por pag.) 50 Unidades de malla electrosoldada 4mm x 15cm x 15cm 50 Unidades de malla electrosoldada 5,5mm x 15cm x 15cm 50 Unidades de novalosa galvanizada 0,65mm x 4m 50 Unidades de novalosa galvanizada 0,76mm x 6m	5,000.00 10,021.00 1,001.00 1,883.00 2,194.00 1,253.00
DAI: 035-2014-40-00240156 HS CODE: 722411.10.00 731412.00.00 730990.90.00 SECCION FACTURA: 001-001-00000000 Causai Rambi IV MAT: TN-09-05168		
FREIGHT DETAILS, CHARGES ETC. OCEAN FREIGHT PREPAID TOTAL OCEAN FREIGHT \$ 1,494.50		TOTAL 21,352.00

Anexo 9: Gastos de venta y administrativos

Gastos de Venta	Valor
Transporte, Estiba, Seguro Interno.	\$ 475,32
Servicios y Trámites de Exportación, Agente de aduanas.	\$ 520,93
Total	\$ 996,25

Gastos de Administración	Valor
Servicios básicos	\$ 50,00
Total	\$ 50,00

Anexo10: Rol de pagos

Cargo	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte patronal (11,15%)	Aporte personal (9,35%)	Sueldo	Anual
Obrero 1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 39,47	\$ 33,10	\$ 360,37	\$ 5.032,46

\$

419.37

