



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

ESCUELA DE CIENCIAS TECNÓLOGAS

“HÉROES DEL CENEPa”

INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN

INTERNACIONAL

**“IMPORTACIÓN A CONSUMO RÉGIMEN 10 DE CALZADO
FEMENINO COLOMBIANO VÍA TERRESTRE A QUITO ECUADOR”**

GIOVANNY JAVIER MALLA MALQUIN

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado de:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

Año 2011

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

GIOVANNY JAVIER MALLA MALQUIN

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “Importación a Consumo Régimen 10 de Calzado Femenino Colombiano Vía Terrestre a Quito Ecuador”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, 13 de Abril del 2011

Giovanny Javier Malla Malquin

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

CERTIFICADO

Ing. Ramiro Legarda. E Econ. Patricio Cangui.

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “Importación a Consumo Régimen 10 de Calzado Femenino Colombiano Vía Terrestre a Quito Ecuador”, realizado por el Sr. Giovanni Javier Malla Malquin, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que se han cumplido con las condiciones y parámetros establecidos para la realización de la presente investigación se recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Giovanni Javier Malla Malquin que lo entregue a la Ing. Aracely Tamayo en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, 13 de abril del 2011

Ing. Ramiro Legarda.

DIRECTOR

Econ. Patricio Cangui.

CODIRECTOR

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN

INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Giovanni Javier Malla Malquin

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “Importación a Consumo Régimen 10 de Calzado Femenino Colombiano Vía Terrestre a Quito Ecuador”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, 13 de abril del 2011

Giovanni Javier Malla Malquin

DEDICATORIA

A Dios, por brindarme la oportunidad de existir, por regalarme los dones necesarios para llegar a cumplir mis metas y darme la fortaleza para luchar contra las adversidades.

A mis padres, quienes con amor y responsabilidad me han enseñado la importancia de vivir, amar, soñar y luchar; quienes me han guiado en el camino de la verdad y la práctica de valores.

A mis abuelitos y hermanas, quienes han estado presentes para festejar juntos mis triunfos y para ser mi soporte en momentos de necesidad, expresándome siempre su cariño sincero

Giovanny Javier Malla Malquin

AGRADECIMIENTO

A Dios, por guiarme en todos los caminos que he decidido seguir.

A mi madre por apoyarme, enseñarme e impulsarme a crear y ser emprendedor.

A mi amiga y compañera Ginna Chávez por su accesoria y apoyo incondicional.

A mis profesores y autoridades de la ESPE en especial al Ing. Ramiro Legarda y al Econ. Patricio Cangui por guiarme en la elaboración de este trabajo.

Giovanny Javier Malla Malquin

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
LISTADO DE TABLAS	xiv
LISTADO DE GRAFICOS	xv
LISTADO DE ANEXOS	xvi
CAPITULO I.....	1
ANTECEDENTES DEL CALZADO	1
1.1 Historia del Calzado.....	1
1.2 "El Zapato Hace a la Persona".	4
1.3 Evolución y Crecimiento de la Industria del Calzado.....	4
1.4 Fabricación del Calzado.....	4
1.4.1 Materiales utilizados.	5
1.4.2 Proceso Artesanal.....	6
1.4.3 Proceso Industrial.....	6
1.4.4 La Medida de los Zapatos.	6
1.5 Tipos del Calzado.....	6
1.6 La Salud, Tips del Calzado.	10
1.6.1 El Calzado, Tus Pies y la Salud.....	10
1.6.2 Consecuencias del Uso de Tacones Altos.....	10
1.6.3 Consecuencias del Calzado con las Punteras Afiladas.....	11
1.7 Tips para Elegir Tus Zapatos	11
1.8 Uso del Calzado Femenino.	12
1.9 Situación Actual del Sector del Calzado Ecuatoriano.....	13
1.10 Análisis de Mercado Ecuatoriano.	16
1.11 Análisis de Proveedores de Insumos en el Ecuador.	17
1.12 Análisis de Clientes de las Fábricas de Calzado Nacional.....	17
1.13 Análisis de Competidores de las Fábricas de Calzado Nacional.....	18
1.14 Análisis FODA de las Fábricas de Calzado Nacional.....	18
1.14.1 Conclusión FODA.....	21
1.15 Conclusión de la Situación Actual del Sector del Calzado Ecuatoriano.....	21

CAPITULO II	23
ESTUDIO DE MERCADO.....	23
2.1. Identificación del Producto.	24
2.1.1. Características del Producto.	24
2.1.2. Clasificación por Uso.	25
2.1.3. Clasificación por su Efecto.	26
2.1.4. Productos Sustitutos y Complementarios.....	26
2.2. Análisis Macro ambiente.....	27
2.2.1. Contactos Comerciales con Fabricantes de Calzado Colombiano.	27
2.2.2. Investigación Ferial en Colombia.	28
2.3. Análisis Micro ambiente.	29
2.3.1. Santini Guga.....	30
2.3.2. Catálogos Santini Guga.....	31
2.4. Pielini.	32
2.4.1. Catálogos Calzado Pielini Shoes & Bags.....	33
2.5. Calzado Juliethy.	34
2.5.1. Catálogos Calzado Juliethy.	35
2.6. Segmentación de Mercado.	36
2.6.1. Determinación de aciertos de aceptación del producto.....	37
2.6.2. Tamaño de la Muestra.....	37
2.7. Descripción de los 3 Clientes con Cadenas de Almacenes.	37
2.7.1. Etafashion.....	37
2.7.1.1. Locales Etafashion.	38
2.7.1.2. Requisitos para Precalificación de Proveedores (Etafashion).....	38
2.7.2. EMICOPSA. C.A. (Pony Store).....	38
2.7.2.1. Locales Pony Store.....	39
2.7.2.2. Requisitos para Precalificación de Proveedores (Pony Store).	39
2.7.3. De Prati.	40
2.7.3.1. Locales De Prati.	41
2.7.3.2. Requisitos para Precalificación de Proveedores (De Prati).....	41
2.7.4. Resumen de los 3 Clientes con Cadenas de Almacenes.....	41
2.7.5. Encuesta a las Cadenas de Almacenes.	42
2.7.5.1. Preguntas y Respuestas Realizadas en la Encuesta a las Cadenas.	42

2.7.5.2.	Interpretación de los Resultados.	49
2.7.6.	Análisis de Preferencia del Consumidor Final.	51
2.7.6.1.	Objetivo General.	51
2.7.6.2.	Objetivos Específicos.	51
2.7.6.3.	Definición de la Población Objetivo.	52
2.7.6.4.	Definición de la Muestra.	53
2.7.6.5.	Resultados de la Encuesta.	55
2.8.	Análisis de la Demanda.	65
2.8.1.	Clasificación de la demanda.	65
2.8.2.	Factores que afectan a la Demanda.	65
2.8.2.1.	Tamaño y crecimiento de la población.	65
2.8.2.2.	Hábitos de consumo.	66
2.8.2.3.	Gustos y preferencias.	66
2.8.2.4.	Niveles de ingreso.	66
2.8.2.5.	Comportamiento Histórico de la Demanda.	66
2.8.3.	Demanda actual.	67
2.8.4.	Proyección de la demanda.	67
2.9.	Análisis de la Oferta.	68
2.9.1.	Clasificación de la oferta.	69
2.9.2.	Factores que afectan a la Oferta.	69
2.9.2.1.	Capacidad de producción de los Fabricantes Colombianos.	70
2.9.2.2.	Número y Capacidad de Importación de la Competencia.	70
2.9.2.3.	Capacidad de Inversión Fija.	70
2.9.2.4.	Precio de los Productos Complementarios.	70
2.9.3.	Comportamiento Histórico de la Oferta.	70
2.9.4.	Oferta Actual.	71
2.9.5.	Proyección de la Oferta.	71
2.9.6.	Determinación de la Demanda para el Proyecto.	72
CAPITULO III.		73
PLAN DE NEGOCIOS.		73
3.1	Estructuración Legal de JGM Importadora.	73
3.1.1	Marco Legal.	73
3.1.1.1	Código de Comercio.	73

3.1.1.2	Código Tributario.....	74
3.1.1.3	Ley de Producción y Competitividad.....	74
3.1.2	Constitución de la Importadora.....	74
3.1.3	Identificación de la Importadora.....	75
3.2	Estructuración Administrativa.....	75
3.2.1	Plan Estratégico.....	75
3.2.1.1	Misión.....	75
3.2.1.2	Visión.....	75
3.2.1.3	Objetivo General.....	76
3.2.1.4	Objetivos Específicos.....	76
3.2.1.5	Valores Institucionales.....	76
3.2.1.6	Políticas Internas.....	77
3.3	Estructura Orgánica.....	79
3.3.1	Manual de Funciones.....	81
3.3.2	Imagen Corporativa.....	81
3.3.2.1	Nombre de la Empresa.....	81
3.3.2.2	Logotipo.....	81
3.3.2.3	Slogan.....	82
3.3.2.4	Documentos de Control Interno.....	82
3.3.3	Implementación de Tecnología.....	84
3.3.4	Reportes.....	85
3.4	Estructuración Operativa.....	86
3.4.1	Recursos Operacionales.....	86
3.4.1.1	Recurso Humano.....	86
3.4.2	Proceso Operativo.....	87
3.4.2.1	Bodega.....	87
3.4.2.2	Inventario.....	87
3.4.3	Plan Táctico.....	87
3.4.3.1	Penetración del mercado.....	87
3.4.3.2	Marketing Mix.....	88
3.4.3.2.1	Estrategia de Producto.....	88
3.4.3.2.2	Estrategias para el Precio.....	88
3.4.3.2.3	Estrategias para la Plaza.....	89
3.4.3.2.4	Estrategias para la Promoción.....	89

3.4.3.3	Cadena de Distribución	89
3.4.3.4	Determinación de Márgenes de Precios	90
CAPITULO IV		91
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL		91
4.1	Etapas del Proceso de Negociación.....	91
4.2	Técnica de Negociación.	92
4.2.1	Aspectos a Negociar en Operaciones Internacionales.....	93
4.2.2	Conocimientos y Habilidades Necesarias para Negociaciones Efectivas.	93
4.2.2.1	Habilidades de Relación Interpersonal.....	93
4.3	Tecnología del Negociador.	95
4.4	Definición de los Términos y Condiciones de un Contrato de Importación.	95
4.4.1	Su contenido.....	95
4.4.2	El Seguimiento del Contrato de Importación.	100
4.5	Termino de Negociación con el Proveedor (INCOTERMS).	101
4.5.1	Reglas Incoterms®2010 dicen:	102
4.5.2	Término de la Importación de Calzado Femenino Colombiano.	102
4.5.3	Significados Básicos de los Incoterms®2010.	103
4.6	El Marco Legal Supranacional.....	104
4.7	Acuerdos Comerciales Internacionales entre Colombia y Ecuador.	104
4.7.1	CAN - COMUNIDAD ANDINA (Unión Aduanera).	105
4.8	Análisis de Restricciones y Salvaguardas Bilaterales.	106
4.8.1	Aspecto Positivo de la Restricción a Importaciones.	107
4.8.2	Aspectos Negativos de la Restricción de Importaciones.....	107
4.9	Documentos de Transporte Internacional.	108
4.9.1	Características Comunes de los Documentos de Transporte Internacional.....	109
4.9.2	Documento de Transporte (obligatorio).....	110
4.9.3	Transporte Terrestre.	111
4.9.4	Manifiesto de Carga (obligatorio).	112
CAPITULO V		113
PROCEDIMIENTO DE COMERCIO EXTERIOR COLOMBIANO.....		113
5.1	Análisis del Marco Legal Colombiano.....	113
5.2	Incentivos Fiscales.	114

5.2.1	Certificado de Reembolso Tributario (CERT).	114
5.3	Impuestos Indirectos.	114
5.4	Incentivos Arancelarios.....	114
5.4.1	Gravámenes a la Exportación.....	115
5.4.2	Sistemas Especiales de Importación – Exportación.....	115
5.5	Incentivos Financieros.	115
5.5.1	Banco de Comercio Exterior – BANCOLDEX.	115
5.5.2	Banco de la República e Instituto de Fomento Industrial.	115
5.6	Incentivos Cambiarios.....	116
5.7	Sociedades de Comercialización Internacional.....	116
5.8	Régimen Aduanero de Exportación Colombiana.....	116
5.8.1	Exportación Definitiva.....	117
5.9	Requisitos Previos de Exportación de Calzado Femenino Colombiano.	117
5.9.1	Registro Nacional de Exportadores.....	117
5.9.2	Inscripción en el Registro Nacional de Exportadores.	118
5.9.3	Escritura Pública.	118
5.9.4	Registro ante la Cámara de Comercio.....	119
5.9.5	Trámites ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN.....	119
5.10	Exportación de Calzado Femenino Colombiano.....	121
5.10.1	Estudio de Mercado o Contacto Internacional.	121
5.10.2	Remisión de la Proforma.....	122
5.10.3	Aceptación de las Condiciones.	122
5.10.4	Confirmación de la Carta de Crédito.....	122
5.10.5	Factura Comercial.	123
5.10.6	Lista de Empaque (PACKING LIST).	123
5.10.7	Contratación del Transporte.....	123
5.10.8	Documentos de Embarque.	123
5.10.9	Certificación del Transportador.	124
5.10.10	Certificación de Origen de la Mercancía.....	124
5.10.11	Formulario de "Registro de Productores Nacionales, Oferta Exportable y Solicitud de Determinación de Origen".	124
5.10.12	Verificación de la Información y Determinación de Criterios de Origen.	124
5.10.13	Radicación y Aprobación del Certificado de Origen.	125
5.10.14	Compra y Diligenciamiento del Documento de Exportación (DEX).....	125

5.10.15	Pago de la Exportación.....	127
5.10.16	Embarque y documentos que lo acompañan al DEX.....	128

CAPITULO VI..... 129

PROCEDIMIENTO DE COMERCIO EXTERIOR ECUATORIANO129

6.1	Requisitos Previos para la Importación de Calzado Femenino Colombiano.	129
6.1.1	Cedula de Ciudadanía.	129
6.1.2	Registro Único de Contribuyentes RUC.	129
6.1.2.1	Requisitos para la obtención del RUC, Personas Naturales.	130
6.1.3	Registro Mercantil.....	130
6.1.3.1	Requisitos para la Obtención de la Matricula de Comercio, Personas Naturales.	131
6.1.4	Registro del Operador Económico Autorizado OEA.	131
6.1.5	Tributos al Comercio Exterior para la Importación de Calzado.....	132
6.1.5.1	Impuesto al Valor Agregado IVA.	132
6.1.5.2	AD-Valoren.....	133
6.1.5.3	FODINFA (Fondo de Desarrollo de la Infancia).	133
6.1.5.4	Salvaguardias.	133
6.1.5.5	Tributos para las Subpartidas.	134
6.1.6	Documentos de Control Previo.	134
6.1.6.1	Consejo Nacional de la Calidad (CONCAL).	136
6.1.6.2	Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE).....	136
6.1.6.3	Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN).....	137
6.2	Procedimiento de Importación.	140
6.2.1	Elección del Régimen Aduanero.....	140
6.2.2	Importación a Consumo Régimen 10.....	141
6.2.3	Negociación.....	141
6.2.4	INCOTERMS.....	142
6.2.5	Transporte.	142
6.2.6	Documentos de Acompañamiento de la Presentación de la DAU.	142
6.2.6.1	Nota de Pedido	142
6.2.6.2	Factura Comercial	144
6.2.6.3	Original o Copia Negociable del Conocimiento de Embarque, Carta de Porte	145
6.2.6.4	Póliza de Seguro.....	146
6.2.6.5	Manifiesto de Carga	148

6.2.6.6	Certificado de Origen	149
6.3	Intercambio Electrónico de Datos IED	151
6.3.1	Declaración Aduanera Única (DAU)	151
6.3.2	Declaración Andina de Valor (DAV).....	151
6.3.3	Cumplimiento de Formalidades Aduaneras	152
6.3.3.1	Presentación Documentos Físicos	152
6.3.3.2	Almacenaje.....	152
6.3.3.3	Manipuleo de carga	153
6.3.3.4	Tiempo de entrega.....	153
6.3.3.5	AFORO	153
CAPITULO VII		156
ESTUDIO FINANCIERO.....		156
7.1	Políticas Empresariales.	157
7.2	Presupuestos	158
7.3	Presupuesto de inversión.....	159
7.4	Activos fijos	159
7.5	Activos diferidos	160
7.6	Capital de Trabajo.	161
7.7	Cronograma de Inversiones.....	162
7.8	Presupuesto de Operación	164
7.9	Presupuesto de Ingresos	164
7.10	Presupuesto de Egresos	165
7.11	Depreciaciones de activos fijos	165
7.12	Amortizaciones	166
7.13	Costos fijos y costos variables	167
7.14	Estructura de financiamiento.....	169
7.15	Punto de Equilibrio	169
7.16	Evaluación financiera.....	170
7.17	Determinación de las Tasas de Descuento	170
7.18	Criterios de Evaluación	171
7.19	Valor Actual Neto	171
7.20	Tasa Interna de Retorno	172
7.21	Periodo de Recuperación de la inversión	172

7.22	Relación Beneficio / Costo.....	173
7.23	Resumen de indicadores financieros	173
	MARCO CONCEPTUAL.....	220
	BIBLIOGRAFÍA	223

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1:	Información General del Sector del Calzado en el Ecuador.	13
Tabla 2:	Tipos de Segmentación de Mercado	36
Tabla 3:	Detalle de Locales y Ciudades	41
Tabla 4:	Demanda de pares por color y modelo.....	47
Tabla 5:	Demanda de modelos.	48
Tabla 6:	Demanda de modelos.	48
Tabla 7:	Frecuencia de Compra.	49
Tabla 8:	Población del Ecuador	52
Tabla 9:	Población de Mujeres.....	52
Tabla 10:	Rangos de Edades	53
Tabla 11:	Edad de Mujeres Encuestadas.....	55
Tabla 12:	Sector de Residencia	56
Tabla 13:	Característica del Calzado.....	57
Tabla 14:	Frecuencia de Compra	58
Tabla 15:	Posicionamiento de las Marcas	61
Tabla 16:	Percepción de la Calidad y Precio.....	62
Tabla 17:	Medios de Promoción Recomendado	63
Tabla 18:	Demanda Actual.....	67
Tabla 19:	Proyección de la Demanda Anual	68
Tabla 20:	Oferta Actual.....	71
Tabla 21:	Proyección de la Oferta Exportable	72
Tabla 22:	Reportes Propuestos	85
Tabla 23:	Clasificación Arancelaria del Calzado	135
Tabla 24:	Costo para la Obtención del INEN	138
Tabla 25:	Documentos de Transporte	145
Tabla 26:	Balance de Situación Inicial.....	159

Tabla 27: Activos Fijos	160
Tabla 28: Activos Diferidos	160
Tabla 29: Capital de Trabajo	162
Tabla 30: Cronograma de Reinversiones Año	163
Tabla 31: Presupuesto de ventas (unidades)	164
Tabla 32: Presupuesto de Ingresos Anual (USD).....	164
Tabla 33: Tabla de Porcentajes de Depreciación	165
Tabla 34: Depreciación Muebles y Enseres	165
Tabla 35: Depreciación Equipo de Computación	166
Tabla 36: Amortización Activos Diferidos (USD)	166
Tabla 37: Costos fijos (USD).....	167
Tabla 38: Costo de la Mercancía.....	168
Tabla 39: Detalle del Proceso de Liquidación	168
Tabla 40: Presupuesto de Egresos.....	168
Tabla 41: Flujo de Caja.....	169
Tabla 42: Punto de Equilibrio	170
Tabla 43: Tasa de descuento	171
Tabla 44: Valor Actual Neto	171
Tabla 45: Tasa Interna de Retorno	172
Tabla 46 : Recuperación de la Inversión.....	172
Tabla 47: Relación Beneficio / Costo	173
Tabla 48: Indicadores financieros sin financiamiento.....	173

LISTADO DE GRAFICOS

Grafico: 1 Ánfora Griega del Siglo VI D.C.	1
Grafico: 2 Bota y Pie Mutilado Chino	2
Grafico: 3 Zapato Antiguo para Climas Fríos y Mocasín Moderno.....	2
Grafico: 4 Partes de un Calzado Moderno.	5
Grafico: 5 Proveeduría de Insumos del Exterior.....	14
Grafico: 6 Importación de Calzado 2010	15
Grafico: 7 Satisfacción del cliente	43
Grafico: 8 Buena Percepción del Calzado.....	44

Grafico: 9 Mala Percepción de la Distribución.....	45
Grafico: 10 Buena Percepción del Precio	46
Grafico: 11 Edad de Mujeres Encuestadas.....	55
Grafico: 12 Sector de Residencia.....	56
Grafico: 13 Característica del Calzado.....	57
Grafico: 14 Frecuencia de Compra	58
Grafico: 15 Relación Frecuencia de Compra con la Edad	59
Grafico: 16 Relación Línea y Materiales de Calzado.....	60
Grafico: 17 Posicionamiento de las Marcas.....	61
Grafico: 18 Percepción de la Calidad y Precio	62
Grafico: 19 Medios de Promoción Recomendado	63
Grafico: 20 Organigrama JGM Importadora.....	80
Grafico: 21 Registro de Importador como Operador de Comercio Exterior (OCE).....	132
Grafico: 22 Etiqueta de Cada Par de Zapato.....	140
Grafico: 23 Nota de Pedido.....	143
Grafico: 24 Factura Comercial.....	144
Grafico: 25 Póliza de Seguro	148
Grafico: 26 Certificado de Origen.....	150
Grafico: 27: Flujo grama de Importación a Consumo - Regimen 10.....	155

LISTADO DE ANEXOS

Anexo 1: Lista de Locales ETAFASHION.....	177
Anexo 2: Formulario de Calificación de Proveedores de Mercadería	178
Anexo 3: Ficha Técnica de Calzado ETAFASHION.....	179
Anexo 4: Lista de Locales PONY STORE	180
Anexo 5: Lista de Locales DE PRATI.....	181
Anexo 6: Encuesta a Clientes de Cadenas de Almacenes	182
Anexo 7: Resultados Encuesta Telefónica a Cadenas de Almacenes	183
Anexo 8: Encuesta Piloto	185
Anexo 9: Encuesta Consumidor Final.....	186
Anexo 10: Reglamento JGM Importadora	187
Anexo 11: Manual de Funciones.....	190
Anexo 12: Orden de Pedido	193

Anexo 13: Guía de Remisión	194
Anexo 14: Notas de Crédito.....	195
Anexo 15: Sobre.....	195
Anexo 16: Factura	196
Anexo 17: Hoja Membretada	197
Anexo 18: Tarjeta de Presentación.....	197
Anexo 19: Certificado de Matricula Mercantil Colombiana.....	198
Anexo 20: Copia del Formulario RUT.....	199
Anexo 21: Factura Comercial	200
Anexo 22: Lista de Empaque (Packing List)	201
Anexo 23: Carta Porte.....	203
Anexo 24: Certificado de Conformidad de Criterios de Origen 1-2	204
Anexo 25: Certificado de Origen	206
Anexo 26: Declaración de Exportación DEX A	207
Anexo 27: Declaración de Exportación DEX B.....	208
Anexo 28: Declaración de Exportación DEX C.....	209
Anexo 29: Registro Único de Contribuyentes – RUC	210
Anexo 30: Solicitud de Concesión de Clave OEA.....	211
Anexo 31: Registro de Firma para la Declaración Andina del Valor	212
Anexo 32: Nota de Pedido	213
Anexo 33: Factura Comercial	214
Anexo 34: Póliza de Seguro.....	215
Anexo 35: Declaración Aduanera Única. DAU A	216
Anexo 36: Declaración Aduanera Única. DAU C	217
Anexo 37: Declaración Aduanera Valor. DAV	218
Anexo 38: Certificado - INEN	219

EXTRACTO

El propósito del presente trabajo es dar a conocer a cualquier persona u/o empresa la forma legal y sin inconvenientes de cómo importar calzado femenino colombiano e introducirlo vía terrestre hasta Quito-Ecuador.

Para muchos comerciantes, comprar calzado colombiano, es viajar a la ciudad fronteriza de Ipiales – Colombia en donde compran calzado en grandes cantidades y en distintos almacenes, lugares que no les dan garantía del producto ni seguridad de que éste pueda ingresar sin problema alguno al Ecuador.

La confusión que existe en el significado de las palabras comprar-importar, vender-exportar, es lo que lleva al comerciante fronterizo colombiano y ecuatoriano a dedicarse al contrabando de mercancías y por consiguiente a la evasión de impuestos, haciendo de esta actividad ilícita su forma de vida en las fronteras.

De esta forma expongo en el presente trabajó la evolución, crecimiento, tendencias, factores de mayor relevancia hasta diagnosticar la situación del sector de calzado en el Ecuador, detallando la manera de negociar con un fabricante colombiano e identificar si el fabricante de calzado cumple con el marco legal colombiano necesario para realizar una exportación, se explica concretamente los procedimientos de comercio exterior colombiano y ecuatoriano, se determina los impuestos aduaneros que se deben pagar al momento de importar calzado desde Colombia, se estructura la empresa y se plantea la estrategia administrativa, operativa y táctica con el objetivo de saber como se debe distribuir y vender el producto que se va a importar, terminando con el análisis financiero para ver la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

EXTRACT

The purpose of this paper is to report to any person or legal company form and regardless of how smoothly the Colombian women's shoes and put it overland to Quito-Ecuador.

For many merchants, buy Colombia's shoes, is traveling to the border town of Ipiales-Colombia where they buy many shoes in different stores, places that do not give great product warranty or assurance that this can enter without any problem to Ecuador.

The confusion in the meaning of the words buy-import, sell-export, is what leads to the Colombian and Ecuadorian border trader to engage in the smuggling of goods and therefore to tax evasion, making this illegal activity as Border Life

In this paper I discuss the evolution, growth, trends, factors most relevant to diagnosing the situation footwear sector in Ecuador, detailing how to deal with a Colombian manufacturer and identify if the shoe manufacturer meets the Colombian legal framework necessary for export, specifically explains the processes of Colombian and Ecuadorian foreign trade, customs taxes were determined to be paid when importing footwear from Colombia, the company is structured approach to strategy and management, operational and tactic in order to know how to distribute and sell the product to be imported, ending with the financial analysis for feasibility and profitability.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Ecuador la industria del calzado, si ha crecido, pero no a gran escala, más bien a un paso lento, por los altos costo de la maquinaria y falta de insumos nacionales de buena calidad, esto a dado lugar a que la mayor parte de la fabricación del calzado en Ecuador sea artesanal y limitada.

Lamentablemente en el país no hay incentivos de capacitación constante para la industria de calzado, en donde se muestre las tendencias de moda internacional, esto es una desventaja ya que al consumidor final le gusta la variedad, la moda y lo diferente.

En esta era globalizada se debe evitar soluciones improvisadas y superficiales que representan tiempo y dinero, debiendo analizar detenidamente los factores que llevan al consumidor ecuatoriano a preferir el calzado colombiano, fomentando el contrabando en las fronteras terrestres de Colombia y Ecuador, en donde la mayoría del comercio es informal.

Muchos de estos comerciantes no conocen de los beneficios de importar, ni lo seguro y económico que resulta realizar una importación desde Colombia, todo esto lo confirma la ASOFACAL (Asociación de Fabricantes de Calzado del Ecuador), el COMEX (Comité de Comercio Exterior), la CORPEI (Corporación de Promoción de Exportación e Inversión), quienes han realizado estudios sobre exportaciones e importaciones colombianas, los cuales resaltan los convenios con Colombia, así también los estudios realizados por la Cámara de Comercio y la Cámara de la Pequeña Industria, documentos que en conclusión tienen por objetivo el informar sobre los tramites, clasificación, desgravación arancelaria y convenios entre los dos países y no detallan como se debe de hacer en realidad una negociación internacional ni que requisitos debe cumplir tanto el exportador colombiano como el importador ecuatoriano.

OBJETIVOS

GENERAL

Importar a consumo según régimen 10 calzado femenino colombiano vía terrestre a Quito Ecuador, para satisfacer un porcentaje de la demanda local de calzado femenino.

ESPECÍFICOS

1. Definir los antecedentes del calzado, su evolución, crecimiento, tendencias, factores de mayor relevancia y la situación actual del sector del calzado en el Ecuador, para conocer el desarrollo y la situación actual del sector del calzado en Ecuador.
2. Analizar los convenios, preferencias, restricciones, y medidas arancelarias aplicadas al producto, para identificar las ventajas comerciales entre Colombia y Ecuador.
3. Realizar contactos comerciales con fabricantes de calzado colombiano, para contar con alternativas de posibles oferentes del producto.
4. Analizar el marco legal colombiano para la exportación de calzado, para identificar si el fabricante cumple con los requisitos de exportador.
5. Analizar el marco legal ecuatoriano para la importación de calzado, para identificar si el comerciante o empresario cumple con los requisitos de importador.
6. Analizar las alternativas de operadores de comercio exterior a ser utilizadas, para contar con alternativas de operadores de comercio exterior.
7. Detallar el procedimiento y flujo gram de comercio exterior para la nacionalización del calzado con sus documentos de acompañamiento, para identificar el procedimiento y flujo gram de la importación de calzado.
8. Plantear la estructuración administrativa de la empresa, para desarrollar la imagen corporativa de la empresa
9. Plantear la estructuración operativa de la empresa, para desarrollar el manual de identidad corporativa
10. Plantear la estructuración táctica de la empresa, para perfilar las estrategias del marketing mix en la empresa.
11. Evaluar el proyecto, financiamiento e índices financieros de la empresa, para determinar la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

JUSTIFICACIÓN DE LOS OBJETIVOS

	Objetivo	Variable	Indicadores	Técnicas	Instrumentos Recolección de Datos de Medición	Ítems o preguntas
1	Definir los antecedentes del calzado, su evolución, crecimiento, tendencias, factores de mayor relevancia y la situación actual del sector del calzado en el Ecuador.	Desarrollo del calzado	Tecnificación de la industria del calzado	Estudio bibliográfico	Libros, Revistas, Internet	Directo
2	Analizar los convenios, preferencias, restricciones, y medidas arancelarias aplicadas al producto.	Convenios, preferencias, restricciones, y medidas arancelarias	Ventajas comerciales bilaterales	Estudio bibliográfico	Libros, Boletines, Internet	Directo
3	Realizar contactos comerciales con fabricantes de calzado colombiano.	Oferentes de calzado colombiano	Numero de Ferias Internacionales	Observación	Anecdotario	Directo
4	Analizar el marco legal colombiano para la exportación de calzado.	Marco legal colombiano	Requisitos de exportación	Estudio bibliográfico	Libros, Boletines, Internet	Directo

5	Analizar el marco legal ecuatoriano para la importación de calzado	Marco legal ecuatoriano	Requisitos de importación	Estudio bibliográfico	Libros, Boletines, Internet	Directo
6	Analizar las alternativas de operadores de comercio exterior a ser utilizadas.	Alternativas de operadores	Listado de operadores de comercio exterior	Estudio bibliográfico	Libros, Internet	Directo
7	Detallar el procedimiento y flujo grama de comercio exterior para la nacionalización del calzado con sus documentos de acompañamiento.	Procedimiento de comercio exterior	Escala de Liker	Estudio bibliográfico	Libros, Internet	Directo
8	Plantear la estructuración administrativa de la empresa.	Estructuración administrativa	Escala de Liker	Estudio bibliográfico	Libros, Internet	Directo
9	Plantear la estructuración operativa de la empresa	Estructuración operativa	Escala de Liker	Estudio bibliográfico	Libros, Internet	Directo
10	Plantear la estructuración táctica de la empresa.	Estructuración táctica	Marketing mix	Estudio bibliográfico	Libros, Internet	Directo
11	Evaluar el proyecto, financiamiento e índices financieros de la empresa.	Determinación de la rentabilidad y factibilidad del proyecto	Análisis financiero	Calculo matemático	Formulas matemáticas	Directo

METODOLOGÍA

Los métodos a ser aplicados en el desarrollo de este análisis de importación de calzado femenino colombiano vía terrestre a Quito Ecuador según el régimen 10 son:

Método Deductivo.- ya que nos basamos en leyes, reglamentos así tenemos:

- Los acuerdos, procesos, leyes, reglamentos.

Se obtiene el juicio de una sola premisa, es decir que se llega a una conclusión directa sin intermediarios ya que estos acuerdos, procesos, leyes, reglamentos están escritos y los que tenemos que hacer es analizarlos para sacar nuestra propias conclusiones y así poder mejor lo ya escrito.

Método Inductivo.- Razonamiento mediante el cual pasamos de un determinado grado de generalización a un conocimiento de mayor grado de generalización, es decir busca lo particular para fundamentar lo general

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Basándome en el método deductivo utilizare las entrevistas, encuestas la cuales serán realizadas a importadores, mujeres de distintas edades y clases sociales, esto será de mucha utilidad al momento que escoger los modelos basados en el estilo, color, tendencia en moda a la que la mujer ecuatoriana esta acostumbrada.

Realizare consultas mediante distintos medios como son internet, cámara de comercio, análisis documental, aduanas, históricos, este método nos ayuda a analizar documentos ya redactados y a mejorarlos mediante un análisis del tema planteado.

CAPITULO I

ANTECEDENTES DEL CALZADO

1.1 Historia del Calzado.

El Calzado y el oficio de zapatero nacieron en el momento en que el hombre creó por primera vez una protección para sus pies, hace unos 15.000 años. Durante la edad de Piedra, las mujeres eran responsables de la confección del calzado para toda la familia.

En algunos clanes de mayor dimensión no tardó en establecerse la división del trabajo, de modo que uno de los miembros del grupo quedó encargado de la elaboración de los zapatos.¹

Entre los utensilios de piedra de los hombres de las cuevas, existen diversas herramientas que servían para raspar las pieles, lo que indica que el arte de curtir el cuero es muy antiguo.

Grafico: 1 Ánfora Griega del Siglo VI D.C.



Muestra un zapatero cortando la piel, sobre su cabeza cuelgan algunas herramientas y varios modelos de zapatos, su mesa de trabajo es horizontal y sobre ella realiza pruebas de los modelos.

Fuente: www4.biblioredes.cl/BiblioRed/Nosotros+en+Internet/oficios/Oficio+Zapatero

Conforme la especie humana evolucionaba, el calzado también y se le fueron añadiendo otras funciones a la original de protección y aislamiento como son la social y la estética.

Existe calzado de civilizaciones antiguas, tales como los egipcios, chinos, vikingos, sin embargo, con el paso del tiempo, el poblador rico y el influyente comenzó a distinguirse por la artesanía y la decoración que caracterizaba a sus zapatos.

¹ <http://www.profesorenlinea.cl/mediosocial/CalzadoHistoria.htm>

Los modelos de zapatos usados antes de 1600 eran incipientes y simples, las plantillas que protegían los pies eran hechas de corcho, cuero o piel.

Para sujetar correctamente la plantilla al pie, los fabricantes utilizaban clavos y metales.

Grafico: 2 Bota y Pie Mutilado Chino



Fuente: (<http://www.revistadeartes.com.ar/revistadeartes%207/historia.html>)

En cuestión de calzado, es indudable que cada persona tiene sus propios gustos.

Según las tradiciones chinas, los pies pequeños son de princesa, por este motivo las mujeres se deformaban los pies para que sean pequeños.

Para princesas y plebeyas el calzado se ha convertido hoy en día en un elemento esencial de la moda. Unos buenos y finos zapatos embellecen un traje, o, por el contrario, unos toscos y feos lo desacreditan.

En el mercado de la moda existen modelos, calzado de todos los estilos y para diferentes ocasiones, los hay finísimos y delicados, como las zapatillas del ballet en cuero, materiales sintéticos o en gamuza, para vestir de gala o para descansar en casa.

Grafico: 3 Zapato Antiguo para Climas Fríos y Mocasín Moderno



Fuente: (<http://www4.biblioredes.cl/BiblioRed/Nosotros+en+Internet/oficios/Oficio+Zapatero>)

El mocasín moderno se deriva del zapato original adoptado en climas fríos por los indios, los esquimales y los siberianos norteamericanos, y de ese mocasín indio, que a su vez es copia del sistema usado por los primeros hombres, renació la útil pantufla o babuchas, que era un zapato ligero y sin tacón usado por los moros ya en el siglo XII.

Durante la Edad Media se impone "la moda" de los zapatos acabados en punta, las puntas fueron creciendo de tal forma que apareció el zapato de punta retorcida, que se convirtió en un claro atributo de clase.

El Renacimiento impuso la tendencia totalmente contraria; zapatos exageradamente anchos, llamados "patas de osos" o "morros de vaca". También corresponden a este periodo los chapines, predecesores de los zapatos de plataforma de fines del siglo XX.



A finales del siglo XVI y principios del XVII apareció el tacón cuyo origen tiene una razón práctica ya que se afirmaba a los estribos de las botas de montar. Sin embargo, esta función práctica fue cayendo en desuso y el tacón se incorporó al calzado femenino como un elemento puramente estético, y variando formas y altura se ha mantenido desde entonces hasta nuestros días.

Con Luis Felipe II, la moda en los trajes femeninos, que acentuaba el busto, trajo de nuevo los tacones y a partir de ese momento, como ocurre con la moda en general, todo sucede de modo rápido. Botas con botones, botas atadas, nuevos materiales, diferentes tipos de calzado acorde con diferentes tipos de actividades.

En el Ecuador, la actividad con pieles, tiene sus inicios en la época precolombina y la fabricación de calzado en el Ecuador se da origen con la venida de los españoles



Hacia mediados del siglo XIX la fabricación del calzado se industrializa, aunque, por su estandarización, no consiguen la calidad del calzado artesanal. El zapato "hecho a mano" sigue siendo sinónimo de calidad.

1.2 "El Zapato Hace a la Persona".



La pertenencia a una clase social u otra en la antigüedad a menudo quedaba indicada por determinados modelos de zapatos, cuanto más importante la persona, más ostentosos y singulares eran sus zapatos de este modo surgió la moda en el calzado.

1.3 Evolución y Crecimiento de la Industria del Calzado.

A mediados del siglo XIX comienzan a aparecer las máquinas para auxiliar en la confección de calzados, pero solamente la máquina de costura pasó a ser más accesible.

A partir de la cuarta década del siglo XX, grandes cambios comienzan a sucederse en las industrias del calzado; como el cambio de cueros por gomas y también materiales sintéticos, principalmente en los calzados infantiles y femeninos.

En la actualidad la industria del calzado, es el conjunto de actividades de diseño, fabricación, distribución, comercialización, y venta de todo tipo de calzado para el pie y puede agruparse por segmentos de productos tales como zapatos de vestir, zapatillas, zapatos para niños, zapatos para señoras, botas, zapatillas para deportes, calzados especiales u ortopédicos, botas especiales para deportes (esquí, patinaje, equitación), sandalias.

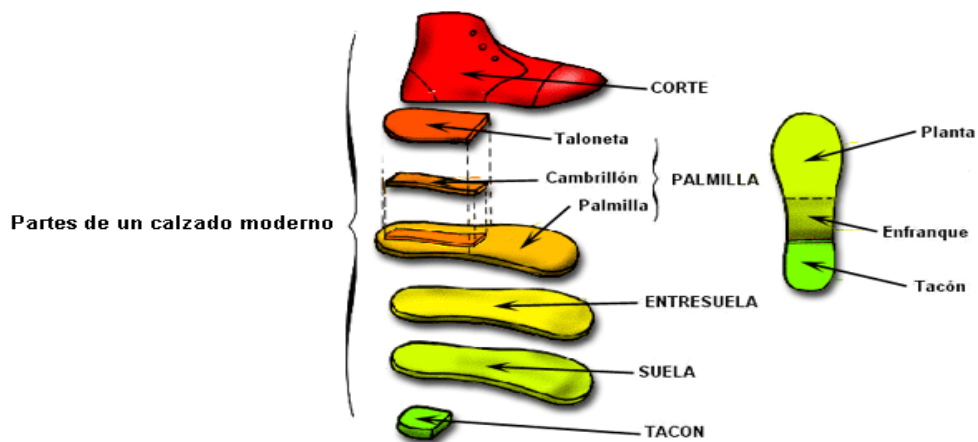
1.4 Fabricación del Calzado².

A través del tiempo ha ido evolucionando el trabajo y las técnicas empleadas para lograr un material bien curtido, suave y flexible, que resista el sol y la humedad, los tratamientos con sales minerales fueron logrando cada vez mejor calidad del material para la fabricación del calzado, los cueros más blandos se emplean en la realización del empeine y los más duros en las suelas.

² (<http://es.wikipedia.org/wiki/Calzado>)

La fabricación del calzado desde los inicios históricos se venía realizando de modo artesanal, por tanto el proceso de producción industrial masiva podría decirse que no apareció hasta la época de la Primera Revolución Industrial, en ambos procedimientos, aunque de forma distinta, se siguen unos pasos elementales como son la costura, el encolado, la colocación del forro, el lavado, estirado y pulido, aplicación de hebillas, cordones, presillas y otros accesorios.

Grafico: 4 Partes de un Calzado Moderno.



Fuente: (http://www.podoortosis.com/b_caracteristicas/b02e.htm)

1.4.1 Materiales utilizados.

Existen variados productos de acuerdo a los materiales utilizados:

- Capellada de cuero y suela de cuero.
- Capellada de cuero y suela sintética.
- Capellada textil y suela de cuero o suela sintética.
- Productos inyectados sintéticos (por ejemplo la bota completa).

En suelas de productos sintéticos existen:

- Poliuretano.
- TR; que es una mezcla de caucho con PVC.
- PVC.
- Caucho.

1.4.2 Proceso Artesanal.

El proceso de fabricación de este calzado es hecho 100% a mano, sin haber utilizado ningún tipo de maquinaria.

1.4.3 Proceso Industrial.

El proceso industrial en cambio, es hecho con la ayuda de maquinas en el corte, ensamblado y pegado, realizando una producción mas rápida.

1.4.4 La Medida de los Zapatos.

Durante la época de Napoleón (principios del siglo XIX), en Europa se extendió el uso del punto París, equivalente a $\frac{2}{3}$ cm, es decir 6,667 mm. Puesto que esta medida resultaba demasiado grande, se introdujeron medias medidas: el número 40,5 equivale aproximadamente a 27 cm.

Por ejemplo, el pie de un bebe de un año, que mida alrededor de 13,33 cm necesitará un calzado número 20.

1.5 Tipos del Calzado³.

- **Cerrados Formal o de Oficina.**



Este es el zapato de batalla. Se puede utilizar para toda ocasión, desde el trabajo hasta el salir a bailar. Desde bodas a funerales. Puede venir con diferentes medidas y formas de tacón.

³ <http://search.conduit.com/?ctid=CT2189203>

- **Sandalias de Plataforma.**



Se le llama así por la suela gruesa en la parte frontal del zapato y no tiene que ver nada con el tacón. Los hay con tacón independiente y plataforma corrida, es decir, una suela de una sola pieza. No se ven bien con pantalones ceñidos.

- **Cerrado Manoletinas o bailarinas.**



Este tipo de zapato es corrido y sin tacón, es muy versátil para atuendos informales (o casuales, si gustan de los barbarismos). Este calzado va bien con pantalones cortos, pescadores, mallas y faldas a la altura de la rodilla.

- **Sandalias de Noche o Fiesta.**



Estos son los de atraer las miradas. Los zapatos de noche complementan el atuendo para las ocasiones especiales. Normalmente son de materiales llamativos, como el satín, y utilizan adornos que resalten, tal como pedrería. Estos los encuentras en una variedad de formas, así que busca lo que más te quede, agrade y combine con tu guardarropa de noche.

- **Cerrado Mirilla.**



Tiene una pequeña abertura para que el dedo gordo se vea. Puede ser cerrado o de tirante, con o sin tacón Este es un zapato para salir y no es uno que se preste para lucir profesional por su naturaleza alegre.

- **Deportivo.**



Son de tenis o zapatillas deportivas. Puedes encontrar los especializados para practicar deportes específicos, los de caminar y los de moda. Si los necesitas para practicar un deporte, busca los de mejor calidad, ya que te darán una mejor protección y durabilidad.



Los de caminar llegan a parecer zapatos comunes, pero el forro es más suave y cuenta con plantilla ergonómica para un mayor confort. En todos los casos, este calzado es informal y va con un estilo (o look) relajado y cómodo.

- **Sandalias Playa o verano.**



Estas son muy cómodas y apropiadas para el verano. Las que tienen algo de tacón llegan a ser aún más cómodas. El que sea informal no implica que no puedas encontrar algunas muy elegantes. Van bien con todo lo informal.

- **Botas.**



Cómodas y prácticas para el otoño e invierno. Si vives donde nieva o llueve mucho en estas estaciones, consíguelas que sean impermeables y que la suela sea corrida o con plataforma, ya que las de tacón no tienen buen agarre y te puedes accidentar

- **Pantuflas.**



No pueden faltar para andar cómoda en casa. Busca que sean agradables. Puedes tener dos pares: uno para salir de la regadera y otros para andar en casa. Asegúrate que la suela no sea lisa, porque son resbaladizas.

1.6 La Salud, Tips del Calzado.

A continuación detallo los aspectos generales la salud de los pies, el correcto uso, y los tips al momento de adquirir par de zapatos.

1.6.1 El Calzado, Tus Pies y la Salud⁴.

El calzado desempeña un papel importante en el desarrollo así como en la prevención de los problemas en los pies y en los dedos de los pies, como los juanetes, callosidades, callos, dedos de los pies en martillo, en garra y en maza. Los zapatos que no calzan de forma adecuada hacen que estas afecciones empeoren y sean más dolorosas.

Un zapato cómodo y que calza bien le brinda una mejor probabilidad de:

- Aliviar el dolor en el pie o en el dedo del pie provocado por una deformidad o un problema de las articulaciones.
- Evitar que el problema del pie o del dedo del pie se desarrolle o empeore.
- Evitar que un problema de las articulaciones de los dedos de los pies regrese después de una cirugía correctiva.
- Antes de comprar zapatos pídale recomendaciones a su profesional de la salud

1.6.2 Consecuencias del Uso de Tacones Altos.

La elevación del talón provoca no sólo una deformidad de la bóveda plantar, sino que además produce un acortamiento de los músculos gemelos de las pantorrillas y sobrecarga de los huesos de los dedos de los pies. Así, los dedos se aplastan contra la punta del zapato y se deforman en forma de garra. Todo el peso del cuerpo se descarga sobre las cabezas metatarsianas y el pie pierde estabilidad.

⁴ (http://www.podoortosis.com/b_caracteristicas/b02e.htm)

1.6.3 Consecuencias del Calzado con las Punteras Afiladas.

Los dedos quedan aprisionados y se desequilibran. El dedo gordo sale hacia fuera, y los dedos cuarto y quinto se tuercen hacia dentro. Si bien todos los dedos se deforman, el que más graves consecuencias sufre es el gordo: se luxa hacia fuera, se desplazan los tendones y en la cabeza del metatarsiano aparece el juanete. El dedo gordo deformado, rechaza los dedos medios, que se deforman, y el quinto dedo o pequeño sufre una deformación inversa.

1.7 Tips para Elegir Tus Zapatos

Selecciona el mejor calzado de acuerdo con tu tipo de pantorrillas y forma de pies; disimula tus defectos y resalta tus virtudes.

- **Pantorrillas Son Gruesas**, se recomienda utilizar sandalias abiertas al frente, zapatos con un tacón mediano o chico. No use tacones muy delgados, pues harán que se resalte lo grueso de tu pantorrilla, o demasiado gruesos, pues visualmente no habrá diferencia entre lo ancho del zapato y tu pantorrilla. No conviene utilizar calzado con demasiados adornos al frente, ni botas a media pierna o plataformas.
- **Pies Grandes y Largos**, deberás evitar los modelos de calzado que tienen la punta muy marcada, pues esto hará que parezca que tienes los pies más largos de lo que realmente son. Tampoco te recomendamos utilizar calzado cerrado que sea de colores muy claros, pues esto hará que tus pies parezcan todavía más grandes.
- **Pies Pequeños**, se puede utilizar zapatos puntiagudos, pues crearán un efecto que te vendrá bien. No te recomendamos utilizar los que tienen punta cuadrada o demasiado chata, pues crean el efecto contrario.
- **Si NO Eres Muy Alta**, entonces puedes echar mano de los tacones, pero ten cuidado de no exagerar, pues puedes lastimar tus huesos y crear un desajuste en las proporciones, sobre todo si utilizas vestido. Un tacón de 5 centímetros le viene bien casi a todas las chicas.

1.8 Uso del Calzado Femenino.

Reglas Generales.

- Comprar los zapatos por la tarde.
- Mirarnos en un espejo que nos permita visualizar todo nuestro cuerpo, así sabremos si el calzado que hemos elegido queda bien con nuestra figura.
- Probarse los dos zapatos, caminar, detenernos, sentarnos, de esa manera sabremos si el calzado que hemos elegido es cómodo y seguro en cualquier situación y acorde a las actividades que realizamos habitualmente.
- Podrás elegir la forma y color que desees, pero presta especial atención tanto a la moda como al uso que vas a hacer de ellos y como afectarán a la salud de tus pies.

Reglas Específicas.

- **Zapatos de Tacón Alto**, este calzado hace que las piernas parezcan más largas y estilizan la figura, aumentando la estatura. Se recomienda sobre todo para mujeres bajas, no se recomienda este calzado para personas con exceso de peso ya que puede tener una sobrecarga mayor que deforme sus extremidades, es bueno que tengas presente que los tacones superiores a 9cm no son recomendables para el uso diario.
- **Sandalias chatitas o sin tacón**, este calzado es ideal para aquellas mujeres que deban caminar durante el día y para aquellas que realicen un trabajo en el que necesiten estar de pie durante muchas horas del día. Cuando los pruebes, asegúrate que te calcen correctamente y que no te queden ni muy apretadas ni muy sueltas. Es el zapato ideal para las mujeres de pie ancho.
- **Sandalias Playeras**, es el calzado ideal para estar en la playa ya que mantiene el pie fresco y aireado. Sin embargo cuando se utiliza este tipo de calzado se te puede hinchar un poco el pie. Si por la noche vas a ponerte un zapato estrecho de tacón alto, no utilices las horas previas las chanclas ya que el pie seguramente se hinchará y te costará luego ponerte unos zapatos más estrechos de fiesta.

1.9 Situación Actual del Sector del Calzado Ecuatoriano.

El sector del calzado es un importante generador de mano de obra y trabajo en el país, la calidad de los mismos, es reconocida nacional e internacionalmente. Según información de ASOFACAL (Asociación de Fabricantes de Calzado del Ecuador) se estima la siguiente información general en el sector calzado del Ecuador:

Tabla 1: Información General del Sector del Calzado en el Ecuador.

Producción	18.000.000 de Pares Aprox.
Numero de Empresas	600 Aprox.
Ciudades Productoras	Ambato, Quito, Guayaquil, Cuenca, Gualaceo.
Consumo Per cápita	2.5 Pares
Exportaciones	32,144.20 USD
Importaciones	82,869.43 USD
Mano de Obra	80.000 Empleos Directos e Indirectos.

Fuente: ASOFACAL

Elaborado por: El Autor

Las empresas industrializadoras de calzado en el país se distribuyen de la siguiente manera: 34.38% Ambato, 22,5% Quito, 17,5% Guayaquil, 15 % Cuenca, 5% Gualaceo, 2.5% Latacunga y Chordeleg, 0.63% Guaranda.

De ellas el 44% son artesanales, el 32% Sociedad Anónima y Compañía Limitada, el 12% como persona natural y el 8% microempresa y sociedad civil comercial.

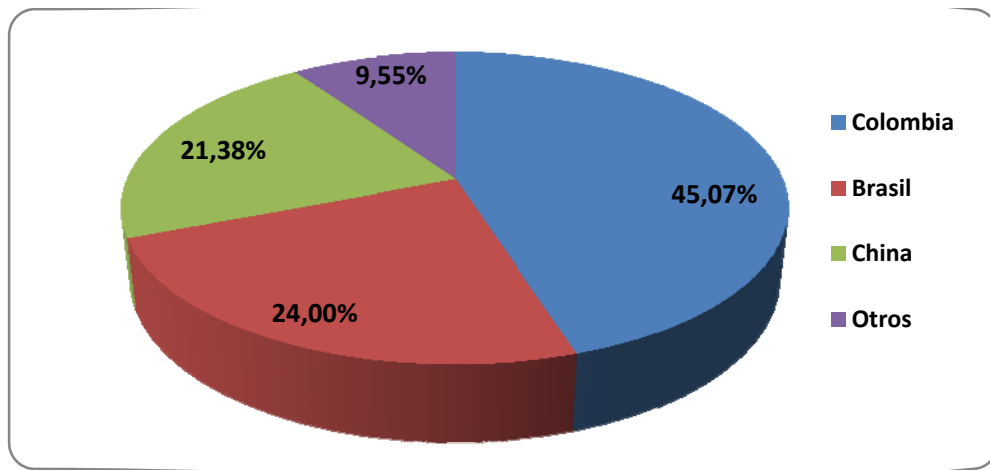
Se estima que la media nacional de consumo de calzado es aproximadamente 2.5 pares de zapatos por habitante por año consecuentemente la demanda anual aproximada es de 32.250.000 pares de zapatos, conformada por: 45% calzado de cuero, 25% calzado inyectado, 15% calzado deportivo y otros en menor relevancia.

El 48% produce calzado de mujer, 40% calzado de hombre y 12% calzado de niño. Los meses de mayor producción y demanda son: abril, mayo, junio, octubre, noviembre, diciembre, es decir, inicio de temporada escolar, día de la madre, padre y Navidad.

Actualmente el sector calzado se ha visto afectado peligrosamente por la crisis que proviene de la insuficiente proveeduría de insumos, atraso en tecnología, el contrabando de calzado y en especial por el incremento dramático de las importaciones de calzado extranjero, en un mayor porcentaje asiático y peruano, los cuales son comercializados a precios inferiores y con baja calidad, convirtiéndose en uno de los aspectos de mayor preocupación y polémica en esta industria.

Un informe presentado por el Banco Central del Ecuador muestra los niveles de proveeduría de insumos que el país importa:

Gráfico: 5 Proveeduría de Insumos del Exterior



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: El Autor

Análisis:

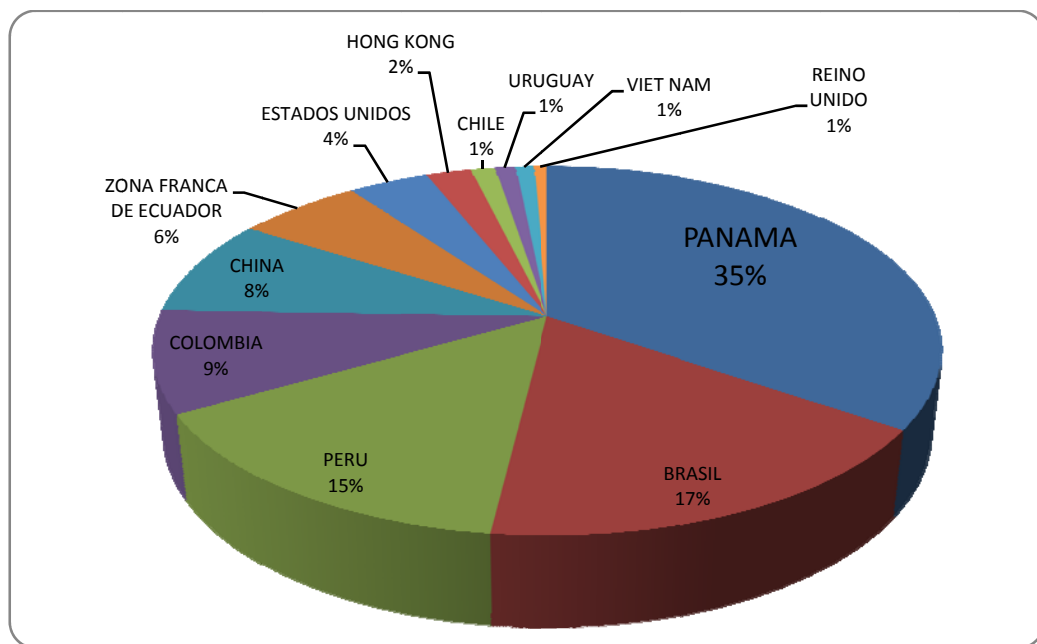
La gráfica nos muestra la importación de insumos de calzado realizada por el Ecuador en el 2010, demostrando que el 45,07% es de Colombia, 24% es de Brasil, 21,38% es de China, 9,55% de otros países.

Interpretación:

Esto nos demuestra que Colombia, Brasil y China son nuestros mayores proveedores de insumos de calzado y determina que Colombia produce insumos con mejores ventajas de compra por parte de los fabricantes de calzado ecuatoriano.

Un artículo presentado por la CALTU (Cámara de Comercio de Tungurahua) en el Foro de la Industria de calzado indica que el nivel de la importación de este producto según el Arancel Nacional capitulo 64°2999 (Los demás) es de USD 27293,68 (miles de dólares) de los cuales tenemos los siguientes datos estadísticos:

Grafico: 6 Importación de Calzado 2010



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: El Autor

Análisis:

La gráfica nos muestra en porcentajes las importaciones de calzado realizadas por el Ecuador en el 2010 según el Su subpartida Nandina 6402999000 (Los demás) del Arancel Nacional, demostrando que Panamá 35%, Brasil 17%, Perú 15%, Colombia 9%, son los países con mayor porcentaje de importaciones.

Interpretación:

Se evidencia que el país de donde se realiza mayor importación de calzado es de Panamá pero de origen Chino, lo cual ha generado preocupación en la industria del calzado ecuatoriano lo que ha llevado a la unión entre artesanos para luchar contra este tipo de competencia, protestando por la "invasión del mercado chino" de baja calidad.

El porcentaje de variación en la importación general de China con respecto al año anterior decreció en un 42%, por las medidas arancelarias impuestas por el gobierno, otro de los países que genera una alerta preocupante y de donde se evidencia una gran importación de calzado, es Perú por su cercanía y fácil ingreso de contrabando; los precios de este producto al igual que el calzado chino son muy bajos.

Según un informe reciente de la Comisión de Promoción del Perú para las Exportaciones y Turismo (PROMPERU) las exportaciones peruanas hacia el sector de calzado ecuatoriano creció a un 16,6%, lo cual equivale a 1.80 millones de dólares; la acción preocupante es que existe un ingreso de calzado a nuestro país que no es registrado dentro de este porcentaje y el principal factor es por no existir un control adecuado en la frontera.

La problemática existente en el sector de calzado ecuatoriano ha afectado directamente a varias productoras en el país, desde empresas grandes, con tradición exportadora, hasta pequeñas y microempresas cuya producción se destina en su totalidad al mercado nacional en donde se aplican procesos productivos artesanales; actualmente las empresas ecuatorianas en la rama de calzado no presentan mayor competitividad en el mercado debido a la falta de instauración de metas a largo plazo, poca tecnología e inadecuada organización, que permita mantener un adecuado control financiero, humano y de producción; como consecuencia muchas fábricas pequeñas se han visto obligadas a cerrar sus puertas.

1.10 Análisis de Mercado Ecuatoriano.

Las fábricas de Calzado han permanecido en el mercado ecuatoriano por un largo periodo en el cual las múltiples decisiones en aspectos relevantes como precio, tipos de producto, el segmento de mercado al cual se dirigen, y otros diversos aspectos necesarios para tomar buenas decisiones, han sido basadas en el tiempo, la experiencia y las tendencias en el mercado sin existir un estudio que respalde estas decisiones.

Muchos propietarios de empresas están convencidos de que si en el pasado triunfaron y lograron construir un gran negocio, su método de trabajo no necesita modificarse a pesar de que las condiciones del mercado sean diferentes y están seguros de que conocen todo del

mercado y que no pueden fracasar.

Sin embargo se debe tener siempre presente que el mercado está en constante cambio y por ello es necesario tener conocimiento actualizado del mismo, conociendo la importancia de realizar un estudio de mercado como mecanismo para alcanzar las metas fijadas por las gerencias de las empresas en el Ecuador.

1.11 Análisis de Proveedores de Insumos en el Ecuador.

En nuestro país existen escasos proveedores de cuero, sin embargo de entre estas limitadas distribuidoras, las fabricas nacionales mantienen negocios consolidados desde hace varios años con la Curtiembre y Distribuidora de cueros Tungurahua, ubicada en la ciudad de Ambato; distribuidora que le provee de la principal materia prima y que ha permitido que las fabricas de calzado mantenga un cupo seguro para la compra de este material.

Los demás materiales utilizados en la producción son adquiridos en lugares de distribución al por menor, una de estas principales distribuidoras con la cual las fabricas nacionales mantienen negocios hace algún tiempo es la Distribuidora Salvador, ubicada en la ciudad de Guayaquil.

Esta distribuidora les da plazo que va desde los 30-60-90 días en el pago, el mecanismo de negociar con la distribuidora para la compra de materiales se basa en la entrega de letras de cambio por parte de las fábricas de calzado, ó se realiza la compra de forma diferida.

Las plantas que se utilizan en las fábricas para la elaboración del calzado, en mayor parte son de origen extranjero, importadas por escasas empresas proveedoras, por lo que no mantienen una oferta confiable y segura de los productos, situación que retrasa y estanca la producción.

1.12 Análisis de Clientes de las Fábricas de Calzado Nacional.

Las fábricas de calzado tienen clientes en diversos sectores a nivel nacional, quienes realizan sus pedidos de acuerdo a la temporada y considerando las preferencias del consumidor final, la ciudad de Guayaquil representa el sector de mayor venta para las fábricas de calzado.

Por experiencia en las fábricas se conoce que el segmento de mercado al cual va dirigido el producto en su mayoría es clase media-alta; el calzado que producen las fábricas no es vendido directamente al consumidor final, sin embargo las decisiones en diseños, calidad de material y precio van enfocadas a las percepciones de ellos, buscando que estos atributos combinados proporcionen satisfacción en base a sus deseos y recursos.

1.13 Análisis de Competidores de las Fábricas de Calzado Nacional.

Todas las productoras de calzado son sus competidores directos; sin embargo estas empresas productoras no constituyen su mayor porcentaje de competencia debido a que en el país existe poca producción de calzado en cuero en comparación al uso de otros materiales.

Las fábricas de calzado manejan eficazmente esta competencia debido a que la misma se ha convertido en la fuente para mejorar la calidad en el producto final que ofrece a sus clientes, característica por lo cual ha permanecido con un alto nivel de posicionamiento entre sus compradores intermediarios; lo que si constituye una competencia peligrosa son el contrabando de calzado peruano y chileno ya que este es sintético y de no muy buena calidad, pues este material tiene una apariencia similar al cuero y como tal el calzado producido es elegante, la diferencia es que no tiene buen terminado, la duración es muy corta y es vendido a un precio menor porque el material sintético tiene un menor costo.

La importación de calzado asiático y peruano, el cual es comercializado a precios inferiores, constituye una desleal competencia; sin embargo ésta puede ser regulada mediante el control de aranceles. China es el primer productor y exportador a nivel mundial en el mercado del calzado acaparando casi el 50% de la producción mundial. Este fenómeno se debe al bajo costo de la mano de obra China.

1.14 Análisis FODA de las Fábricas de Calzado Nacional.

Es una herramienta que permite analizar la situación actual y competitiva de una organización, su principal función es detectar las relaciones entre las variables más importantes sobre la base del análisis del ambiente interno y externo a la organización y proporcionar la información necesaria para la implantación de acciones y medidas

correctivas, además de la generación de nuevos proyectos de mejora. Consta de dos partes: una interna y otra externa.

- **Parte interna:** son las fortalezas y las debilidades de su negocio, aspectos sobre los cuales tenemos algún grado de control.
- **Parte externa:** hace referencia al micro y macro ambiente, son las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar su negocio en el mercado seleccionado. Sobre estas variables se tiene poco o ningún control, por ello se debe aprovechar esas oportunidades y buscar minimizar o anular las amenazas.

A continuación se muestra el Análisis FODA de las fábricas de calzado Ecuatoriano a nivel general:

Fortalezas.

Son los factores internos propios de las fábricas que favorecen o pueden favorecer el cumplimiento de sus objetivos, tenemos:

- Las fábricas tienen experiencia en la producción de calzado en cuero.
- Posen maquinarias nacionales y extranjeras básicas para mejorar la calidad en la producción.
- Las fábricas mantiene un ritmo metódico que no ha variado a pesar de las condiciones cambiantes en la industria del calzado.
- Ofrecen una amplia gama en líneas de calzado en cuero, con características de modernidad, elegancia y durabilidad en el producto final.
- El personal de las fabricas son contratados para realizan sus funciones en base al área de especialización, de tal forma que cada uno de ellos tiene una actividad específica para la que está preparado, ejemplo, el cortador solo corta el cuero, puntea y enumera.
- Motivación constante y trato cordial con el personal.
- Propósito de ampliar la participación en el mercado.

Oportunidades.

Son factores externos a la fábrica no controlables que favorece o puede favorecer el cumplimiento de metas que se propongan.

- Mercado en crecimiento
- Posibilidades de exportar
- En el país existe poca producción de sandalia de fiesta.
- Moderna tecnología que permite mejorar la calidad del producto.
- Interés de los Organismos de Apoyo en el Sector.

Debilidades.

Son factores internos de la fábrica que perjudican el cumplimiento de objetivos.

- Falta de capital de trabajo y atraso en la adquisición de tecnología, lo que se traduce en una considerable desventaja para las fábricas.
- Recursos humanos no suficientes, sin capacitación constante que permita mejorar las habilidades de los empleados para la producción de distintos tipos de calzado.
- No cuenta con una estructura organizacional específica.
- La materia prima en su gran mayoría es importada de Colombia, Italia, Brasil y China.
- Desperdicio en tiempo y materia prima.
- En el país no hay productores de herrajes decorativos, suelas, planta de taco femenino
- No cuenta con estrategias de publicidad y promoción.
- Marca y productos posicionados en un porcentaje regular.
- Bajo poder de negociación con los proveedores.

Amenazas.

Son los factores externos a la fábrica no controlables que perjudican o pueden perjudicar el cumplimiento de metas

- Bajas barreras de ingreso de competidores.

- Importación de calzado asiático (chino), peruano a precios inferiores y de baja calidad.
- Práctica de dumping por parte de la competencia.
- Desabastecimiento de insumos importados
- La moda en el cambio de temporada a nivel mundial
- Cambios en el comportamiento del Consumidor

1.14.1 Conclusión FODA.

Las debilidades y amenazas son mas contundentes en lo relacionado a la fabricación de calzado ya que la mayor parte de insumos son traídos desde Colombia esto encárese la producción de calzado femenino de moda como la sandalias de fiesta, a pesar de que los fabricantes pueden armar una sandalia de fiesta, no cuentan con los insumos nacionales necesarios para hacerlo.

Los fabricantes de calzado deben confeccionar más calzado en cuero ya que este si es reconocido internacionalmente y hay empresas que lo producen solo para su exportación, deben enfocarse en producir calzado de hombre, industrial o de trabajo, ya que para este tipo de calzado si hay insumos nacionales constantes y deben tomar decisiones de administración, inversión y competencia lo que les permitirá a futuro ser empresas exportadoras.

1.15 Conclusión de la Situación Actual del Sector del Calzado Ecuatoriano.

Al finalizar la investigación de la Situación Actual del Sector del Calzado Ecuatoriano concluyó:

- Las fábricas de calzado nacional actualmente no posee una estructura organizacional definida, dado que sólo mantiene un esquema de responsabilidades asignadas a cada miembro del personal.
- Las fábricas de calzado nacional no se proyectan a futuro como empresa y no lograr

posicionarse en el mercado ya que no cubren las necesidades y expectativas de los clientes, no adquieren equipos con mayor tecnología para alcanzar mayor productividad.

- La falta de mecanismos de control de calidad en las fabricas nacionales, el cual debe cubrir desde el chequeo y buen uso de la materia prima hasta la inspección final de los productos terminados, reduciendo así el número de productos defectuosos, sobretodo el gasto de recursos monetarios y de tiempo, es lo que llevara al fabricante de calzado a generar buen producto y tener mayor acogida en el ámbito nacional.
- La falta de fabricas nacionales que elaboren insumos de calzado como: suelas, plantillas, pegamentos, y accesorios, son uno de los principales problemas esto es lo que a encaminado a sobresalir en la confección de zapatos de hombre en cuero y dejar de lado la sandalia de fiesta producto que en otros países como Colombia y Brasil, tiene buena acogida ya que en esos países es donde se elaboran las suelas y pegamentos de buena calidad, tomando en cuenta que las mujeres son las que mas consumen calzado y en especial las sandalias de fiesta.
- Dada la actual situación en el país con respecto a la restricción en las importaciones, se debe aprovechar de la mejor manera y al máximo esta oportunidad, pues los productores de calzado en el Ecuador se enfrentarán a una demanda que se ha provisto de productos extranjeros de bajos precios (calzado asiático y peruano); es importante que en este proceso se procure no reducir la eficiencia, pues el hecho de que las ventas se vayan a incrementar no debe traducirse en estabilidad permanente y más bien se debería poner interés en destacar la identidad de la industria local, preocuparse en mejorar la posición competitiva de las fábricas en el corto y largo plazo, aprovechando las oportunidades de crecimiento que se presenten, aplicando acertadas estrategias que permitan obtener los mejores resultados siempre resultados orientados a mejorar el desempeño financiero mediante un adecuado manejo de los costos.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado constituye un medio para determinar la aceptación de un bien o servicio en un mercado. El estudio de mercado permite tener una noción más exacta de la demanda y oferta de un producto, también permite determinar lo que los consumidores estarían dispuestos a pagar por dicho producto, lo que ayudará a establecer un precio adecuado con el objetivo de que la aceptación del producto sea positiva.

- **Objetivo General.**

Determinar la aceptación o no del producto en los clientes de las cadenas de almacenes y consumidor final, así como el comportamiento de su demanda y la oferta en el exterior.

- **Objetivos Específicos**

- Identificar el producto, sus características, clasificarlo de acuerdo al uso y efecto.
- Identificar los productos sustitutos y complementarios del calzado femenino.
- Realizar un análisis macro y micro ambiente a través de la selección del calzado a ser importado, mediante la investigación de proveedores internacionales, los cuales son contactados en las ferias internacionales colombianas.
- Realizar la segmentación de mercado a través de la selección de tres clientes de cadenas, quienes ya calificaron a la importadora como proveedora ya que cumple con los requisitos por ellos solicitan.
- Realizar una encuesta y tabulación de datos de los clientes con cadenas de almacenes para evaluar el grado de satisfacción, problemas, proceso de decisión de compra.
- Realizar una encuesta secundaria al consumidor final y determinar sus gustos y preferencias en base a una muestra representativa de la ciudad de Quito.

2.1. Identificación del Producto.

La empresa importará y distribuirá calzado femenino colombiano cuyas marcas sean reconocidas en Colombia y cuyos diseños se adapten a las necesidades y exigencias de los consumidores en el Ecuador.

2.1.1. Características del Producto.

Los diseños del calzado son elaborados por fabricantes y diseñadores que están al día en la moda internacional de temporada, quienes imponen tendencias en cuanto a colores, texturas y diseños.

Las características del Calzado Femenino se clasificarán de la siguiente manera:

Tabla No. 2
Características del Producto

Calzado	Estilo	Material	Temporadas
• Sandalias Femeninas	• Formal (Fiesta)	• Sintético	• Invierno
	• Informal (Playa)		• Verano

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

El Calzado a Importar y distribuir son las: Sandalias Femeninas. Los estilos de estas prendas serán formales e informales, en material sintético y sus estilos estarán en función de la temporada climática.

- **Calidad.-** La percepción de los consumidores en cuanto a calidad del calzado depende del material de su capellada, forro, planta, entre otros factores, con las que son confeccionadas. Se ofertará sandalia sintética, con forro sintético o textil, de

planta confortable y bien acolchonada baja o en plataforma, con suela TR, PVC, antideslizante.

- **Temporadas.-** Las tendencias de moda, marcadas por los diseñadores, se basan por temporadas, por lo tanto, la empresa ofrecerá sandalias con diseños dependiendo de las dos estaciones que se presentan en el país: verano e invierno, tomando en cuenta que la sandalia formal es de uso frecuente ya que se la utiliza en fiestas y ocasiones especiales.

2.1.2. Clasificación por Uso.

Los productos que comercializará la empresa se clasifican por su uso en bienes de consumo. El calzado constituye un bien de consumo final y busca satisfacer las necesidades de los clientes que lo compran, en este caso, mujeres, por ser el nicho de mercado al que está orientado el presente estudio.

Los bienes de consumo a su vez se clasifican en: bienes de uso común, bienes de comparación, bienes no buscados y bienes industriales. El calzado se incluye dentro del grupo de bienes de uso común, que son aquellos que los consumidores adquieren con mayor frecuencia y de manera inmediata.

De acuerdo al estilo el calzado a ser importado se clasifica en:

- **Sandalia Informal.-** Los consumidores utilizan este tipo de sandalia en sus actividades diarias como; asistir a la universidad, ir al cine, salir con sus amigos, etc. Dentro del calzado informal se encuentran; sandalias de plataforma, sandalias playa o verano y las pantuflas.
- **Sandalia Formal.-** Se usa en situaciones más serias, como el trabajo, reuniones, fiestas. El calzado que se usa en este tipo de circunstancias son: calzado cerrado en charol o gamuza, sandalias con accesorios de brillo y lentejuelas elegantes en distintos materiales y alturas.

2.1.3. Clasificación por su Efecto.

El uso de calzado de marcas reconocidas y modelos no comunes le da al consumidor una sensación de distinción y estatus. A pesar de que ciertos consumidores de calzado no pueden adquirir calzado de marca italianas, Brasileñas, colombianas por sus altos precios, la mayoría desearía poder hacerlo. El 60% de la población Latinoamérica piensa que el usar calzado de marcas reconocidas proyecta estatus social, los habitantes del Ecuador no son la excepción.

La calidad relacionada con la comodidad es otra de las características que los consumidores buscan en el calzado. La calidad y el diseño, de ciertas marcas, le otorga particularidades al calzado, las mismas que proporcionan comodidad.

Reflejar la personalidad a través del calzado es un objetivo de los consumidores. Cada marca plasma diseños en sus modelos reflejando un estilo de vida: urbano, elegante, deportivo, entre otros.

2.1.4. Productos Sustitutos y Complementarios.

Los productos sustitutos de las sandalias de fiesta colombiana son las sandalias importadas de otros países como EEUU, China, Brasil, Italia, de marcas reconocidas internacionalmente y las nacionales elaboradas en el país cuyas marcas no son reconocidas, cuya calidad en cuanto a diseños no cumplen con las expectativas de los consumidores.

Como productos complementarios de calzado femenino podemos mencionar:

- **Ropa.-** existe gran variedad de ropa para mujer en el mercado, se puede encontrar ropa informal, formal, deportiva, entre otras.
- **Carteras.-** esencial en el guardarropa de toda mujer. Igualmente, se puede encontrar una infinidad de diseños en cuanto a carteras se refiere.
- **Accesorios.-** Como accesorios de ropa se puede encontrar gafas, cinturones, bisutería, bufandas, gorras, guantes y sombreros.

2.2. Análisis Macro ambiente.

El análisis del macro ambiente se lo ha enfocado hacia la elección del país de origen de la mercancía bajo el concepto de importación.

La elección de Colombia como el país de donde se realizará la importación de calzado se debe a la aceptación y percepción de calidad del producto colombiano en el mercado ecuatoriano, la cercanía para el transporte, la moda, el diseño, materiales, variedad de colores y las preferencias arancelarias que tiene Colombia y Ecuador.

2.2.1. Contactos Comerciales con Fabricantes de Calzado Colombiano.

Existen varios métodos para encontrar fabricantes de Calzado en Colombia como son:

- INTERNET
- Boletines Informativos
- Revistas Especializadas
- Ferias Internacionales
- Directorios de Exportadores

En Colombia se han creado varios centros públicos y privados como son:

- Ministerio y el Instituto Colombiano de Comercio Exterior
- Proexport Colombia
- CEINNOVA (Centro Tecnológico para la Industria del Calzado, Cuero y Afines.)
- ACICAM (Asociación Colombiana de Industriales de Calzado, el Cuero y sus Manufacturas)
- CORFERIAS (Centro Internacional de Negocios y Exposiciones)

Organismos encargados de organizar y promocionar Ferias Internacionales de la Industria del Calzado en distintas ciudades de Colombia destacándose las de Bogotá, Bucaramanga.

Estas ferias se las realizan en distintas fechas y se reúne lo mejor de la industria del calzado colombiano, esta es la manera más eficiente y económica de encontrar productores de distintos tipos de calzado entre ellas tenemos.

International Footwear and Leather Show.



Es la feria de calzado, Moda, accesorios, más importante de Colombia.

Fecha: marzo y septiembre Lugar: Bogotá - Colombia

Salón Nacional de Artesanos.



Es la feria de calzado, Moda, accesorios, más importante de Bucaramanga.

Fecha: abril Lugar: Bucaramanga – Colombia

ASPECOL



Es la Feria de la Asociación de Peleteros de Colombia exhibe las últimas tendencias para la elaboración de calzado y artículos de marroquinería

Fecha: del 10 al 11 de Mayo **Lugar:** Bucaramanga

2.2.2. Investigación Ferial en Colombia.

En las ferias internacionales de calzado se puede encontrar distintos tipos de fábricas, unas se especializan en calzado sintético, textil, cuero en distintos estilos como deportivos, sandalias, botas, entre otros, tanto de hombre, mujer, niños, niñas.

Por eso es recomendable que el importador que vaya a comprar en una feria internacional tenga conocimiento de calidad, estilo, moda, tendencia y temporada, la cual debe ir acorde a las necesidades del consumidor final en el Ecuador, ya que esto puede ser un factor importante al momento de decidir un determinado modelo de calzado, si se escoge un modelo a gusto o capricho del importador o del fabricante, no se tendrá el suficiente conocimiento de que este modelo baya a gustar en el Ecuador.

Hay que tomar en cuenta que al estar en una Feria Internacional de Calzado se debe recorrer y analizar los modelos y calidades de varios fabricantes con el fin de determinar la tendencia en la moda de temporada en Colombia, asistir a los desfiles de moda y analizar el comportamiento de los compradores internacionales en los distintos stands de la feria, de esta forma determinar con que fabricantes negociar.

Cuando ya se determino que fabricante tiene mejores modelos y tendencia acorde a nuestras necesidades, se realiza el contacto, en donde lo primero en preguntar será:

- ¿Su empresa esta en condiciones de exportar a Ecuador?

Esta pregunta es fundamental ya que si la empresa cumple con los requisitos de exportación en Colombia, la negociación fluirá sin contratiempo.

Caso contrario, hay que tomar en cuenta que en Colombia los tramites para ser exportador demora aproximadamente un mes siempre y cuando la empresa cumpla con los requisitos que exige la legislación Colombiana.

2.3. Análisis Micro ambiente.

Las empresas a ser elegidas para que sean proveedoras del producto son tres Santini Guga, Pielini, Juliethy, han sido escogidas por su gran trayectoria en la fabricación de calzado femenino de buena calidad en Colombia.

2.3.1. Santini Guga.

Razón Social: Santini Guga

Nombre Comercial: Santini Guga

País: Colombia

Ciudad: Bucaramanga

Tipo de Actividad: Fabricante

Lina de Productos: Calzado formal, Sandalias

¿Quiénes Somos?

SANTINI GUGA es una empresa colombiana con una trayectoria de 8 años en el mercado que se dedica a diseñar, fabricar y comercializar calzado formal y sandalias para dama.

Nuestros productos se caracterizan por ser extremadamente suaves, cómodos y elegantes, actualmente contamos con una capacidad de producción de 5.000 pares al mes.

Visión.

Ser una empresa sólida, rentable y reconocida, de excelente imagen, por contar con un equipo humano de gran desempeño y productividad dispuesto a brindar calidad en procesos y productos para satisfacer a nuestros clientes contribuyendo así con el desarrollo social.

Misión.

En Santini Guga trabajamos por el confort y la imagen. Diseñamos, desarrollamos, producimos y comercializamos zapatos para dama, en el mercado nacional e internacional, brindando a nuestros clientes las mejores condiciones de calidad, precio y elegancia.

Contacto.

El contacto en Colombia se lo realiza en la siguiente dirección:

Dir.: Carrera 21 # 21-37 Bucaramanga-Colombia

Tel: (57+7) 632 4011 **e-mail.:** santiniguga7@hotmail.com

2.3.2. Catálogos Santini Guga.

SANTINI GUGA						
	MARCA	SANTINI GUGA				
	TIPO	SANDALIA DE FIESTA				
	CÓDIGO	1941	GENERO	DAMA		
	NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40		
	COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	BRONCE
	P.V. IMPORTADORES CPT.		20,00			
		MARCA	SANTINI GUGA			
TIPO		SANDALIA DE FIESTA				
CÓDIGO		1945	GENERO	DAMA		
NUMERACIÓN		Talla Min: 34		Talla Max: 40		
COLORES		LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD
P.V. IMPORTADORES CPT.		22,00				
		MARCA	SANTINI GUGA			
	TIPO	SANDALIA DE FIESTA				
	CÓDIGO	408	GENERO	DAMA		
	NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40		
	COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD
	P.V. IMPORTADORES CPT.		20,00			
		MARCA	SANTINI GUGA			
TIPO		SANDALIA DE FIESTA				
CÓDIGO		1925	GENERO	DAMA		
NUMERACIÓN		Talla Min: 34		Talla Max: 40		
COLORES		LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD
P.V. IMPORTADORES CPT.		22,00				
		MARCA	SANTINI GUGA			
	TIPO	SANDALIA DE FIESTA				
	CÓDIGO	1904	GENERO	DAMA		
	NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40		
	COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD
	P.V. IMPORTADORES CPT.		21,00			

2.4. Pielini.

Razón Social: PIELINI

Nombre Comercial: Calzado Pielini Shoes & Bags

País: Colombia

Ciudad: Bucaramanga

Tipo de Actividad: Fabricante

Lina de Productos: Calzado formal, casual, sandalias, bolsos y carteras

¿Quiénes Somos?

Calzado Pielini Shoes & Bags es una Empresa Santandereana con una trayectoria de más de 10 años en el mercado de los Bumangueses que se dedica a diseñar, fabricar y comercializar calzado fino para dama, nos caracterizamos por la calidad, la comodidad y la elegancia para la mujer actual. Contamos con un equipo humano especializado con sentido de pertenencia, cumplimiento y respeto con nuestros clientes para el mejoramiento continuo.

Visión.

Calzado Pielini Shoes & Bags será la empresa líder en la exportación de calzado fino para dama, reconocido internacionalmente por elegancia, calidad, servicio al cliente y excelente imagen contribuyendo con el desarrollo social.

Misión.

Diseñamos, desarrollamos, producimos y comercializamos calzado fino para dama, brindándoles a nuestros clientes las mejores condiciones de precio, confort, experiencia, elegancia y profesionalismo.

Canales de Distribución.

El contacto en Colombia se lo realiza en la siguiente dirección:

- **Dir.:** Calle 13 #25-43 - Barrio San Francisco Bucaramanga-Colombia
- **Tel.:** (57+7) 634 7426 www.calzadopielini.com

2.4.1. Catálogos Calzado Pielini Shoes & Bags.

																																					
	<table border="1"> <tr> <td>MARCA</td> <td colspan="5">PIELINI</td> </tr> <tr> <td>TIPO</td> <td colspan="5">SANDALIA DE FIESTA</td> </tr> <tr> <td>CÓDIGO</td> <td>403</td> <td>GENERO</td> <td colspan="3">DAMA</td> </tr> <tr> <td>NUMERACIÓN</td> <td colspan="2">Talla Min: 34</td> <td colspan="3">Talla Max: 40</td> </tr> <tr> <td>COLORES</td> <td>LILA</td> <td>NEGRO</td> <td>BLANCO</td> <td>PLATA</td> <td>GOLD</td> </tr> <tr> <td colspan="3">P.V. IMPORTADORES CPT.</td> <td colspan="3">25,00</td> </tr> </table>	MARCA	PIELINI					TIPO	SANDALIA DE FIESTA					CÓDIGO	403	GENERO	DAMA			NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40			COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD	P.V. IMPORTADORES CPT.			25,00		
MARCA	PIELINI																																				
TIPO	SANDALIA DE FIESTA																																				
CÓDIGO	403	GENERO	DAMA																																		
NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40																																		
COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD																																
P.V. IMPORTADORES CPT.			25,00																																		
	<table border="1"> <tr> <td>MARCA</td> <td colspan="5">PIELINI</td> </tr> <tr> <td>TIPO</td> <td colspan="5">SANDALIA DE FIESTA</td> </tr> <tr> <td>CÓDIGO</td> <td>403</td> <td>GENERO</td> <td colspan="3">DAMA</td> </tr> <tr> <td>NUMERACIÓN</td> <td colspan="2">Talla Min: 34</td> <td colspan="3">Talla Max: 40</td> </tr> <tr> <td>COLORES</td> <td>LILA</td> <td>NEGRO</td> <td>BLANCO</td> <td>PLATA</td> <td>GOLD</td> </tr> <tr> <td colspan="3">P.V. IMPORTADORES CPT.</td> <td colspan="3">25,00</td> </tr> </table>	MARCA	PIELINI					TIPO	SANDALIA DE FIESTA					CÓDIGO	403	GENERO	DAMA			NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40			COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD	P.V. IMPORTADORES CPT.			25,00		
MARCA	PIELINI																																				
TIPO	SANDALIA DE FIESTA																																				
CÓDIGO	403	GENERO	DAMA																																		
NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40																																		
COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD																																
P.V. IMPORTADORES CPT.			25,00																																		
	<table border="1"> <tr> <td>MARCA</td> <td colspan="5">PIELINI</td> </tr> <tr> <td>TIPO</td> <td colspan="5">SANDALIA DE FIESTA</td> </tr> <tr> <td>CÓDIGO</td> <td>408</td> <td>GENERO</td> <td colspan="3">DAMA</td> </tr> <tr> <td>NUMERACIÓN</td> <td colspan="2">Talla Min: 34</td> <td colspan="3">Talla Max: 40</td> </tr> <tr> <td>COLORES</td> <td>LILA</td> <td>NEGRO</td> <td>BLANCO</td> <td>PLATA</td> <td>GOLD</td> </tr> <tr> <td colspan="3">P.V. IMPORTADORES CPT.</td> <td colspan="3">25,00</td> </tr> </table>	MARCA	PIELINI					TIPO	SANDALIA DE FIESTA					CÓDIGO	408	GENERO	DAMA			NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40			COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD	P.V. IMPORTADORES CPT.			25,00		
MARCA	PIELINI																																				
TIPO	SANDALIA DE FIESTA																																				
CÓDIGO	408	GENERO	DAMA																																		
NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40																																		
COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD																																
P.V. IMPORTADORES CPT.			25,00																																		
	<table border="1"> <tr> <td>MARCA</td> <td colspan="5">PIELINI</td> </tr> <tr> <td>TIPO</td> <td colspan="5">SANDALIA DE FIESTA</td> </tr> <tr> <td>CÓDIGO</td> <td>408</td> <td>GENERO</td> <td colspan="3">DAMA</td> </tr> <tr> <td>NUMERACIÓN</td> <td colspan="2">Talla Min: 34</td> <td colspan="3">Talla Max: 40</td> </tr> <tr> <td>COLORES</td> <td>LILA</td> <td>NEGRO</td> <td>BLANCO</td> <td>PLATA</td> <td>GOLD</td> </tr> <tr> <td colspan="3">P.V. IMPORTADORES CPT.</td> <td colspan="3">25,00</td> </tr> </table>	MARCA	PIELINI					TIPO	SANDALIA DE FIESTA					CÓDIGO	408	GENERO	DAMA			NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40			COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD	P.V. IMPORTADORES CPT.			25,00		
MARCA	PIELINI																																				
TIPO	SANDALIA DE FIESTA																																				
CÓDIGO	408	GENERO	DAMA																																		
NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40																																		
COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD																																
P.V. IMPORTADORES CPT.			25,00																																		
	<table border="1"> <tr> <td>MARCA</td> <td colspan="5">PIELINI</td> </tr> <tr> <td>TIPO</td> <td colspan="5">SANDALIA DE FIESTA</td> </tr> <tr> <td>CÓDIGO</td> <td>408</td> <td>GENERO</td> <td colspan="3">DAMA</td> </tr> <tr> <td>NUMERACIÓN</td> <td colspan="2">Talla Min: 34</td> <td colspan="3">Talla Max: 40</td> </tr> <tr> <td>COLORES</td> <td>LILA</td> <td>NEGRO</td> <td>BLANCO</td> <td>PLATA</td> <td>GOLD</td> </tr> <tr> <td colspan="3">P.V. IMPORTADORES CPT.</td> <td colspan="3">25,00</td> </tr> </table>	MARCA	PIELINI					TIPO	SANDALIA DE FIESTA					CÓDIGO	408	GENERO	DAMA			NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40			COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD	P.V. IMPORTADORES CPT.			25,00		
MARCA	PIELINI																																				
TIPO	SANDALIA DE FIESTA																																				
CÓDIGO	408	GENERO	DAMA																																		
NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40																																		
COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD																																
P.V. IMPORTADORES CPT.			25,00																																		

2.5. Calzado Juliethy.

Razón Social: Calzado Juliethy

Nombre Comercial: Calzado Juliethy

País: Colombia

Ciudad: Bucaramanga

Tipo de Actividad: Fabricante

Lina de Productos: Calzado Casual, Sandalias

¿Quiénes Somos?

Calzado Juliethy es una Empresa Santandereana con una trayectoria de más de 30 años en el mercado de los Bumangueses que se dedica a diseñar, fabricar y comercializar calzado fino para dama a nivel nacional.

Visión.

Calzado Juliethy será la empresa líder en la fabricación de sandalias finas para dama a nivel nacional.

Misión.

Fabricar y comercializar sandalia fina para dama y brindar a nuestros clientes las mejores condiciones de precio, confort, experiencia, elegancia y profesionalismo.

Canales de Distribución.

El contacto en Colombia se lo realiza en la siguiente dirección:

- **Dir.:** Calle 41 #20-52 Bucaramanga-Colombia
- **Cel.:** 3163083740 www.generoscalzado.com

2.5.1. Catálogos Calzado Juliethy.

																																						
		<table border="1"> <tr> <td>MARCA</td> <td colspan="5">JULIETHY</td> </tr> <tr> <td>TIPO</td> <td colspan="5">SANDALIA DE FIESTA</td> </tr> <tr> <td>CÓDIGO</td> <td>K</td> <td colspan="2">GENERO</td> <td colspan="2">DAMA</td> </tr> <tr> <td>NUMERACIÓN</td> <td colspan="2">Talla Min: 34</td> <td colspan="3">Talla Max: 40</td> </tr> <tr> <td>COLORES</td> <td>LILA</td> <td>NEGRO</td> <td>BLANCO</td> <td>PLATA</td> <td>GOLD</td> </tr> <tr> <td colspan="3">P.V. IMPORTADORES CPT.</td> <td colspan="3">18,33</td> </tr> </table>	MARCA	JULIETHY					TIPO	SANDALIA DE FIESTA					CÓDIGO	K	GENERO		DAMA		NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40			COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD	P.V. IMPORTADORES CPT.			18,33		
MARCA	JULIETHY																																					
TIPO	SANDALIA DE FIESTA																																					
CÓDIGO	K	GENERO		DAMA																																		
NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40																																			
COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD																																	
P.V. IMPORTADORES CPT.			18,33																																			
		<table border="1"> <tr> <td>MARCA</td> <td colspan="5">JULIETHY</td> </tr> <tr> <td>TIPO</td> <td colspan="5">SANDALIA DE FIESTA</td> </tr> <tr> <td>CÓDIGO</td> <td>M</td> <td colspan="2">GENERO</td> <td colspan="2">DAMA</td> </tr> <tr> <td>NUMERACIÓN</td> <td colspan="2">Talla Min: 34</td> <td colspan="3">Talla Max: 40</td> </tr> <tr> <td>COLORES</td> <td>LILA</td> <td>NEGRO</td> <td>BLANCO</td> <td>PLATA</td> <td>GOLD</td> </tr> <tr> <td colspan="3">P.V. IMPORTADORES CPT.</td> <td colspan="3">18,33</td> </tr> </table>	MARCA	JULIETHY					TIPO	SANDALIA DE FIESTA					CÓDIGO	M	GENERO		DAMA		NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40			COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD	P.V. IMPORTADORES CPT.			18,33		
MARCA	JULIETHY																																					
TIPO	SANDALIA DE FIESTA																																					
CÓDIGO	M	GENERO		DAMA																																		
NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40																																			
COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD																																	
P.V. IMPORTADORES CPT.			18,33																																			
		<table border="1"> <tr> <td>MARCA</td> <td colspan="5">JULIETHY</td> </tr> <tr> <td>TIPO</td> <td colspan="5">SANDALIA DE FIESTA</td> </tr> <tr> <td>CÓDIGO</td> <td>L</td> <td colspan="2">GENERO</td> <td colspan="2">DAMA</td> </tr> <tr> <td>NUMERACIÓN</td> <td colspan="2">Talla Min: 34</td> <td colspan="3">Talla Max: 40</td> </tr> <tr> <td>COLORES</td> <td>LILA</td> <td>NEGRO</td> <td>BLANCO</td> <td>PLATA</td> <td>GOLD</td> </tr> <tr> <td colspan="3">P.V. IMPORTADORES CPT.</td> <td colspan="3">18,33</td> </tr> </table>	MARCA	JULIETHY					TIPO	SANDALIA DE FIESTA					CÓDIGO	L	GENERO		DAMA		NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40			COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD	P.V. IMPORTADORES CPT.			18,33		
MARCA	JULIETHY																																					
TIPO	SANDALIA DE FIESTA																																					
CÓDIGO	L	GENERO		DAMA																																		
NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40																																			
COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD																																	
P.V. IMPORTADORES CPT.			18,33																																			
		<table border="1"> <tr> <td>MARCA</td> <td colspan="5">JULIETHY</td> </tr> <tr> <td>TIPO</td> <td colspan="5">SANDALIA DE FIESTA</td> </tr> <tr> <td>CÓDIGO</td> <td>F</td> <td colspan="2">GENERO</td> <td colspan="2">DAMA</td> </tr> <tr> <td>NUMERACIÓN</td> <td colspan="2">Talla Min: 34</td> <td colspan="3">Talla Max: 40</td> </tr> <tr> <td>COLORES</td> <td>LILA</td> <td>NEGRO</td> <td>BLANCO</td> <td>PLATA</td> <td>GOLD</td> </tr> <tr> <td colspan="3">P.V. IMPORTADORES CPT.</td> <td colspan="3">18,33</td> </tr> </table>	MARCA	JULIETHY					TIPO	SANDALIA DE FIESTA					CÓDIGO	F	GENERO		DAMA		NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40			COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD	P.V. IMPORTADORES CPT.			18,33		
MARCA	JULIETHY																																					
TIPO	SANDALIA DE FIESTA																																					
CÓDIGO	F	GENERO		DAMA																																		
NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40																																			
COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD																																	
P.V. IMPORTADORES CPT.			18,33																																			
		<table border="1"> <tr> <td>MARCA</td> <td colspan="5">JULIETHY</td> </tr> <tr> <td>TIPO</td> <td colspan="5">SANDALIA DE FIESTA</td> </tr> <tr> <td>CÓDIGO</td> <td>H</td> <td colspan="2">GENERO</td> <td colspan="2">DAMA</td> </tr> <tr> <td>NUMERACIÓN</td> <td colspan="2">Talla Min: 34</td> <td colspan="3">Talla Max: 40</td> </tr> <tr> <td>COLORES</td> <td>LILA</td> <td>NEGRO</td> <td>BLANCO</td> <td>PLATA</td> <td>GOLD</td> </tr> <tr> <td colspan="3">P.V. IMPORTADORES CPT.</td> <td colspan="3">18,33</td> </tr> </table>	MARCA	JULIETHY					TIPO	SANDALIA DE FIESTA					CÓDIGO	H	GENERO		DAMA		NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40			COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD	P.V. IMPORTADORES CPT.			18,33		
MARCA	JULIETHY																																					
TIPO	SANDALIA DE FIESTA																																					
CÓDIGO	H	GENERO		DAMA																																		
NUMERACIÓN	Talla Min: 34		Talla Max: 40																																			
COLORES	LILA	NEGRO	BLANCO	PLATA	GOLD																																	
P.V. IMPORTADORES CPT.			18,33																																			

2.6. Segmentación de Mercado.

Segmentar un mercado consiste en dividir en varios grupos más pequeños y homogéneos, el mercado total de un bien o servicio, con el objetivo de conocer aún más a los consumidores, es de vital importancia tener la capacidad de segmentar debidamente el mercado.

El segmento de mercado es un grupo dentro del cual los consumidores tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, hábitos de compra, y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing. Entre los tipos de segmentación de mercado tenemos:

Tabla 2: Tipos de Segmentación de Mercado

Segmentación	Características
Geográfica	Región, tamaño de la ciudad, clima.
Demográfica	Edad, sexo, nivel de ingresos, escolaridad.
Psicografica	Personalidad, estilo de vida, valores.
Por comportamiento	Beneficios del producto, tasa de consumo del producto.

Fuente: Philip Kotler y Gary Armstrong

Elaborado por: El Autor

Las variables que se tomarán en cuenta para la segmentación del mercado son:

- **Variable Geográfica.-** El estudio de mercado se realizará en la ciudad de Quito, específicamente a Cadenas de almacenes que cuentan con locales en diferentes lugares del país, tomando en cuenta que estas empresas solicitan una lista de requisitos para precalificar como proveedor, para el estudio tomo a tres cadenas de almacenes como son Etafashion, Pony Store, De Prati.
- **Variables demográficas.-** Para la segmentación del mercado se considerará el género, puesto que la importadora distribuirá calzado femenino. Se segmentara a la población por edad, desde 15 años en adelante. Se tomará en cuenta la población perteneciente al Estrato Social Medio, Medio – Alto, Alto, cuyos ingresos mensuales por hogar son de 512,90 dólares, 697 dólares y 1.491 dólares respectivamente.
- **Variables socioculturales.-** Importancia de la marca y origen del producto.

2.6.1. Determinación de aciertos de aceptación del producto

La probabilidad de ocurrencia y de no ocurrencia se establecerá a través de la determinación de aciertos, para lo cual se realiza la calificación como proveedor en las tres cadenas de almacenes que se encuentren dentro del universo fijado para el estudio ya que estas cadenas tienen almacenes en distintas ciudades del Ecuador y venden variados productos a mujeres de estratos social medio, medio-alto, alto.

La probabilidad de ocurrencia o aceptación del producto es del 100%, ya que a las tres cadenas les interesa vender productos colombianos, mientras que la probabilidad de no ocurrencia es del 0%.

2.6.2. Tamaño de la Muestra.

El tamaño de la muestra para la importadora de Calzado Femenino Colombiano, son las tres cadenas de almacenes ya que la importadora pretende centrarse en satisfacer la necesidad de Sandalias de estas tres cadenas.

Numero de encuestas a realizar: 3

2.7. Descripción de los 3 Clientes con Cadenas de Almacenes.

2.7.1. Etafashion⁵.

- **¿Quiénes Somos?**

Somos una gran cadena de moda que ofrece a nuestros clientes una gran selección de prendas para todo tipo de edad en las diferentes secciones.

Creamos prendas y seleccionamos las mejores marcas reconocidas a nivel nacional e internacional, donde se puede visualizar en nuestros diferentes puntos de venta o mediante un catálogo que soliciten en esta web.

⁵ (<http://www.etafashion.com>)

2.7.1.1. Locales Etafashion.

Etafashion cuenta con 17 locales en 5 ciudades del Ecuador (Ver Anexo 1).

2.7.1.2. Requisitos para Precalificación de Proveedores (Etafashion).

- **Personas Naturales. (Importadores).**
 - Formulario de Calificación de Proveedores ETAFASHION (Ver Anexo 2).
 - Ficha técnica de calzado ETAFASHION (Ver Anexo 3).
 - Copia del RUC actualizado
 - Copia de la Factura
 - Copia de la cédula de identidad
 - Copia de la papeleta de votación
 - 1 Certificado Bancario
 - 2 Referencias Comerciales
 - Declaración del Impuesto a la Renta del año anterior y su comprobante de pago

2.7.2. EMICOPSA. C.A. (Pony Store)⁶.

- **Reseña Histórica.**

Pony Store inició su actividad comercial en el año 1988, con la expectativa de incursionar en el mercado del calzado ecuatoriano. Está establecida en la ciudad de Quito, como Sociedad Anónima, conformada por socios inversionistas que decidieron agruparse para unir capitales, ideas y tecnología.

- **Misión.**

Comercializar el mejor calzado fino y de excelente calidad, para damas, caballeros y niños, innovando permanentemente los diseños, teniendo siempre presente la comodidad

⁶ www.ponystore.com.ec

de nuestros clientes y del mercado en general y valorizando la empresa a través del desarrollo integral de nuestra gente.

- **Visión.**

Continuar siendo la mejor y más prestigiosa empresa comercializadora de calzado como desde nuestro inicio en 1988.

- **¿Qué ofrecemos?**

- Como empresa, estamos capacitados para poder satisfacer los requerimientos tanto sea de grandes, medianos, como pequeños clientes,
- Nuestros zapatos son garantizados y sus precios son accesibles.
- Nos sentimos motivados por circunstancias importantes como satisfacer las necesidades de los consumidores, otorgarles la calidad que exigen en cada calzado elaborado y generar confianza al mercado local enfocándonos en proyectar una imagen corporativa anhelante de producir y comercializar calzado nacional e importado.

2.7.2.1. Locales Pony Store.

Pony Store cuenta con 20 locales en 8 ciudades del Ecuador (Ver Anexo 4).

2.7.2.2. Requisitos para Precalificación de Proveedores (Pony Store).

- **Personas Naturales (Importadores).**
 - Copia del RUC actualizado
 - Copia de la Factura
 - Copia de la cédula de identidad
 - Copia de la papeleta de votación
 - 1 Certificado Bancario
 - 2 Referencias Comerciales
 - Declaración del Impuesto a la Renta del año anterior y su comprobante de pago.

2.7.3. De Prati.

- **Reseña Histórica.**

De Prati abrió sus puertas el 15 de Abril de 1940 en la esquina de las calles Aguirre y Pedro Carbo. Fue la primera empresa en el país que adoptó el concepto de tienda por departamento.

De Prati empezó con el negocio de moda, para luego incorporar el negocio de hogar, el que se inicia con el nombre de “Centro Hogar” en 1995, para finalmente adoptar el nombre de De Prati Hogar. En el año 2003 incursiona en los nuevos conceptos de tiendas, donde el cliente encuentra mercadería con un sólo concepto de negocio, en un solo lugar. Así, se empieza con la tienda de De Prati Cosméticos, para luego abrir Junior y Kids. Actualmente tenemos 20 tiendas, en Guayaquil y Quito.

De Prati es una empresa líder en este sector. Somos una empresa que marca tendencias de moda, convirtiéndonos ya en un referente para los ecuatorianos, de lo que está de moda. Nos destacamos por el excelente servicio que brindamos diariamente a nuestro cliente y por la alta calidad y variedad de nuestra mercadería.

- **Misión.**

Vestir a la moda al cliente y su hogar ofreciendo una extraordinaria experiencia de compra, y generando beneficios a toda la comunidad.

- **Visión.**

Ser líder en el mercado, mediante una administración profesional, que permita un crecimiento sostenido y ordenado.

- **Centro de Distribución.**

En el centro de distribución se encargan de ejecutar la logística de la compañía, en la cual su función principal es coordinar, recibir y distribuir la mercancía entregada por los proveedores a las tiendas, en los tiempos establecidos y requeridos.

2.7.3.1. Locales De Prati.

DE PRATI Actualmente tenemos 20 tiendas, en Guayaquil y Quito, entre las que contamos con tiendas de moda (8), hogar (4), kids (4), cosmético (2), junior y belleza (2). (Ver Anexo 5).

2.7.3.2. Requisitos para Precalificación de Proveedores (De Prati)

- **Personas Naturales (Importadores).**
 - Copia del RUC actualizado
 - Copia de la Factura
 - Copia de la cédula de identidad
 - Copia de la papeleta de votación
 - 1 Certificado Bancario
 - 2 Referencias Comerciales
 - Declaración del Impuesto a la Renta del año anterior y su comprobante de pago.

2.7.4. Resumen de los 3 Clientes con Cadenas de Almacenes.

Tabla 3: Detalle de Locales y Ciudades

Cliente	No Locales	Ciudades	Locales a Surtir
Pony Store	20	8	10
Etafashion	17	5	7
De Prati	8	2	4

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Análisis

La tabla nos muestra el número de locales y ciudades en las cuales tiene presencia cada una de las tres cadenas, Así tenemos Pony Store con 20 locales en 8 ciudades y surte solo 10 locales, Etafashion con 17 locales en 5 ciudades y surte solo 7 locales. De Prati con 20 locales en 2 ciudades y surte solo 4 locales.

Interpretación

Esta información es de gran utilidad ya que podemos ver que las tres cadenas de almacenes deben surtir uno o dos locales por ciudad con mercancía de temporada dando lugar a realizar grandes pedidos y poder llegar a mas ciudades, así también nos permite analizar si el presupuesto con el que cuéntala importadora alcanzaría para realizar este tipo de preventas.

2.7.5. Encuesta a las Cadenas de Almacenes.

Con el propósito general de conocer cuáles son las opiniones acerca del producto y el servicio que le ofrece la Importadora, se elaboró una encuesta telefónica luego de la entrevista de calificación como proveedor, con preguntas abiertas realizada a las tres cadenas, es necesario mencionar que el enfoque de preguntas abiertas tiene el fin de no limitar sus respuestas y poder obtener mayor información en las respuestas de los clientes.

Los objetivos de esta encuesta se presentan a continuación:

- Evaluar el grado de satisfacción que tiene el cliente de cadenas con respecto al calzado que le ofrece la importadora.
- Conocer los principales problemas que se presentan al realizarse la entrega del calzado.
- Evaluar el proceso de decisión de compra y conocer la variable de mayor influencia al escoger un proveedor de calzado.
- Conocer a través de ellos, el nivel de aceptación por parte de los consumidores finales que compran calzado en sus locales de venta.

2.7.5.1. Preguntas y Respuestas Realizadas en la Encuesta a las Cadenas.

Considerándose que esta encuesta tiene un enfoque de preguntas abiertas, la información obtenida se la ha manipulado por medio de un proceso de categorización. (Ver Anexo 6).

Obtenida las respuestas de los clientes de cadenas se han agrupado respuestas semejantes dentro de una misma categoría. (Ver Anexo 7).

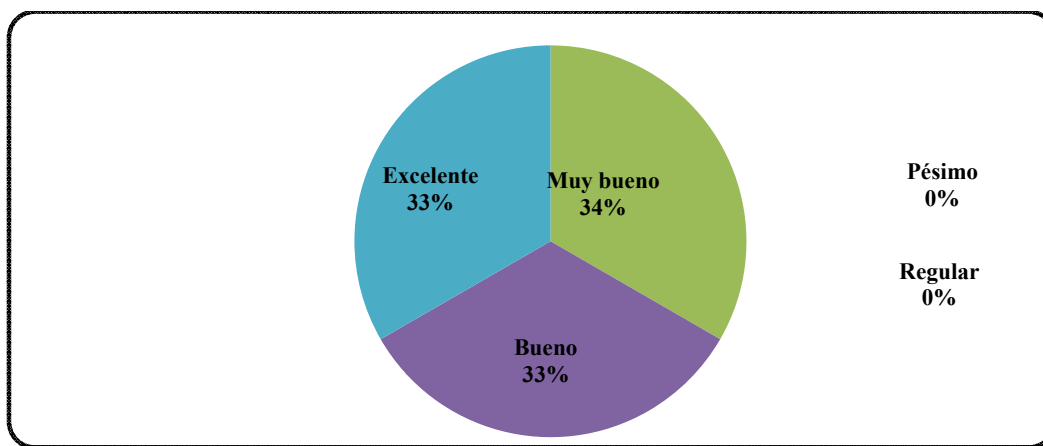
Las respuestas obtenidas se presentan a continuación:

- **Pregunta 1**

¿Como calificaría su grado de satisfacción sobre el calzado que le ofrece la Importadora?

Esta pregunta limita la respuesta del encuestado por ser una pregunta cerrada, en esta pregunta se presentaba 5 opciones de respuesta, excelente, muy bueno, bueno, pésimo, regular.

Grafico: 7 Satisfacción del cliente



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

Análisis:

La gráfica nos muestra el porcentaje de satisfacción que tienen los clientes de cadenas con el calzado que ofrece JGM Importadora, demostrando que el 33% es Excelente, 34% es muy bueno, 33% es Bueno, dejando a pésimo y regular con 0%.

Interpretación:

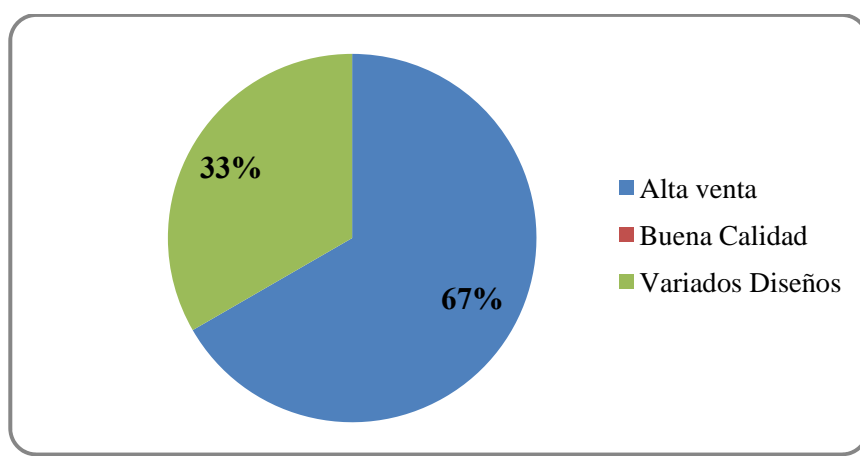
El 100% de los clientes de cadenas, califican como muy bueno el calzado que ofrece la Importadora, ningún cliente se ha acogido a las opciones de pésimo y regular.

- **Pregunta 2**

¿Cuál es su opinión acerca de los productos que comercializa la Importadora?

A esta pregunta se la ha clasificado en categorías de buena o mala percepción con respecto a la opinión del calzado que comercializa JGM Importadora, las respuestas de mala percepción están ligadas a que el calzado tiene ventas regulares o que existían fallos en los modelos y materiales.

Grafico: 8 Buena Percepción del Calzado



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

Análisis:

La gráfica nos muestra el porcentaje de percepción que tienen los clientes de cadenas con respecto al calzado que ofrece JGM Importadora, demostrando un 0% la buena calidad, 33% variados diseños, 67% alta venta en el mercado.

Interpretación:

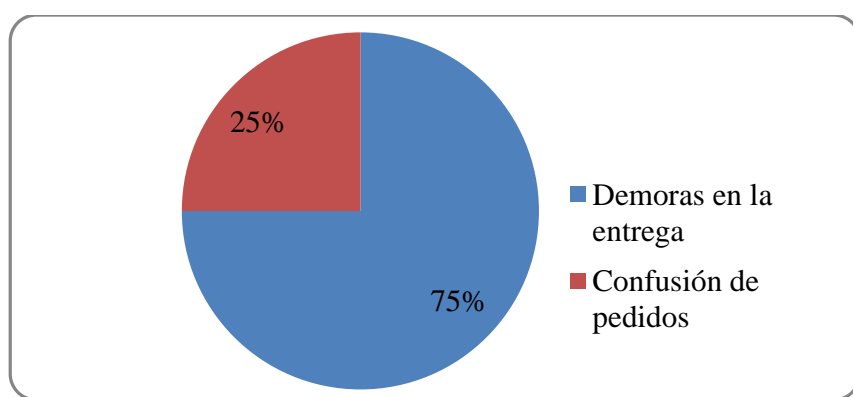
Estos datos nos demuestran que JGM Importadora ofrece a sus clientes de cadenas un producto que tiene una gran acogida por el consumidor final, demostrando que tiene una buenas aceptación, las respuestas de mala percepción estaban ligadas a que el calzado tendría ventas regulares o que existían fallos en los modelos y materiales, ningún cliente opto por esta opción.

- **Pregunta 3**

¿Cuál es su opinión acerca de la distribución del calzado que realiza la Importadora?

A esta pregunta se la ha clasificado en categorías de buena o mala percepción con respecto a la distribución que realizaría la Importadora de su calzado, a su vez a la categoría mala percepción se la ha clasificado en demoras en la distribución y confusión en los pedidos

Gráfico: 9 Mala Percepción de la Distribución



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

Análisis:

La gráfica nos muestra el porcentaje de percepción que tiene los clientes de cadenas con respecto a la distribución del calzado que ofrece JGM Importadora, demostrando un 25% en la confusión de pedidos y un 75% en demoras en la entrega

Interpretación:

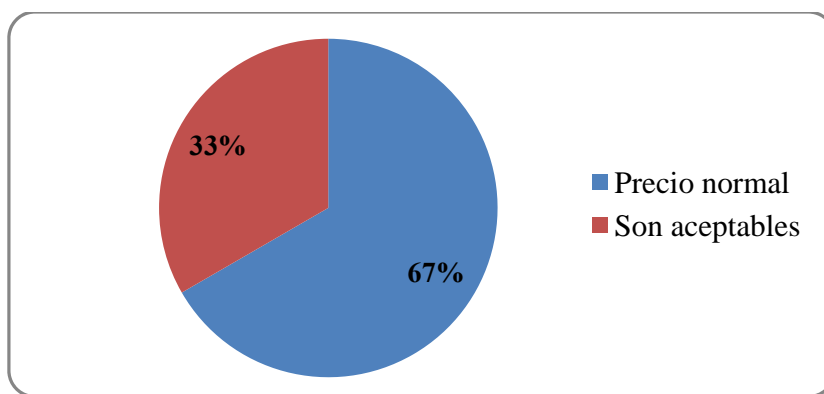
El 100% de los clientes tiene una mala percepción sobre la distribución del calzado ya que como proveedor lo clasifican dentro de los típicos problemas que presentan otros importadores, la principal razón una mala percepción en la distribución, la representó las demoras que tienen para realizar las entregas del pedido realizado con un 75% y en menor proporción con un 25% el que existían confusión en los pedidos, las respuestas de buena percepción 0% giraban alrededor de que tenían un período de entrega normal considerando que la cantidad de pedido en mayores ocasiones es alta.

- **Pregunta 4**

¿Cuál es su opinión acerca de los precios de calzado que le ofrece la Importadora?

A esta pregunta se la ha clasificado en categorías de buena o mala percepción con respecto al precio del calzado que comercializa la Importadora, las respuestas de mala percepción están ligadas a un precio regular o alto.

Gráfico: 10 Buena Percepción del Precio



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

Análisis:

La gráfica nos muestra el porcentaje de percepción que tiene los clientes de cadenas con respecto al precio del calzado que ofrece JGM Importadora, demostrando un 33% en precios aceptables y un 67% en precios normales

Interpretación:

El 100% de los encuestados contestaron tener una buena percepción, alegando que ellos consideran que JGM Importadora les ofrece un calzado a un precio estándar, similar a los del mercado o de otros proveedores de calzado, la mala percepción del cliente, basando sus respuestas en que los precios se manejaban en un rango de regular a alto ningún cliente opto por esta opción.

- **Pregunta 5**

En base a su experiencia en la venta de calzado, ¿Considera que el calzado que ofrece la Importadora son del agrado de los clientes finales?

Las respuestas a esta pregunta fueron variadas, por lo que no ha sido posible clasificarlas por categorías; todos los clientes dieron como respuesta principal que el calzado que ofrece JGM Importadora es del agrado del consumidor final, quienes los buscaban por las siguientes características:

- Material que emplean para su fabricación.
- Variedad en los diseños.
- Durabilidad del calzado.
- Presentación.

- **Pregunta 6**

¿Que cantidad de pares, por color y modelo solicitan ustedes para sus puntos de venta?

Esta pregunta limita la respuesta del encuestado por ser una pregunta cerrada, en esta pregunta se presentaba 3 opciones de respuesta, 6 pares, 9 pares, 12 pares.

Tabla 4: Demanda de pares por color y modelo.

Cliente	Cantidad Pares * Local
Pony Store	12
Etafashion	12
De Prati	12

Elaborado por: El Autor

Análisis:

La tabla nos muestra la cantidad de pares por color y modelo que solicitan cada una de las tres cadenas, demostrando que las tres compran 12 pares por color y modelo.

Interpretación:

Los tres encuestados contestaron tener una compra mínima de 12 pares por color y modelo, este dato sirve para proyectar la demanda del producto de acuerdo al volumen de compra.

- **Pregunta 7**

¿En sus puntos de venta que cantidad de modelos exhiben por sección o estilo?

Esta pregunta limita la respuesta del encuestado por ser una pregunta cerrada, en esta pregunta se presentaba 3 opciones de respuesta, 10 modelos, 20 modelos, 30 modelos.

Tabla 5: Demanda de modelos.

Cliente	Cantidad Modelos
Pony Store	10
Etafashion	10
De Prati	10

Análisis:

La tabla nos muestra la cantidad de modelos que exhiben en cada sección de sus puntos de ventas, así tenemos Pony Store 10 modelos, Etafashion 10 modelos, De Prati 10 modelos.

Interpretación:

Los tres encuestados contestaron tener una exhibición de 10 modelos por cada sección en sus puntos de venta este dato nos sirve para el calculo de demanda.

- **Pregunta 8**

¿En sus puntos de venta que cantidad de colores exhiben por cada modelo de zapato?

Esta pregunta limita la respuesta del encuestado por ser una pregunta cerrada, en esta pregunta se presentaba 4 opciones de respuesta, 1 color, 2 colores, 3 colores, 4 colores.

Tabla 6: Demanda de modelos.

Cliente	Cantidad Colores
Pony Store	3
Etafashion	3
De Prati	3

Análisis:

La tabla nos muestra la cantidad de colores que exhiben en cada sección de sus puntos de ventas, así tenemos Pony Store 3 colores, Etafashion 3 colores, De Prati 3 colores.

Interpretación:

Los tres encuestados contestaron tener una exhibición de 3 colores por cada sección en sus puntos de venta este dato nos sirve para el calculo de demanda.

- **Pregunta 9**

¿En que se basa la frecuencia de compra de su empresa?

Esta pregunta limita la respuesta del encuestado por ser una pregunta cerrada, en esta pregunta se presentaba 3 opciones de respuesta, Temporada, Stock, Ventas.

Tabla 7: Frecuencia de Compra.

Cliente	Frecuencia
Pony Store	Temporada
Etafashion	Temporada
De Prati	Temporada

Análisis:

La tabla nos muestra en que se basa la frecuencia de compra de cada uno de los tres clientes, así tenemos Pony Store, Etafashion, se basan en la temporada.

Interpretación:

Los tres encuestados contestaron tener una frecuencia de compra en base a la temporada, esto para el calculo de demanda.

2.7.5.2. Interpretación de los Resultados.

Los resultados obtenidos indican que los tres clientes con quienes la Importadora mantendrá negocios, tienen un alto nivel de satisfacción respecto al producto que ofrecemos; este indicador muestra una perspectiva muy positiva para la Importadora, sin embargo los resultados más representativos se encuentran en un rango de bueno y muy bueno, por lo que la Importadora debe buscar alcanzar niveles altos de satisfacción, con el fin de ofrecer mayor valor agregado a sus clientes y mantener su fidelidad. Cabe resaltar que ninguno de los encuestados ha alegado encontrarse insatisfecho con el calzado.

Las características de mayor relevancia por la cual el calzado que oferta la Importadora es reconocido entre sus tres clientes son la calidad y los variados diseños, juntos representan un 78% de respuestas a favor de estas características.

JGM Importadora debe enfocarse en este resultado, con el fin de importar diseños de moda y buscar mejoras para ofrecer un calzado de calidad, pues para sus clientes estos factores son importantes para mantener a la importadora como uno de sus principales proveedores de calzado.

El precio es un factor importante para los clientes y un aspecto favorable para la Importadora, pues el 33% de los encuestados respondieron que el precio del calzado es aceptable y un 67% de encuestados tienen la opinión de que el precio es normal, esto demuestra que la Importadora debe de continuar con la política de precios y tratar de ver alternativas más económicas a la hora de importar el calzado.

En base a la percepción de los clientes, se conoce que a los consumidores finales les agrada el calzado que ofrece la Importadora; la mayor parte de sus comentarios se dirigen a que a los clientes finales les gusta este calzado por la calidad y variados diseños. Este resultado favorece a la Importadora y permite conocer que se puede llegar a posesionar las marcas importadas en la mente del consumidor final y acaparar mayor mercado, si se aplican estrategias de marketing.

Con respecto a la demanda del producto de acuerdo a la encuesta se concluye que las tres cadenas manejan una política de compra similar y su compra es por temporadas.

Por los resultados anteriores, se puede concluir que el calzado que ofrece la Importadora presenta excelentes características que los clientes identifican, por tanto no existen problemas en relación al producto, sin embargo es necesario cambiar internamente en la Importadora para realizar mejoras en los aspectos que disgustan a los clientes y evitar que se traduzcan en pérdidas.

2.7.6. Análisis de Preferencia del Consumidor Final.

Considerando que la distribución del calzado que se importa, se enfoca hacia los clientes de cadenas y no directamente al consumidor final y conociendo que no se ha realizado ninguna investigación para determinar las necesidades, gustos, preferencias y los factores más importantes que considera el cliente al adquirir un calzado, resulta necesario el presente análisis de quien es un integrante fundamental en la importación de calzado, el consumidor final.

Para llevar a cabo este análisis se utilizará como instrumento la encuesta directa a los sujetos de estudio y se aplicará el método de muestreo aleatorio simple (MAS), por medio del cual cualquier integrante de la población escogida podrá ser seleccionado.

2.7.6.1. Objetivo General.

La investigación tiene como objetivo general determinar la conducta de decisión de compra de los clientes finales a los que la importadora no llega directamente e identificar sus preferencias y necesidades a cubrir para poder determinar que calzado necesitarían los clientes de cadenas.

2.7.6.2. Objetivos Específicos.

- Determinar las características que prefieren los clientes finales al momento de elegir un calzado.
- Determinar cuáles son las principales marcas de calzado competidoras, evaluando el beneficio diferenciador que les brinda tales marcas a los clientes.
- Evaluar el posicionamiento de las marcas de la Importadora frente a otras marcas de calzado.
- Establecer el nivel de aceptación del calzado Importado desde Colombia.
- Conocer los hábitos de compra de calzado de la población.
- Establecer las características positivas y negativas que tiene la marca, con el fin de enfocarse en mejoras directas.

2.7.6.3. Definición de la Población Objetivo.

Se realizará un muestreo estratificado por lo cual se ha delimitado como alcance de este estudio la ciudad de Quito, por ser el lugar en donde las tres cadenas tiene mas sucursales, específicamente mujeres con edades que oscilen entre los 15 años en adelante y de nivel socio-económico medio, medio- alto, alto.

Para efectos de nuestro estudio y con motivo de cuantificar el mercado específico de JGM Importadora, se ha segmentado el total de población tomando variables que sean representativas de los potenciales consumidores, para lo cual nos enfocamos en tres variables específicas: grupos de edad, estrato social y población de mujeres en la ciudad de Quito.

Las siguientes tablas indican información estadística aplicable a la segmentación:

Tabla 8: Población del Ecuador

DETALLE	VALORES	AÑO
POBLACIÓN TOTAL DEL ECUADOR	14.306.876	2010
POBLACIÓN DEL QUITO	2.151.993	2010

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) - Ecuador en Cifras

Elaborado por: El Autor

La población de la ciudad de Quito está expresada en datos actuales aproximados, según información del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), dicha población ha crecido en un 3,65% anual a partir del censo realizado en el año 2001.

Se procede a segmentar la población teniendo en cuenta a mujeres de Quito y el factor edad:

Tabla 9: Población de Mujeres

DETALLE	VALORES	%	AÑO
POBLACIÓN DE MUJERES EN ECUADOR	7.139.131	49,90	2010
POBLACIÓN DE MUJERES EN QUITO	1.108.276	51,50	2010

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) - Ecuador en Cifras

Elaborado por: El Autor

Tabla 10: Rangos de Edades

Rangos	Población	% de la población
0 – 14	387.897	35,00%
15 – 64	676.049	61,00%
65 – mas	44.331	4,00%
Total DMQ	1.108.276	100,00%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) - Ecuador en Cifras

Elaborado por: El Autor

Según las estadísticas, el rango comprendido entre los 15 años en adelante representa el **65%** de la población de mujeres. Considerando esta información, el segmento de mercado queda expresado en una población de **720.380 mujeres en Quito**.

Basándonos en la variable de edades, las encuestas se realizarán en sectores de la ciudad de Quito en donde se considera asisten personas del edades mayores a 15 años y estrato social seleccionado, a mencionar: Centro comerciales El Jardín, El Recreo, C.C. Iñaquito, El Bosque, El Condado, QUICENTRO, QUICENTRO SUR; calles amazonas, chile (Centro Histórico).

2.7.6.4. Definición de la Muestra.

El tamaño de la muestra de esta investigación será calculado empleándose la fórmula de una población infinita, descrita a continuación:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

En donde:

- n → Tamaño de la muestra que se desea conocer
- z → Representa el nivel de confianza
- p → Probabilidad de ocurrencia de un evento (éxito)
- q → Probabilidad de no ocurrencia de un evento (fracaso)
- e → Error de estimación

Para efectos de este estudio, se ha elaborado una prueba piloto dirigida a 30 personas (Ver Anexo 8), de donde se obtuvo:

- La probabilidad de éxito (P) equivale a 23% y representa la cantidad de personas que respondieron conocer las marcas Santini Guga, Pielini, Juliethy.
- La probabilidad de fracaso (q) equivale a 77% y representa la cantidad de clientes finales que no conocen la marca, cabe mencionar que en este estudio la probabilidad de éxito es menor a la de fracaso por considerarse que se media el reconocimiento de las marcas Santini Guga, Pielini, Juliethy, frente a otras marcas que sí tienen un alto posicionamiento en la mente del consumidor final.
- El error de estimación (e) a utilizarse es del 5%; en base a la tabla estadística de la distribución normal.
- El valor de z considerando un nivel de confianza del 96% es de 1,96.

Aplicando la fórmula descrita, la proporción de mercado a encuestar es la siguiente:

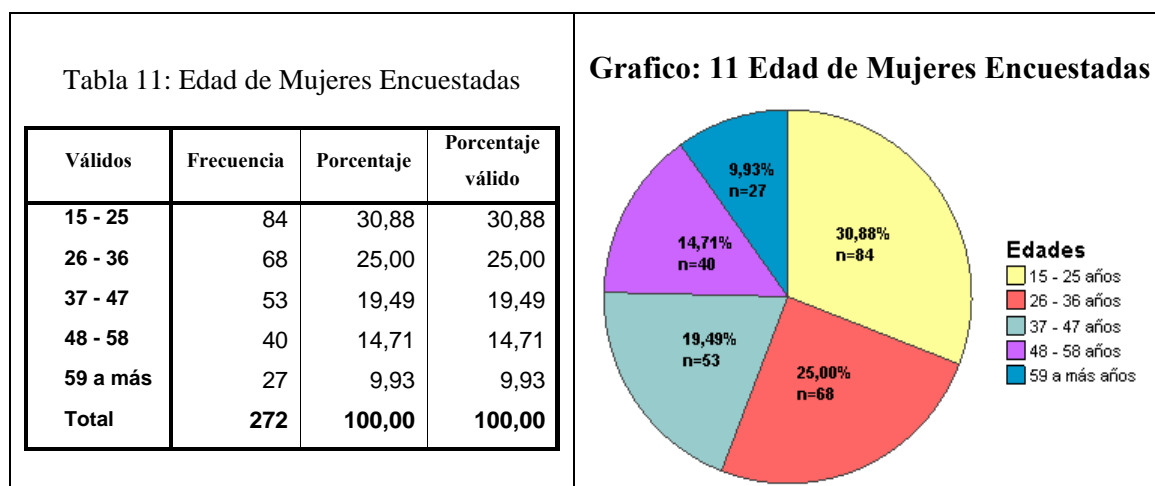
$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,23) * (0,77)}{(0,05)^2} = 272,14$$

$$n = \mathbf{272}$$

Luego del calcular el número de clientes a encuestar procedemos a elaborar la encuesta final al consumidor final. (Ver Anexo 9).

2.7.6.5. Resultados de la Encuesta.

- **Datos Generales 1**
- ¿Edad de las Mujeres Encuestadas?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

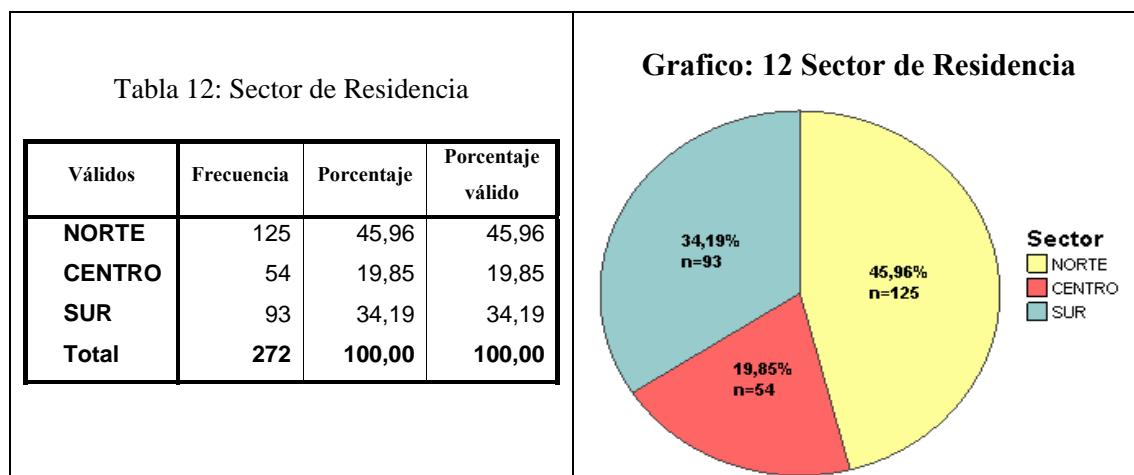
Análisis:

La Tabla y la Gráfica nos muestra el porcentaje y la cantidad de persona que fueron encuestadas de acuerdo al rango de las edades, demostrando que 38,88% corresponde a 84 personas de entre 15 - 25 años, el 25% corresponde a 68 personas de entre 26 - 36 años, el 19,49% corresponde a 53 personas de entre 37 – 47 años, el 14,71% corresponde a 49 personas de entre esta entre 48 – 58 años y el 9,93% corresponde a 27 personas de 59 – a mas años.

Interpretación:

Los datos están acumulados hacia los primeros rangos de edades, es decir las personas más jóvenes, esto se debe a que las encuestas fueron realizadas en lugares donde transita gente más joven, por ejemplo a las afueras de universidades y exterior de centros comerciales, es así que el número de encuestas realizadas a personas mayores de 59 años es mínimo.

- **Datos Generales 2**
- **¿Sector de Residencia?**



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis:

La Tabla y la Gráfica nos muestra el porcentaje y la cantidad de persona que fueron encuestadas de acuerdo al lugar de vivienda de las 272 persona encuestadas, así podemos observar que el 45.96% corresponde a los 125 encuestados que viven en el norte de la ciudad de Quito, el 34,19% corresponde a los 93 encuestados que viven en el sur y el 19.85% corresponde a los 54 encuestados que viven en el centro.

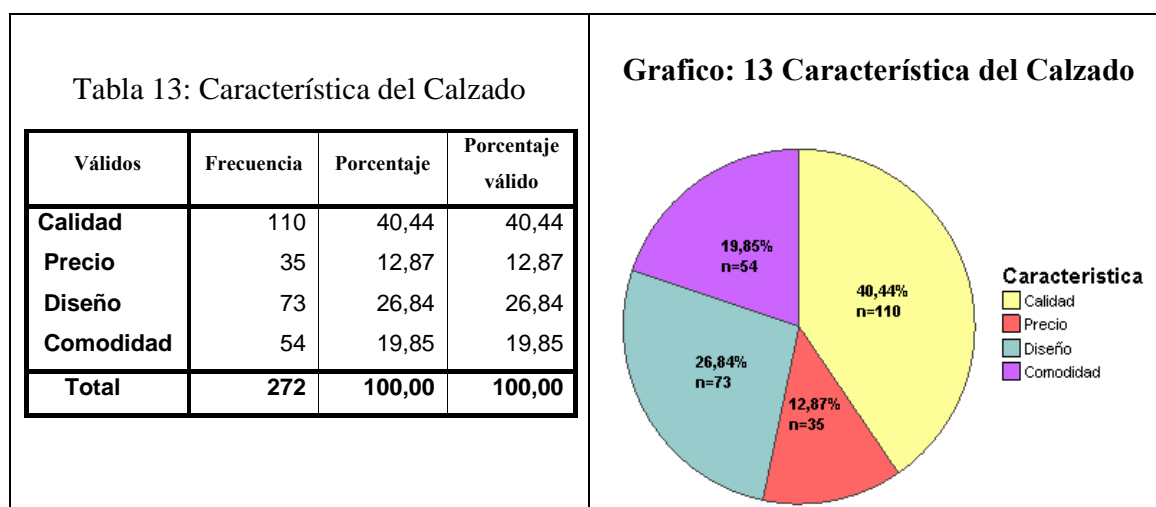
Interpretación:

Los resultados nos ayudan a determinar el sector al que debemos dirigir nuestro producto, es decir las personas más jóvenes que viven en los tres sectores de Quito.

- **Pregunta 1**

- **Al momento de comprar un calzado ¿Qué características prefiere?**

Esta pregunta limita la respuesta del encuestado por ser una pregunta cerrada, en esta pregunta se presentaba 4 opciones de respuesta, Calidad, Precio, Diseños, Comodidad.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis:

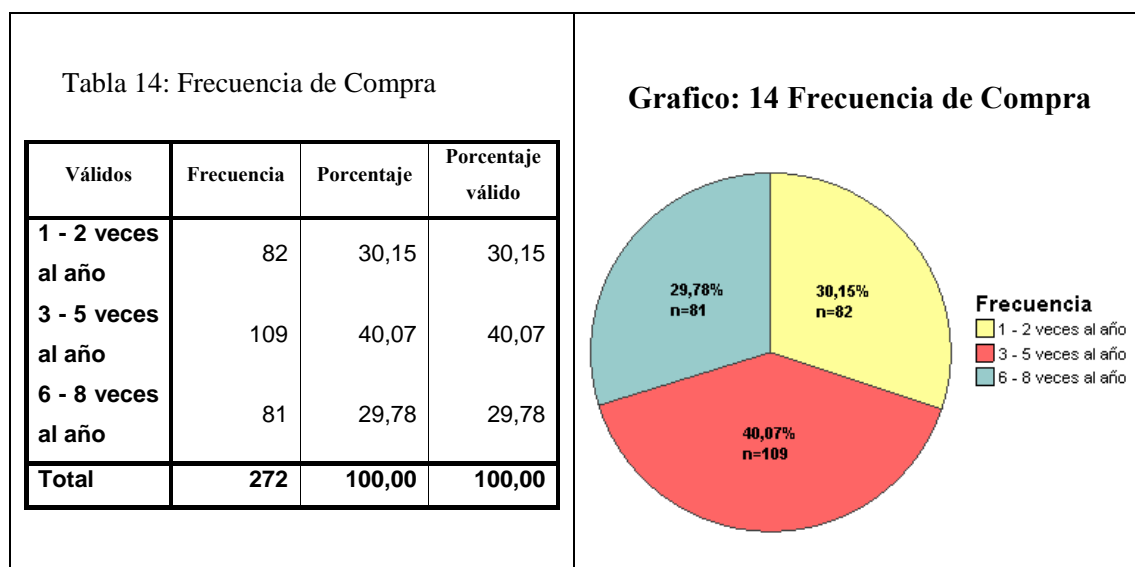
La Tabla y la Gráfica nos muestra el porcentaje y la cantidad de persona que fueron encuestadas de acuerdo a la característica de calzado que prefieren las 272 persona encuestadas, así podemos observar que el 40,44% corresponde a los 110 encuestados que prefieren la calidad, 12,87% corresponde a los 35 encuestados que prefieren el precio, 26,84% corresponde a los 73 encuestados que prefieren los diseños y el 19.85% corresponde a los 54 encuestados que prefieren la comodidad.

Interpretación:

En un contesto general lo que mas le agrada a la persona entrevistada es la calidad, seguida del diseño del calzado, la comodidad y el precio en este orden podemos ver que los gustos y preferencias de las mujeres no se limitan al precio sino a la calidad y diseño del calzado.

- **Pregunta 2**
- **¿Con que frecuencia al año compra calzado?**

Esta pregunta limita su respuesta del encuestado por ser una pregunta cerrada, en esta pregunta se presentaba 3 opciones de respuesta, 1 a 2 veces al año, 3 a 5 veces al año, 6 a 8 veces al año.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

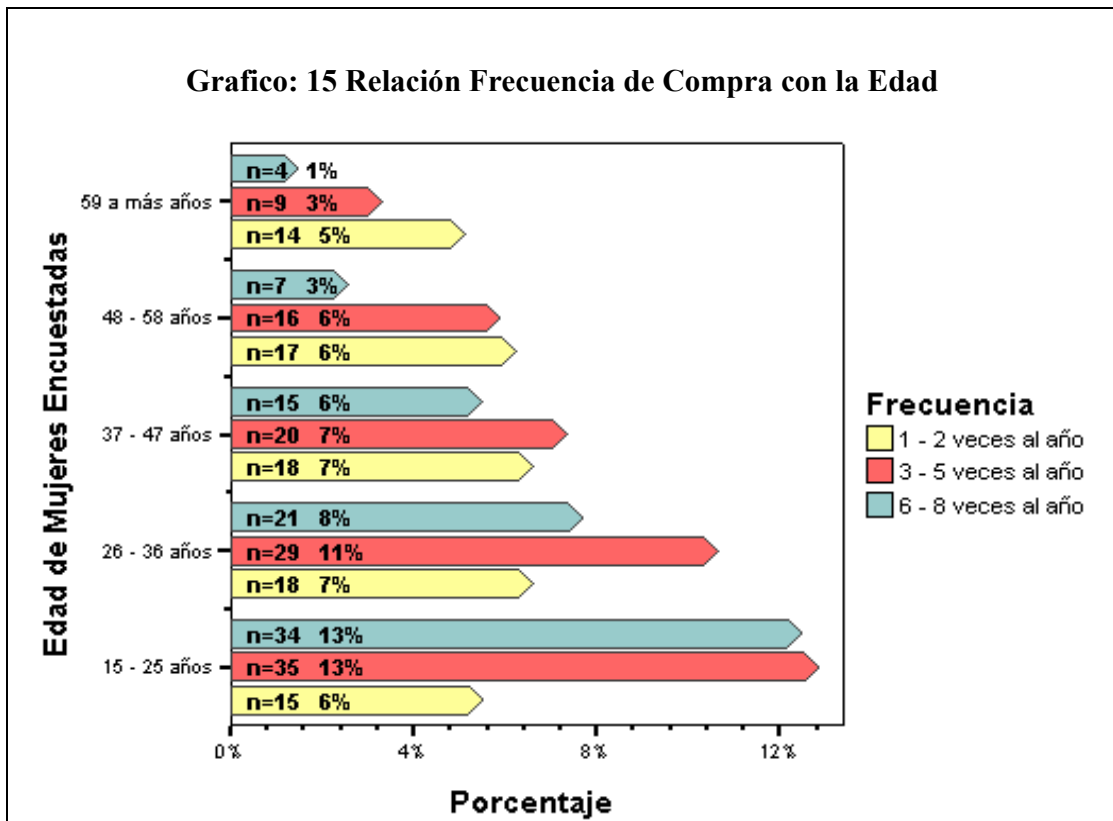
Análisis:

La Tabla y la Gráfica nos muestra el porcentaje y la cantidad de persona que fueron encuestadas de acuerdo a la frecuencia al año de compra de calzado que prefieren las 272 persona encuestadas, así podemos observar que el 30,15% corresponde a los 82 encuestados que compran 1-2 veces al año, 40,07% corresponde a los 109 encuestados que compran 3-5 veces al año, 29,78% corresponde a los 81 encuestados que compran 6-8 veces al año.

Interpretación

Al observar la conducta de los encuestados referente a la frecuencia de compra, se obtuvo que la mayor parte de las mujeres tienen una frecuencia de compra de 3 a 5 pares al año, esto nos demuestra que la rotación de mercancía femenina debe ser constante para satisfacer la demanda en el año.

Grafico: 15 Relación Frecuencia de Compra con la Edad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis:

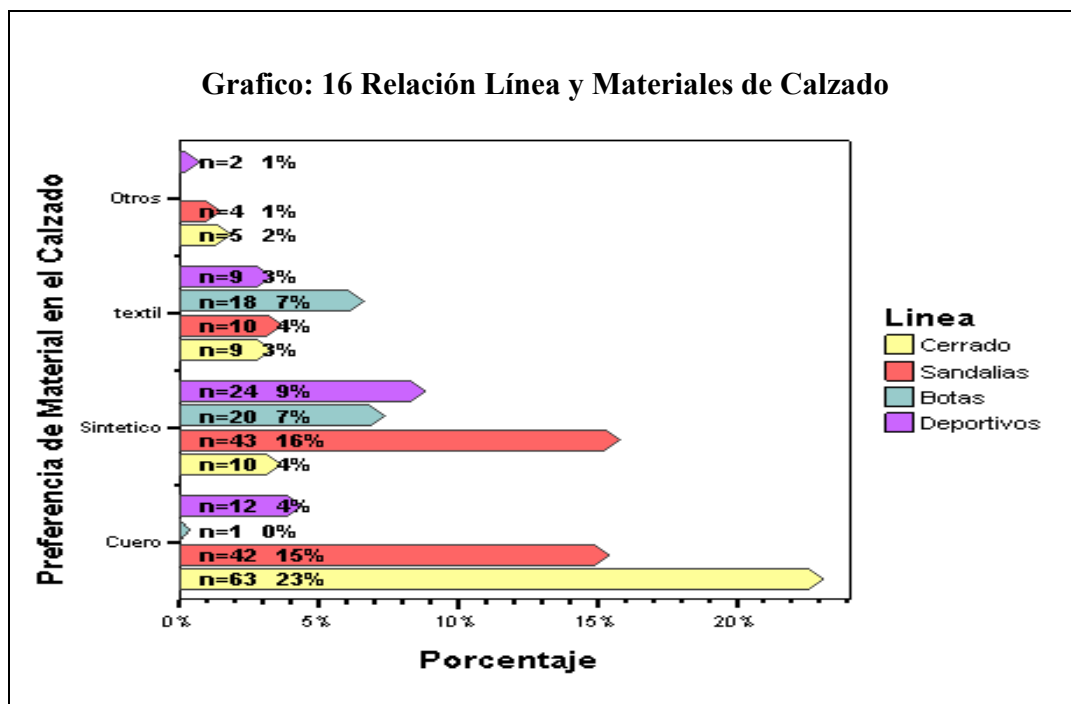
La Gráfica nos muestra el porcentaje y la cantidad de persona que fueron encuestadas en relación a la frecuencia al año de compra y a la edad de las 272 persona encuestadas.

Interpretación

Al relacionar la frecuencia de compra con la edad notamos que quienes suelen comprar siempre, en este caso 8 o más veces al año, son las personas entre 15 y 25 años; en general quienes están en este rango tienen frecuencias de compra altas. Aquellas personas ubicadas en el rango de 26-36 años tienen en su mayoría una frecuencia de compra de 3 a 5 veces al año. Quienes casi nunca compran o definitivamente no compran fueron los encuestados de 59 años o más. Las personas en el rango 37 - 47 años mantienen una frecuencia de compra moderada, es decir de 3 a 5 veces al año, y con poca frecuencia las personas entre 48 – 58 años de 1 a 2 veces al año.

- **Pregunta 3 y 4**
- ¿En que material prefiere comprar su calzado?
- ¿Que línea de calzado compra usted habitualmente?

Para realizar el análisis de estas dos preguntas se procede a relacionarlas.



Fuente: Encuesta
 Elaborado por: El Autor

Análisis:

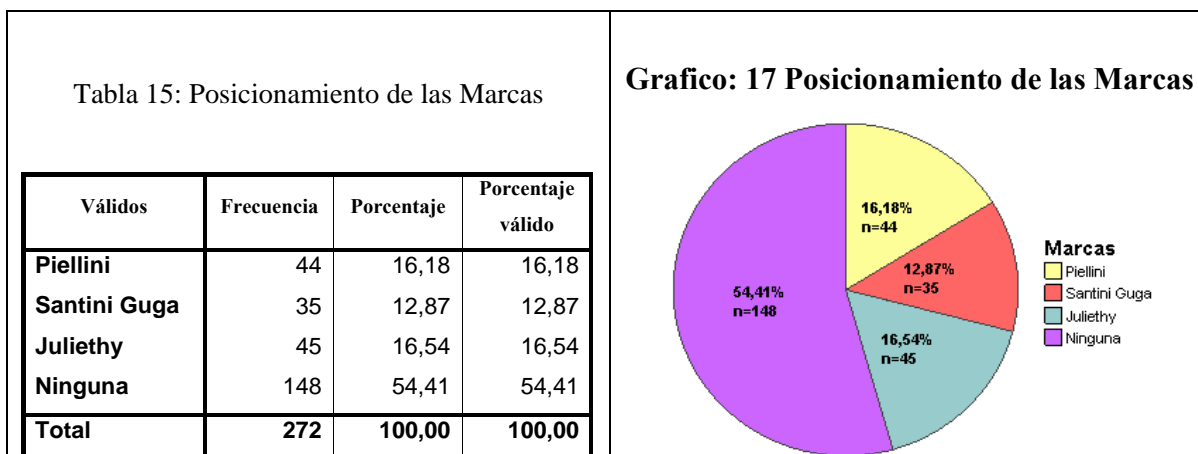
La Gráfica nos muestra el porcentaje y la cantidad de persona que fueron encuestadas de acuerdo a las líneas y material de Calzado que prefieren las 272 persona encuestadas.

Interpretación

Las encuestas realizadas indican que las personas compran en mayor cantidad calzada de cuero y sintético, mientras que los de menor demanda son los textiles y otros materiales, dentro del calzado de cuero las líneas más solicitadas son las de zapatos cerrados y sandalias, en material sintético son las sandalias, deportivos y botas, en textil sobresalen las botas y cerrados así podemos ver que las líneas a importar son las sandalias sintéticas y sus sustitutos.

- **Pregunta 5**
- ¿Reconoce alguna de estas tres marcas? Puede marcar más de una opción.

Esta pregunta limita la respuesta del encuestado por ser una pregunta cerrada, en esta pregunta se presentaba 4 opciones de respuesta, Piellini, Santini Guga, Juliethy, Ninguna.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis:

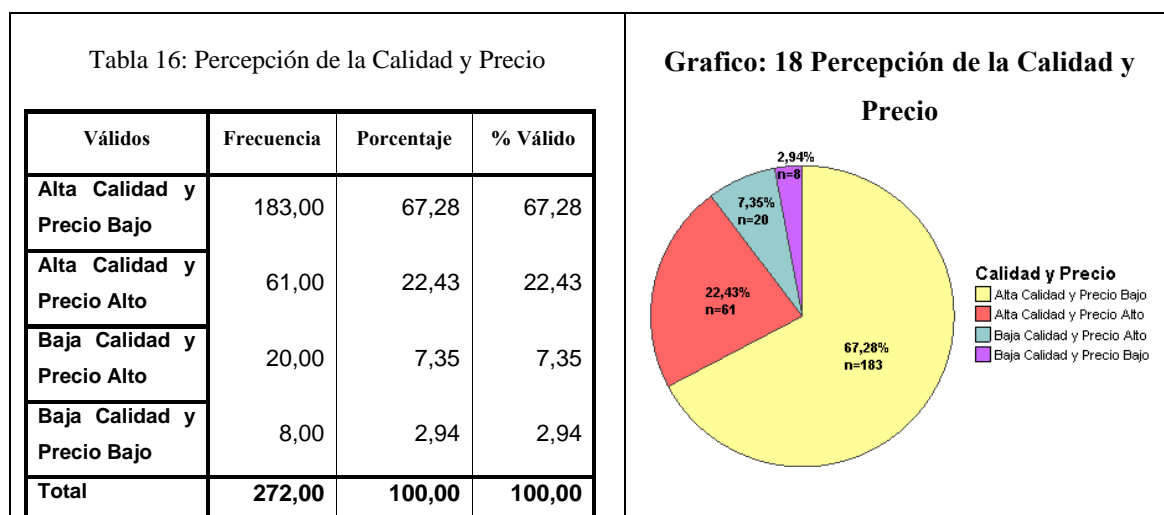
La Tabla y la Gráfica nos muestra el porcentaje y la cantidad de persona que fueron encuestadas de acuerdo al posicionamiento de las marcas de calzado que prefieren las 272 persona encuestadas, así podemos observar que el 16,18% corresponde a los 44 encuestados que conocen la marca Pielini, 12,87% corresponde a los 35 encuestados que conocen la marca Santini Guga, 16,54% corresponde a los 45 encuestados que conocen la marca Juliethy, mientras que un 54,41% corresponde a los 148 encuestados que dicen no conocer la ninguna de las tres marcas.

Interpretación

Estos resultados nos demuestran que las tres marcas que JGM Importadora importa y comercializa, no son conocidas por el consumidor final, por esta razón tanto el importador como los clientes de cadenas tiene un nicho de mercado grande por explotar ya que el calzado que se oferta si tiene buena aceptación por parte de las personas que lo han visto o lo han adquirido.

- **Pregunta 6**
- ¿Como identifica usted a las marcas Piellini, Santini Guga, Juliethy?

Esta pregunta limita la respuesta del encuestado por ser una pregunta cerrada, en esta pregunta se presentaba 4 opciones de respuesta, Alta Calidad y precio bajo, Baja calidad y precio alto, Baja calidad y precio bajo, Alta Calidad y precio alto.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis:

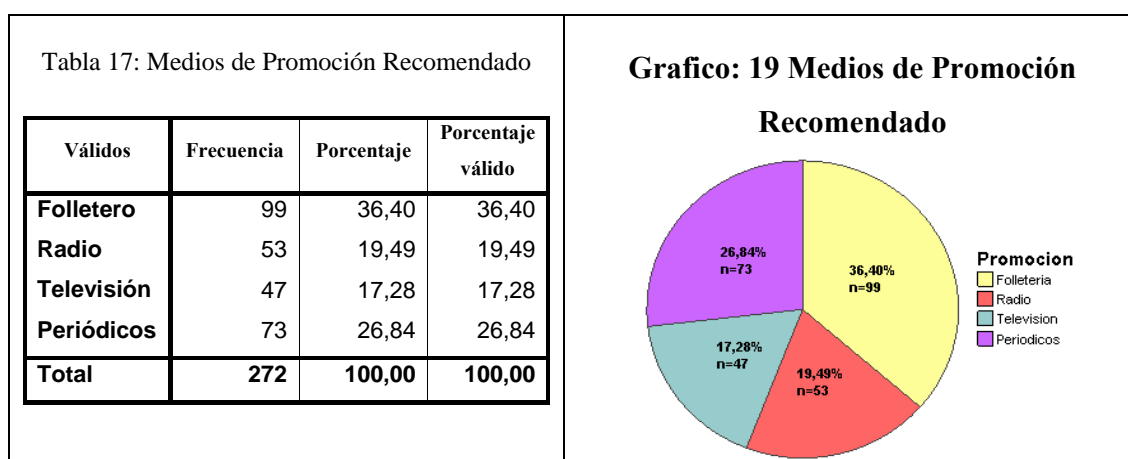
La Tabla y la Gráfica nos muestra el porcentaje y la cantidad de persona que fueron encuestadas de acuerdo a la Percepción de la Calidad y Precio del calzado que prefieren las 272 persona encuestadas, así podemos observar que el 67,28% corresponde a los 183 encuestados que opinan que el calzado tiene alta calidad y precio bajo, 22,43% corresponde a los 61 encuestados que opinan que el calzado tiene alta calidad y precio alto, 7,35% corresponde a los 20 encuestados que opinan que el calzado tiene baja calidad y precio Alto, mientras que un 2,94% corresponde a los 8 encuetados que opinan que el calzado tiene precio bajo.

Interpretación

En lo referente a la percepción del cliente sobre la marca con respecto a la calidad y el precio se obtuvo como respuesta alta calidad y precios bajos. Tan solo un 22,43% de los encuestados piensa que las marcas son de alta calidad y precios altos.

- **Pregunta 7**
- ¿Como identifica usted a las marcas Piellini, Santini Guga, Juliethy?

Esta pregunta limita la respuesta del encuestado por ser una pregunta cerrada, en esta pregunta se presentaba 4 opciones de respuesta, Alta Calidad y precio bajo, Baja calidad y precio alto, Baja calidad y precio bajo, Alta Calidad y precio alto.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis:

La Tabla y la Gráfica nos muestra el porcentaje y la cantidad de persona que fueron encuestadas de acuerdo a los opiniones acerca de los medios de promoción que prefieren las 272 personas encuestadas, así podemos observar que el 36,40% corresponde a los 99 encuestados que opinan que la promoción se debería hacer por medio de folletos, 19,49% corresponde a los 53 encuestados que opinan que la promoción se debería hacer por medio de la radio, 17,28% corresponde a los 47 encuestados que opinan que opinan que la promoción se debería hacer por medio de la televisión, 26,84% corresponde a los 73 encuetados que opinan que la promoción se debería hacer por medio de los periódicos.

Interpretación

Se aprovechó la encuesta para conocer qué tipo de medios prefieren y recomiendan las personas al momento de promocionar el producto, es así que se obtuvo como resultado que la mayoría recomienda utilizar folletos en los que se muestren los modelos y promociones

que existan en el momento. En otro porcentaje recomendaron promocionar el calzado a través de la radio y los periódicos siendo la televisión con menor aceptación por su alto costo.

Conclusiones

- Obtenidos y analizados los resultados de las encuestas realizadas al consumidor final, se puede decir que la mayor demanda de calzados son los elaborados en cuero y material sintético.
- Así también podemos ver que la línea de calzado mas solicitud por las personas entre los 15 – 47 años son las sandalias ya que son utilizadas hoy en día para uso diario, oficina, fiesta esto nos da la oportunidad de explotar este nicho de mercado ya que en el país no existen los insumos necesarios para producir una sandalia de moda.
- Quienes más veces al año compran calzado son las personas ubicadas entre los 15 a 25 años de edad, por este motivo es importante tener en la línea juvenil diversos diseños para que tengan más opciones a escoger y no por ser limitado el número de modelos se deje de vender.
- También se logró conocer que piensan las personas sobre las marcas Piellini, Juliethy, Santini Guga, resultando así que las consideran marcas de alta calidad que ofrece productos a un precio bajo, agradándoles más que nada los variados diseños que dispone.
- Como sugerencia nos dijeron que se debería promocionar los productos mediante folletos que pueden ser entregados en los centros comerciales y puntos de venta, donde se pueda observar los modelos y promociones que tienen en la actualidad.
- Es así que se considerará realizar este tipo de promoción y adicionalmente con menor frecuencia anuncios en el periódico para ocasiones especiales como inicio de temporadas o fiestas especiales.

2.8. Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda le permitirá a la empresa identificar de forma cuantitativa la demanda actual e insatisfecha del calzado femenino colombiano que tienen las cadenas de almacenes.

Para el estudio de la demanda es necesario partir de análisis de compra de las cadenas que esta representado en base a la cantidad de pares que compran para surtir a sus locales de acuerdo a la temporada.

2.8.1. Clasificación de la demanda

La demanda de calzado se clasifica de la siguiente manera:

Según su temporalidad → Demanda cíclica o estacional, los diseños del calzado cambian a medida que las estaciones del año lo hacen. Diseñadores realizan sus colecciones dependiendo de la temporada más próxima y los clientes adquieren calzado en función del clima.

Según la cantidad de compra por cliente de cadenas → Cantidad demandada de pares por cliente de cadenas al momento de realizar la preventa.

2.8.2. Factores que afectan a la Demanda.

Existen factores que afectan directamente la demanda del calzado, entre ellas se pueden mencionar las siguientes:

2.8.2.1. Tamaño y crecimiento de la población.

Los varios proyectos inmobiliarios que se ofrecen en las zonas de Quito, las nuevas redes de transporte, la construcción de nuevos centros comerciales que espera superar en tamaño a varios centros comerciales de la ciudad y la construcción de las nuevas Terminal Terrestre han sido las causas del crecimiento poblacional que ha vivido este sector de la ciudad. La distribución poblacional de la ciudad de Quito está cambiando, las preferencias

habitacionales se concentran en los valles y en la zona sur de la ciudad. Por lo tanto, si el tamaño de la población en estos sectores de la ciudad la demanda de calzado aumentará a medida que los habitantes aumenten.

2.8.2.2. Hábitos de consumo.

Cuando se da un aumento en los ingresos familiares los hábitos de consumo suelen cambiar. En primer lugar el consumo de calzado se vuelve ostentoso, los factores de decisión de compra cambian, los consumidores exigen otras características en el calzado, características que le proporcionen distinción.

2.8.2.3. Gustos y preferencias.

Los gustos y preferencias es un factor primordial que afecta a la demanda, los cambios en las preferencias del consumidor pueden aumentar o disminuir la demanda de calzado.

2.8.2.4. Niveles de ingreso.

El adquirir calzado de marca reconocidas implica un desembolso de dinero adicional que cuando se compra calzado cuyas marcas no son reconocidas, por lo tanto el nivel de ingresos de una persona afectarán inevitablemente la demanda del producto que ofrecerá la importadora. Si el nivel de ingresos de las personas le permite adquirir este tipo de prendas, entonces la demanda aumentará, de otro modo, la demanda se verá afectada y disminuirá.

Por otro lado, los atributos del calzado solo tendrán que satisfacer las necesidades del consumidor final, también deben superar sus expectativas en cuanto a diseño y calidad, de tal forma que el precio del calzado no sea el factor primordial para la decisión de adquirir calzado de marcas reconocidas.

2.8.2.5. Comportamiento Histórico de la Demanda.

A medida que han cambiado los gustos y preferencias en cuanto a calzado de marcas internacionales la demanda de este producto ha aumentado. Esto se puede observar en el volumen de importaciones de calzado al país.

2.8.3. Demanda actual.

La demanda actual está dada por la cantidad de pedido que realizan los clientes de cadenas en el momento que la importadora realiza la preventa como lo muestra la siguiente tabla.

Tabla 18: Demanda Actual

Cliente	No Locales	Ciudades	Locales a Surtir	Cantidad Pares * Local	Cantidad Modelos Sección Sandalia	Cantidad Destinada a Calzado Nacional	Cantidad Destinada a Calzado Importado	Total Pares * Modelo y Color	Total Pares * Preventa	Total Pares * Año
Pony Store	20	8	10	12	20	10	10	120	1200	2400
Etafashion	17	5	7	12	25	12	13	84	1092	2184
De Prati	8	2	4	12	30	10	20	48	960	1920
Totales	45		21		75	32	43	252	3252	6504

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis

En la tabla podemos ver que el total de locales de las tres cadenas es de 45 locales de los cuales se surten 21, la cantidad de modelos por sección de las tres cadenas es de 75 y se destina 43 modelos al calzado importado, el total de la demanda al año es de 6504 pares por parte de las tres cadenas este total se divide para las dos preventas al año dando como resultado 3252 pares para cada una de las preventas.

Interpretación

Este análisis me permite ver el total de la demanda de estas tres cadenas, pero hay que tomar en cuenta que el capital de la importadora es de \$35000 dólares lo que le permite satisfacer el 50% de la demanda de calzado importado las tres cadenas es decir un promedio de 1626 pares por temporada.

2.8.4. Proyección de la demanda.

La vigencia del estudio de mercado para la Importadora de Calzado Femenino Colombiano se ha determinado para 5 años, por lo tanto la proyección de la demanda se realizará para el mismo tiempo. A medida que el número de habitantes aumenta, la demanda de calzado

también se incrementará. Las tasas de crecimiento de la población en el Ecuador según el INEC determinan que el Ecuador ha tenido un incremento promedio de 3,65% anual a partir del censo realizado en el año 2001.

El método utilizado para determinar la demanda futura del calzado en el Ecuador fue la proyección mediante tasa de crecimiento geométrico:

Formula:

$$P_n = P_o (1+r)^n$$

Donde:

P_n = Población para el año n

P_o = Población inicial

r = tasa de crecimiento poblacional

n = período

Tabla 19: Proyección de la Demanda Anual

Año	(unidades)
2011	6504
2012	6741
2013	6987
2014	7242
2015	7507
2016	7781

Elaborado por: El Autor

2.9. Análisis de la Oferta.

El análisis de la oferta le permite a la empresa identificar la competencia actual y la evolución de la misma.

Para el análisis de la oferta también es necesario partir del análisis de la capacidad de producción del fabricante o exportador y recurso económico con el que cuenta la importadora, para realizar proyecciones que le permita a la empresa plantear estrategias ante los efectos de un posible aumento de la oferta.

2.9.1. Clasificación de la oferta.

Dependiendo del número de competidores se pueden determinar los siguientes tipos de oferta:

Oferta competitiva.- También conocido como mercado libre, donde existen infinidad de oferentes.

Oferta oligopólica.- La oferta oligopólica se da cuando existen pocos oferentes de un producto o servicio, por lo tanto existen mayores dificultades para la entrada y salida de la competencia.

Oferta monopolica.- Este tipo de oferta se caracteriza por la existencia un solo proveedor de un bien o servicio determinado. Por ser el único oferente tiene el poder de imponer precios, cantidad y calidad.

La oferta de calzado femenino colombiano de marcas Juliethy, Santini Guga, Pielini, no tiene competencia con otro importador Ecuatoriano ya que la importadora compra directamente al fabricante colombiano y de contado de tal manera que el mismo fabricante colombiano le a dado la exclusividad de distribución en Ecuador ya que la capacidad de producción de las tres empresas colombianas no pasa de 5000 pares mensuales de los cuales el 30% lo destinan a la exportación.

En otros sectores y provincias del Ecuador el número de ofertantes de calzado es grande, pero no todos están calificados como proveedores de las tres cadenas de almacenes ya que las políticas de venta son distintas a las exigidas por las cadenas como es el plazo y la disposición de poder elegir la numeración y cantidad de pares que demanda cada una de ellas.

2.9.2. Factores que afectan a la Oferta.

La oferta se ve afecta por ciertos factores que se detallan a continuación:

2.9.2.1. Capacidad de producción de los Fabricantes Colombianos.

La capacidad de producción de los tres fabricantes de calzado en Colombia no supera los 5000 pares mensuales y el porcentaje que lo destinan para la exportación.

2.9.2.2. Número y Capacidad de Importación de la Competencia.

Según los datos secundarios obtenidos de cada uno de nuestros clientes determinamos que Etafashion cuenta con 8 proveedores importadores de calzado de los cuales 3 son de calzado Nacional, 1 de calzado Brasileiro, 2 de calzado Chino y 2 de calzado Colombiano entre los que se encuentra la importadora.

2.9.2.3. Capacidad de Inversión Fija

La capacidad de inversión afecta a la oferta en lo que se refiere a la solvencia de capital para cubrir un determinado pedido.

2.9.2.4. Precio de los Productos Complementarios

Si el precio de los productos complementarios aumenta, entonces los consumidores tendrán que fraccionar su presupuesto destinado para la compra de ropa entre estos productos.

2.9.3. Comportamiento Histórico de la Oferta.

La oferta de calzado es reconocido en todo el país, ya que ingresa de distintos países como, Colombia, Perú, China, entre otros.

Con las nuevas medidas implantadas por el gobierno a los productos importados hacen que los importadores ya no importen calzado sino otra línea de productos esto beneficia a la importadora de calzado colombiano ya que por las preferencia arancelarias que hay entre los dos países toda mercadería que sea elaborada en el país y emita el certificado de origen no pagara arancel ni salvaguardas.

2.9.4. Oferta Actual

Para el análisis de la oferta actual de calzado femenino colombiano se determinará el volumen de producción de las fábricas de calzado colombiano, el porcentaje de la producción destinado a la exportación y su porcentaje de crecimiento al año.

Tabla 20: Oferta Actual

Cliente	Producción Mensual	% de Exportación	Producción Exportable	Exportación al año	% de Crecimiento al Año
Santini Guga	5000	20%	1000	12000	10%
Juliethy	5000	20%	1000	12000	12%
Pielini	5000	20%	1000	12000	6%
Total Producción	15000	Total Exportable	3000	36000	9,33%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

Análisis

En la tabla podemos ver que el total de la producción de los tres fabricantes es de 15000 pares mensuales y la oferta exportable es del 20% es decir 36000 pares al año y de 3000 pares mensuales con un crecimiento anual de 9,33%.

Interpretación

Este análisis me permite ver que los proveedores o fabricantes si pueden cumplir con la demanda de los clientes de la importadora, tomando en cuenta que la importadora cuenta con un capital limitado el cual le permitiría adquirir en promedio 1626 pares cantidad que cualquiera de los tres fabricantes lo realizaría en un promedio de 30 días.

2.9.5. Proyección de la Oferta.

La vigencia del estudio de mercado para la Exportación de Calzado Femenino Colombiano se ha determinado para 5 años, por lo tanto la proyección de la Oferta se realizará para el mismo tiempo. A medida que los productores tienen un porcentaje de crecimiento anual se realiza un promedio entre los tres para proyectar su oferta exportable.

El método utilizado para determinar la Oferta futura de exportación de calzado colombiano es la proyección mediante tasa de crecimiento geométrico:

Formula:

$$P_n = P_o (1+r)^n$$

Donde:

P_n = Población para el año n

P_o = Población inicial

r = tasa de crecimiento poblacional

n = período

Tabla 21: Proyección de la Oferta Exportable

Año	(unidades)
2011	36000
2012	39359
2013	43031
2014	47046
2015	51435
2016	56234

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

2.9.6. Determinación de la Demanda para el Proyecto.

El objetivo de la empresa es atender inicialmente el 46,13% de la demanda total de las tres cadenas es decir 1500 pares y proyectarse a satisfacer la demanda de una nueva cadena o cliente anualmente ya que la oferta exportable de los fabricantes así lo permite.

CAPITULO III

PLAN DE NEGOCIOS

Uno de los objetivos principales del presente capítulo, es la estructuración legal, organizacional y administrativa de la empresa, que se dedicara a la Importación de Calzado Femenino Colombiano, mediante una adecuada organización, planeación y control de los recursos en las áreas que la integran, con el fin de cubrir las necesidades del mercado, en el tiempo oportuno.

Con la estructuración se busca alcanzar los siguientes resultados:

- Que JGM Importadora reúna todas las cualidades posibles de alto nivel de competitividad dentro del mercado.
- Que JGM Importadora sea una empresa con estructura solida y con las condiciones necesarias para recibir un préstamo bancario si así lo requiere.
- Que JGM Importadora sea reconocida por los almacenes y cadenas de almacenes como una empresa que importa, calidad y moda femenina.

3.1 Estructuración Legal de JGM Importadora.

3.1.1 Marco Legal.

La Importadora de Calzado se acogerá a la normativa legal ecuatoriana vigente para poder constituirse como tal y ejercer las funciones de importadora de calzado sin inconvenientes.

Para la aplicación de este proyecto nos acogeremos a las siguientes leyes:

3.1.1.1 Código de Comercio

El código de comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

3.1.1.2 Código Tributario.

“Los preceptos de este Código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos.

Para estos efectos, entiéndase por tributos los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales o de mejora.”

3.1.1.3 Ley de Producción y Competitividad.

La importación se deberá sujetar a la Ley de Producción y Competitividad según el registro oficial # 351 del 20 de noviembre del 2010 y entro en vigencia a partir del 01 de enero del 2011, la misma que regula la relación jurídica entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías dentro del territorio aduanero y establece en el Art, 111 la obligatoriedad del pago de tributos al comercio exterior, en el art. 110 la base imponible, en el Art. 138 la obligatoriedad y plazo para la declaración aduanera, en Art. 147 del régimen de importación a consumo, disposiciones que serán aplicadas en el desarrollo del presente trabajo.

3.1.2 Constitución de la Importadora.

La creación de la empresa importadora de calzado, esta constituida por un solo dueño y propietario quien es reconocido como persona natural y se acogerá a la Ley de el Código Tributario y al Código de Comercio Ecuatoriano.

Requisitos:

- Cedula de Ciudadanía.
- Registro Único de Contribuyentes RUC
- Obtención de la Matricula de Comercio
- Patente Municipal

3.1.3 Identificación de la Importadora.

Nombre del Propietario: Giovanni Javier Malla Malquin

Razón Social: JGM Importadora

RUC: 1715914709001

Actividad Económica: Venta al por mayor de otros productos diversos para el consumidor.

Ubicación: Quito, calle Olmedo Oe8-75 y mire (Centro Histórico)

Teléfono: (2) 2289767

Aspectos Legales: Declarante / No Retenedor

3.2 Estructuración Administrativa.

Se plantea crear diferentes áreas, como el área administrativa, a través de la cual se obtendrá diversos análisis e implementación de estrategias que permitan establecer una cultura organizacional dentro de la importadora.

3.2.1 Plan Estratégico.

Dentro del plan estratégico, JGM Importadora obtendrá una definición adecuada de sus elementos como la misión, visión, objetivos generales y específicos, valores institucionales.

Además se requiere de la implementación de procedimientos para el cumplimiento de los mismos con el fin de conseguir un eficiente proceso administrativo.

3.2.1.1 Misión.

JGM Importadora, Importa Calzado Femenino Colombiano, incorporando siempre las últimas novedades y tendencias del sector, distinguiéndose por el compromiso de satisfacer las necesidades de sus clientes, bajo principios de calidad, servicio, cumplimiento y respeto.

3.2.1.2 Visión.

JGM Importadora aspira convertirse en un icono en la Importación de Calzado Femenino Colombiano de moda, importando un producto que exceda las expectativas de sus clientes, esperando ser reconocida por su producto, calidad, cumplimiento y puntualidad.

3.2.1.3 Objetivo General.

Alcanzar niveles altos de competitividad dentro de la Importación de Calzado Femenino Colombiano a través de la optimización de recursos, y la satisfacción permanente de los clientes.

3.2.1.4 Objetivos Específicos.

Los objetivos específicos propuestos para la Importación de calzado son:

- Establecer controles en la logística y proceso de Comercio Exterior.
- Proteger legalmente las marcas de los productos importados.
- Posesionar las marcas de calzado importado en las mejores cadenas de almacenes a nivel nacional.
- Mantener un control económico mediante el análisis de estados financieros.
- Aumentar la participación de la importadora en el mercado, captando oportunidades atractivas de crecimiento.
- Implementar nuevas líneas de producto dentro de la línea del calzado.
- Mantener un flujo positivo de efectivo todos los años.

3.2.1.5 Valores Institucionales.

- **Respeto:** Buscamos constantemente mantener la armonía en la relación con compañeros de trabajo, clientes y proveedores.
- **Honestidad:** Siendo íntegros para recibir a cambio la confianza de clientes internos y externos.
- **Responsabilidad:** Cumplimos de manera oportuna y precisa con las actividades propias de cada puesto para escalar y llegar a las metas fijadas
- **Innovador:** Promovemos el cambio permanente en nuestros procesos, productos y servicios como el medio más importante para cumplir las expectativas de los clientes.
- **Espíritu de Servicio:** Promovemos el trabajo con ánimo positivo, de esta manera cumplir con el compromiso de servicio que refuerza la confianza de nuestros clientes.
- **Visionario:** Buscamos oportunidades en el presente para el futuro. Promovemos el

desarrollo de la tecnología comercial en beneficio de clientes, colaboradores y accionistas

3.2.1.6 Políticas Internas.

Regular y controlar el funcionamiento de la importadora; es por ello que en el momento de su crecimiento o desarrollo se hace necesario implementar políticas internas.

A continuación se plantean las siguientes políticas internas a instaurarse, las cuales deben responder a la necesidad de la importadora, por esto se prevé complementarlas y modificarlas cuando se considere prudente.

- **Recurso Humano.**

- Todo el personal de la importadora estará comprometido con la misión, visión y objetivos establecidos.
- El ingreso y salida del personal esta en un horario establecido de 8:00 a.m. a 17:00 p.m. de Lunes a Viernes y de 8:00 a.m. a 14:00 p.m. los días sábados.
- Se llevará un control de la asistencia del personal y del desarrollo de sus actividades.
- Equidad en lo relacionado a incentivos y trato.
- Realizar capacitaciones continuas al personal de la importadora.
- Dotar a los empleados de los implementos necesarios para el desarrollo de las actividades.

- **Administrativo.**

- Mantener un registro de los documentos recibidos y enviados dentro o fuera de la importadora.
- Llevar un control regular de estados financieros.
- Presentar informes periódicamente al Servicio de Rentas Internas.
- Desarrollar un manual que determine las funciones del personal.
- Establecer y hacer cumplir el reglamento interno a los empleados.
- Mantener contacto con los proveedores para la adquisición de calzado y el

pago respectivo.

- Mantener contacto con los clientes para la entrega de calzado y el cobro respectivo.

- **Financiero.**

- Los sueldos y salarios del personal estarán señalados de manera fija, en el caso de los ejecutivos y a comisiones en el volumen de calzado distribuido en el caso de los vendedores.
- Se establece la siguiente política de cobranza:
- 10% de descuento si el pago se lo realiza en un máximo de 15 a 30 días, para ser partícipe del descuento, se aceptarán, cheques, en el plazo máximo establecido.
- Esta propuesta ha sido elaborada tomando como base que la importadora tiene períodos en los que necesita liquidez, es por ello que se plantea una propuesta que brinde beneficios para la importadora y el cliente.
- El pago máximo de la mercadería será de treinta, sesenta y noventa días, en cheque
- Si el empleado requiere de un adelanto de su salario en la semana, en el caso de los vendedores, este no será mayor al equivalente de lo entregado en el periodo; mientras que para el personal con sueldo fijo, será un máximo del 50% de su sueldo.

- **Compras.**

- No se mantendrán negociaciones con solo un proveedor de calzado.
- Los proveedores deberán emitir todos los documentos de exportación.
- El pago a los proveedores se lo podrá realizar a través cartas de crédito, transferencias bancarias, tomando en cuenta que las compras se las realiza, 50% al momento de realizar el pedido y el 50% al momento en que la mercancía esta lista con todos los tramites de exportación en frontera.
- En el caso de recibir calzado en mal estado se procederá de manera inmediata a la devolución de los mismos.

- Los pedidos realizados por los clientes serán entregados en el lugar y fecha señalada.
 - Realizar constantemente viajes a Ferias Internacionales en Colombia para tener modelos de calzado de acuerdo a la temporada en curso.
- **Comercial.**
 - La publicidad será realizada través de la comunicación escrita e informática (catálogos).
 - Establecer promociones de manera regular.
 - Asistencia a ferias del sector en Colombia y Ecuador de manera continúa.
 - Presentaciones en exposiciones relacionadas al sector en el Ecuador.
 - Realizar un estudio de mercado continuo.
 - Realizar preventas de nuevos diseños de calzado a los clientes según las temporadas.

Es necesario que todo el personal que forma parte de la JGM Importadora conozca, se familiaricen y practiquen las políticas de la importadora, por ello como propuesta de estructuración se ha elaborado un reglamento interno para promover un ambiente con respeto y en cumplimiento de responsabilidades. (Ver Anexo 10)..

3.3 Estructura Orgánica.

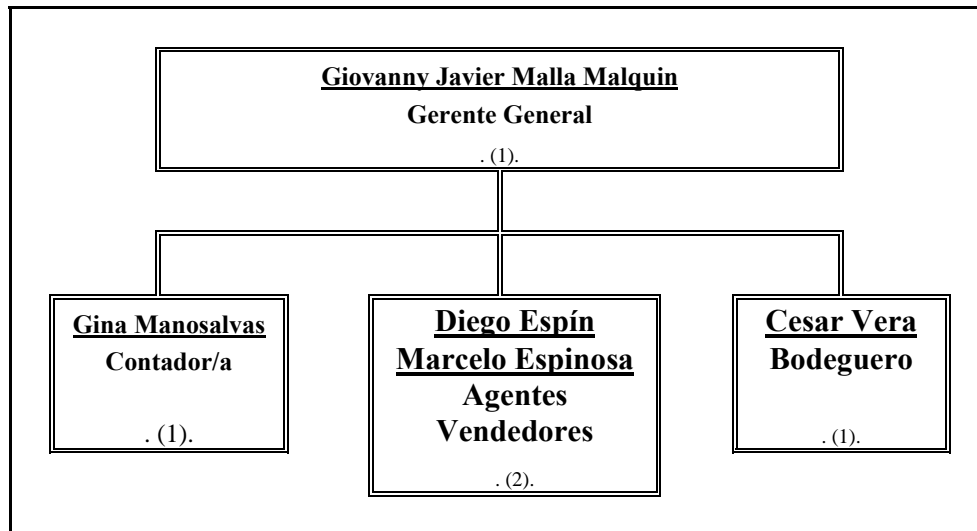
La estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella.

Es de gran importancia tener clara esta jerarquización pues permite identificar quién da las órdenes, coordinar las tareas y dividir adecuadamente el trabajo evitando duplicidad de funciones.

Como propuesta de estructuración administrativa se procedió a diseñar un organigrama que contenga un nivel óptimo de jerarquías, que defina con claridad las funciones de cada miembro y garantice que las relaciones entre ellos se encuentren adecuadamente

establecidas; además en base a la nueva estructura se ha elaborado un manual de funciones que el personal deberá asumir para centrar sus esfuerzos en objetivos y responsabilidades claras.

Grafico: 20 Organigrama JGM Importadora



Elaborado por: El Autor

La organización funciona en base de la Gerencia por Objetivos, elabora presupuestos económicos, monetarios y desarrollará planes operativos, controlará constantemente el cumplimiento de los planes, programas, analiza las desviaciones del presupuesto y demanda justificaciones en caso de existir diferencias negativas de las cuentas de ingresos y egresos.

El manual de funciones se usará como instrumento dinámico y será el resultado de la participación del gerente con los demás departamentos.

En el manual se definirá lo siguiente:

- Objetivos de administración, recursos humanos, finanzas, importación y mercadeo.
- Políticas generales de la empresa para todas las áreas.
- Organigrama general de la Importadora.
- Metas a cumplirse por el gerente y jefe departamental.
- Detallar las funciones de cada uno de los cargos.
- Definir los principales procedimientos a seguirse en cada departamento.

3.3.1 Manual de Funciones.

El manual de funciones contiene la descripción de cada uno de los cargos actuales de la empresa, con su respectiva identificación, funciones y requisitos.

Deberá ser objeto de revisiones secuenciales por cuanto debe ser flexible a los cambios que se produzcan en la importadora

Propósito:

El manual de funciones será utilizado en el proceso de contratación de nuevo personal y en el proceso de evaluación del desempeño, además, permitirá que el titular de cada uno de los cargos tenga claro lo que se espera obtener de él en el puesto de trabajo. (Ver Anexo 11).

3.3.2 Imagen Corporativa.

3.3.2.1 Nombre de la Empresa.

JGM
IMPORTADORA

Se eligió las iniciales invertidas del nombre de propietario de la importadora más la inicial de su apellido JGM (Javier Giovanni Malla), acompañado de la palabra Importadora, por que es fácil de pronunciar, reconocer, recordar, es distintivo y fácil de traducir en otros idiomas.

3.3.2.2 Logotipo.



- **Tipografía Corporativa.**

La tipografía utilizada en el eslogan es Brush Script MT por su forma y fácil comprensión, impacta y se conjuga con el entorno, haciendo que las personas puedan distinguir las palabras con una fácil visualización, sin cansar la vista.

- **Fondo.**

Use en celeste por que resalta más al color azul y rojo, tome en cuenta su significado “CONFIANZA”, el rojo en los filos por que es un color provocador se amortigua al mezclarse con el celeste y se activa al mezclarse con el azul, incentiva a comprar.

- **Color del Nombre de la Empresa.**

Lo coloque en dos colores azul y rojo por su contraste y por que el color azul activa al rojo.

- **Símbolo.**

Es circular resaltando su filo, dando más presencia y elegancia a la marca.

3.3.2.3 Slogan.

Siempre de Moda

Lo coloque en dos colores azul y rojo por su contraste y por que el color azul activa al rojo, así le da un aspecto mas formal al significado del eslogan.

3.3.2.4 Documentos de Control Interno.

- **Orden de Pedido. Tamaño: A4 21 X 29.7 CM.**

Este documento servirá de apoyo para la planificación del pedido y lo maneja el jefe de ventas, se la emplea al haber aceptado el cliente realizar el pedido de calzado.

En la orden de pedido debe constar la firma del agente vendedor y la del cliente, como indicador de que se ha aceptado las características de calzado indicadas en dicha orden, esto con la finalidad de definir el calzado que JGM Importadora debe importar y evitar reclamos futuros innecesarios, la presentación del formato se la plantea en el anexo 12.

- **Guía de Remisión Tamaño: A4 21 X 29.7 CM.**

Este documento es exigido por servicio de rentas internas SRI para la movilización de la mercancía dentro del territorio ecuatoriano, se la emite al momento que la mercancía sale de las bodegas de importadora con destino a la agencia de transporte nacional de carga, la presentación del formato se la plantea en el anexo 13.

- **Notas de Crédito Tamaño: A4 21 X 29.7 CM.**

Este documento se lo emite al momento que el cliente a realizado una devolución por cualquier concepto y siempre y cuando el cliente ya haya terminado de cancelar el valor de mercancía devuelta, el valor corresponderá al total de la devolución y será canjeado al momento que el cliente realice otra compra en la Importadora, la presentación del formato se la plantea en el anexo 14

- **Sobre Tamaño: N°.- 6 ¾ 16.5 x 9 cm.**

En el sobre contiene un membrete el cual debe contener toda la información de importadora con el fin de que sirva de guía al momento de realizar un envío con documentos a algún cliente o institución, la presentación del formato se la plantea en el anexo 15.

- **Factura Tamaño: A4 21 X 29.7 CM.**

Este documento es exigido por servicio de rentas internas SRI como registro de las mercancías vendidas y control de que en esta venta se hayan pagado el 12% de impuesto al valor agregado IVA, este documento sirve tanto al vendedor como al comprador como documento irremplazable para el pago de sus impuestos, la presentación del formato se la plantea en el anexo16.

- **Hoja Membretada Tamaño: 20 x 28 cm.**

La hoja membretada debe contener toda la información de importadora con el fin de que sirva de guía al momento de realizar una proforma, solicitud, autorización, entre otras con el fin de que tenga una buena presentación ante el cliente o institución, la presentación del formato se la plantea en el anexo 17.

- **Tarjeta de Presentación Tamaño: 9 x 5 cm.**

La Tarjeta de presentación debe contener información básica de la persona quien la emite este puede ser el gerente, vendedor, ya que son las personas que mantiene contacto con los clientes y son quienes representan a la Importadora, la presentación del formato se la plantea en el anexo 18.

3.3.3 Implementación de Tecnología.

Es necesario mantener registros ordenados de los factores más importantes que están ligados a la importadora, para ello se propone el uso de un programa informático como *Access*, que permita archivar toda información relevante respecto a:

- **Clientes.**

Resulta necesario tener un registro de todos los clientes de la fábrica, con información básica como su teléfono, dirección, e-mail, persona encargada así también se debe incluir información sobre su capacidad de pago, fechas de entrega, deudas pendientes, niveles de pedidos ordenados y demás observaciones que faciliten un control de la cartera de clientes.

- **Proveedores.**

Es importante tener un registro de los proveedores actuales y de otros posibles proveedores de calzado, con el fin de poder acudir directamente a ellos, la información a incluir debe contener: número de teléfono, dirección, tipo de crédito, descuentos que manejan, precios, compras que se le haya realizado, descripción del producto que venden.

- **Productos.**

Se debe elaborar un formato de información de todas las líneas de calzado y los respectivos modelos en cada una de ellas, se debe incluir foto del modelo, su código, los colores a emplear, planta en la que se fabrica y sus alternativas, costo de fabrica, el precio de venta, tiempo de fabricación, unidades vendidas. Esta información permitirá tener un catálogo de forma digitalizada de todos los productos que ofrece la Importadora, de tal manera que se puede elaborar de forma más ágil folletos para la presentación a sus clientes.

- **Ventas.**

Este apartado incluye información sobre las ventas que se han realizado, pedidos

defectuosos, problemas que se hayan tenido posteriores a la venta, reclamos presentados y demás información que sirvan de base para buscar mejoras en el desempeño de la importadora y en la satisfacción de sus clientes.

- **Documentos.**

Se deben registrar todos los documentos que se manejan internamente durante el proceso de pedido, pago y entrega, de tal forma que facilite la realización de reportes de compras y ventas.

3.3.4 Reportes.

Se establece la presentación de reportes que incluya toda información relevante de la Importadora, con el fin de facilitar la toma de decisiones y de llevar un control de los procesos internos. Este reporte será presentado de forma mensual y servirá de base para conocer la situación económica de la Importadora, sus debilidades, los cambios que se deben realizar, la demanda, la capacidad de oferta y demás aspectos estratégicos y financieros.

Tabla 22: Reportes Propuestos

Persona Encargada	Reportes
Bodega	Inventario Mercadería
	Faltante de Mercadería
Agente de Ventas	Cobranzas realizadas y pendientes del mes
	Ventas totales y por cliente
	Pedidos entregados
Contador	Estado de resultados
	Flujo de caja
	Pago de sueldos y salarios
	De Importaciones

Elaborado por: El Autor

3.4 Estructuración Operativa.

Se establecerán métodos para corregir los errores que haya en el proceso operativo de la Importadora, las falencias que existan en cada actividad así como también mantener un mejor control de los recursos de tiempo y personal de la Importadora. Además se elaborarán estrategias para mejorar la distribución y comercialización del producto.

3.4.1 Recursos Operacionales.

Uno de los recursos de la estructuración es el recurso humano, para lo cual se establecen procedimientos y control de la eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones

3.4.1.1 Recurso Humano.

Ninguna organización puede alcanzar el éxito sin un adecuado nivel de compromiso y esfuerzo de todos sus miembros, sobre todo en estos tiempos donde los retos que impone la globalización de los mercados, obligan a las empresas e instituciones a aprovechar en mayor grado la iniciativa y creatividad de sus colaboradores.

Es por esto que se capacitara a los empleados en la medida que se lo requiera. Primeramente se coordinarán las necesidades con objetivos de aprendizaje específicos, se deberán definir desde el principio los elementos para evaluar el cumplimiento y poder llevar un control de las actividades.

A los empleados sugerimos una capacitación que abarque:

- **Vendedores**
 - Técnicas de venta, negociación y comunicación.
 - Presentación personal.
 - Métodos de seguimiento para el cliente.

- **Contador**
 - Método de registros contables.

- Análisis de documentos de control.
- Análisis de estados e índices financieros

Para la importación también se requerirá básicamente un agente de aduanas que tenga conocimientos en: clasificación arancelaria, temas aduaneros y/o comercio exterior, legislación aduanera y valoración de mercancía hay que aclarar que el pago al agente entra en los gastos de importación y este no pertenece al organigrama de la empresa.

3.4.2 Proceso Operativo.

3.4.2.1 Bodega.

Para el almacenamiento de la mercadería existen tres bodegas de 6m de largo x 6m de ancho en el segundo piso de la casa ubicada en la calle Olmedo Oe8-75 y mire en Quito, donde se almacena la mercadería Importada y cierta cantidad de producto no distribuido.

3.4.2.2 Inventario.

La Importadora está en un proceso de venta y preventa continua de calzado, por lo tanto en los planes de venta se debe considerar las muestras de temporada y el porcentaje de acogida de estos productos con el objetivo de realizar el pedido en el menor tiempo y el despacho con agilidad y puntualidad ya que se conoce lo que existe en la Importadora.

3.4.3 Plan Táctico.

3.4.3.1 Penetración del mercado.

Expansión de esfuerzos de mercadeo para incrementar las ventas en las cadenas de almacenes a nivel nacional de Calzado Femenino Colombiano.

- Identificar diferentes oportunidades de utilización en base a la búsqueda de nuevos conceptos: línea ejecutiva, línea casual, línea de hombre.

- Referenciar los precios como elemento de diferenciación
- Organizar acciones promocionales

3.4.3.2 Marketing Mix.

Se desarrollarán las estrategias para cada uno de los factores que integran el marketing mix, producto, precio, plaza (distribución) y promoción (comunicación).

3.4.3.2.1 Estrategia de Producto.

La finalidad de una Importadora es satisfacer a los consumidores y, al hacerlo, obtener una ganancia, es por esto que JGM Importadora buscará:

- Diferenciarse por la calidad y moda del calzado Importado.
- Importar modelos conservadores para la línea de zapatos de oficina que siempre son solicitados por diseño y comodidad.
- En las demás líneas estar siempre a la vanguardia de la moda, ofreciendo nuevos diseños originales y atractivos para captar el interés de los actuales y potenciales clientes.
- Ajustar los productos a los requerimientos y necesidades del segmento de mercado que los demandarán.
- Desarrollar el concepto de calzado colombiano cómodo y de moda, por su calidad, sus diseños y su innovación tecnológica.

3.4.3.2.2 Estrategias para el Precio.

Lanzar al mercado un nuevo producto con un margen de utilidad bajo, para de ese modo lograr una rápida penetración, una rápida acogida, o para ser rápidamente conocido.

- Optar por un precio dumping (precio por debajo de la competencia), pero sólo mientras dure una campaña promocional por fin de temporada.

- Los pagos se realizarían al contado las 3 primeras compras, a partir de esa trabajaríamos de 30, 60, 90 días de plazo con cheque dependiendo del monto
- Esta propuesta ha sido elaborada tomando como base que la importadora tiene períodos en los que necesita liquidez, es por ello que se plantea una propuesta que brinde beneficios para la importadora y el cliente.

3.4.3.2.3 Estrategias para la Plaza.

La plaza para nuestro producto son las cadenas de almacenes con locales en Quito u otras ciudades, ya que la mayoría de cadenas tienen locales en los centros comerciales que son los preferidos por los consumidores finales para adquirir calzado de buena calidad, con esto aseguramos que nuestro producto se encuentre bien posicionado y con la infraestructura adecuada dentro de un centro comercial o ciudad.

3.4.3.2.4 Estrategias para la Promoción.

Esta estrategia consiste en comunicar, informar, dar a conocer la existencia del producto a los consumidores, así como persuadir, motivar o inducir su adquisición o compra.

- Ofrecer descuentos por cantidad, o descuentos por temporadas.
- Poner anuncios en diarios, revistas o Internet.
- Crear afiches, volantes, folletos o calendarios publicitarios.
- Ofrecer vía telefónica nuestros productos a posible clientes

3.4.3.3 Cadena de Distribución

La cadena de distribución explica cómo llega el producto al consumidor final, en nuestro caso la empresa importadora de calzado, utilizará una cadena de distribución a clientes mayoristas, es decir, realizara distribución selectiva a lugares o puntos de venta estratégicos de la ciudad como las Cadenas de Almacenes y Zona Centro, Norte, Sur y los Valles.

Utilizara los medios de transporte de carga y se servicio de entrega con flete al cobro entre ellos tenemos a UNITRANSA y ENETSA.

3.4.3.4 Determinación de Márgenes de Precios

Para la determinación del precio de los productos se deberá tomar en cuenta, los costos de importación dentro de los cuales se encuentran los aranceles, valores que deben ser pagados en la aduana que son:

- Ad valorem, que es el 10% adicional del total de la importación.
- FODONGA (Fondo de desarrollo para la infancia) que es el 0.5% CAF (costo seguro y flete)
- IVA (Impuesto al valor agregado) y se calcula $(CIF + Ad\ valorem + FODINFA) * 12\%$.
- Salvaguarda que es \$6 dólares por par importado.

Estos cálculos son para toda importación de calzado que NO provenga de la Comunidad Andina de Naciones CAN, en nuestro caso solo cancelamos el IVA ya que la mercancía viene con certificado de origen colombiano y se estima obtener un margen de utilidad del 30% por prenda de vestir.

CAPITULO IV

NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

Conociendo la importancia de la Negociación Internacional en el presente capítulo se detallará las etapas, técnicas y habilidades necesarias para la negociación, se definirán los términos y condiciones de un contrato de importación, INCOTERMS 2010, y el transporte internacional de las mercancías temas que todo importador debe de conocer antes de hacer una importación desde cualquier parte del mundo y sin importar el producto.

4.1 Etapas del Proceso de Negociación.

El Importador antes de la negociación debe plantearse una situación en la que no se conoce con quién se va a negociar, para ello puede guiarse con las siguientes seis etapas.

- **Toma de contacto.**

Se trata de identificar quién va a ser la empresa o entidad con la cual se va a negociar y, de acceder a ella, es decir de conseguir una entrevista.

- **Preparación.**

Incluye las gestiones que hay que realizar antes de sentarse en la mesa de negociaciones. Consiste en obtener información que nos permita fijar posiciones.

- **Encuentro.**

Es el tiempo que transcurre, en la primera reunión o en reuniones sucesivas, que las partes utilizan para conocerse antes de empezar a negociar. La finalidad es crear un clima de confianza y despertar interés en la otra parte.

- **La propuesta.**

Marca el inicio de la negociación propiamente dicha. Una de las partes (generalmente, el vendedor) establece los términos en los que pretende que se realice el negocio.

- **Discusión.**

Consiste en el acercamiento de posiciones para llegar a un acuerdo. Es la fase más intensa y en la que los negociadores utilizan la mayoría de las técnicas de negociación, especialmente las concesiones.

- **Cierre.**

Es la fase de mayor incertidumbre y tensión. Consiste en llegar a un acuerdo o, bien, en abandonar la negociación.

El tiempo, la dedicación y el esfuerzo que se dedique a cada una de las etapas serán distintos en cada negociación.

4.2 Técnica de Negociación.

En la práctica del Comercio Internacional se debe conocer una gran variedad de técnicas y/o disciplinas que se requerirán para operar exitosamente en actividades de Importación y Exportación indistintamente.

La Negociación Internacional, es siempre el primer paso administrativo que se cumple para realizar una transacción internacional y demanda experiencia y conocimiento de la Legislación Internacional, especialmente en materia de:

- Terminología convencional Internacional
- Legislación y normatividad internacionales (salvaguardas, normas, etiquetado).
- Técnicas de empaque, embalaje y acondicionamiento del producto para el transporte.
- Técnicas y normas de transporte (costeo por vías, construcción de tarifas o itinerarios, manejo de alternativas, disposiciones legales, entre otras.);
- Técnicas de seguros de transporte de mercancías; entre otras.

Es necesario conocer estas técnicas ya que cualquier agente u operador económico autorizado, puede resultar seriamente afectado económicamente, si su negociación no ha sido cuidadosamente planeada y conducida.

4.2.1 Aspectos a Negociar en Operaciones Internacionales.

Una Negociación Internacional de Calzado Femenino Colombiano, siempre se podrá desglosar en una serie de puntos que se deberán negociar para llegar al acuerdo final, así tenemos al precio que como norma general, cuanto más compleja es la negociación menor será la importancia que se atribuya al precio.

A continuación se exponen los aspectos básicos a negociar en la compra de calzado femenino.

- Tipo y gama de producto.
- Calidad.
- Cantidad.
- Precio.
- Condiciones de entrega.
- Condiciones y medios de pago.
- Plazo de entrega.
- Servicios complementarios.

4.2.2 Conocimientos y Habilidades Necesarias para Negociaciones Efectivas.

"La calidad de la negociación se mide por el impacto y la influencia que ejerzamos en la contraparte y no sólo por la intención que tengamos en la misma" Berlew y Moore (1987).

Para ser efectivos en una negociación se requiere una serie de conocimientos y habilidades imprescindibles. Entre las que se destacan:

4.2.2.1 Habilidades de Relación Interpersonal.

Las negociaciones en Colombia no deben ser un debate, el propósito del negociador debe ser influir, persuadir y convencer a la parte contraria. Para ello, es imprescindible que el negociador se pertreche de una metodología que le permita:

- Conocer y mostrar sus fuerzas.

- Administrar sin mostrar sus debilidades.
- Solucionar conflictos.
- Conocer a la otra parte y sus necesidades.
- Presentar argumentos de acuerdo con las características conductuales del otro negociador.
- Comportarse de tal manera que genere confianza.
- Saber escuchar, comunicar.
- Crear un clima de cooperación entre los negociadores.
- Buscar incrementar su grado de flexibilidad, lo que implica capacidad para colocarse en el lugar del otro y aceptar cambios.

La sentencia de Sócrates "conócete a ti mismo" se adelanta a cualquier consejo de esta naturaleza en el terreno de las negociaciones.

Tener éxito en una negociación no significa necesariamente presionar para obtener más dinero o un mejor precio, sino promover los intereses en su totalidad, lo cual puede incluir, además de dinero y bienes materiales, también la satisfacción de necesidades espirituales como:

- La capacidad de persuasión.
- La capacidad de discutir de manera provechosa.

Conocimiento de su Propio Negocio.

El importador debe tener el mayor conocimiento posible acerca del área de la negociación, para ello deberá desarrollar y obtener:

- La mayor información posible acerca del Calzado, calidad, estilo, tendencia moda.
- Datos relativos al mercado.
- Conocimientos acerca de la estructura competitiva del sector.
- Conocimiento acerca de políticas gubernamentales, factores y regulaciones medioambientales, aspectos financieros y legales que pueden afectar lo que está siendo negociado.

4.3 Tecnología del Negociador.

Es el dominio de los procesos y técnicas de negociación por ambas partes. Implica el conocimiento y aplicación de una metodología que permita al negociador:

- Planear, ejecutar y controlar la negociación dentro de una secuencia lógica y predeterminada.
- Utilizar ciertas ideas que vuelvan su argumento más atrayente hacia la sensibilización de la otra parte.
- Desarrollar la habilidad de hacer concesiones y superar obstáculos.

La negociación es un arte y, por tanto, los negociadores no pueden encasillarse en un modelo único de negociación, pues cada negociación, sin dudas, constituye un acto de creación.

4.4 Definición de los Términos y Condiciones de un Contrato de Importación.

Uno de los elementos más importantes de un contrato de importación es la parte del mismo en que se detallan los términos y condiciones generales de la transacción.

Las condiciones específicas del contrato consisten en detalles sobre el producto que se compra, la cantidad que se encarga, el plazo de entrega, el precio y otros pormenores.

En las condiciones generales se especifican los demás cometidos y obligaciones convenidos entre el importador y el proveedor extranjero. Son "generales" porque se aplican a transacciones similares. Constituyen, pues, un complemento de las condiciones específicas y forman parte integrante del contrato de compraventa.

4.4.1 Su contenido.

Las condiciones y términos de un contrato de importación pretenden definir con claridad y precisión las obligaciones y los derechos de las dos partes (el importador y el proveedor extranjero), para reducir al mínimo posibles interpretaciones erróneas y equívocas. Fijan asimismo el marco jurídico que se aplicará si surge una controversia a causa de la transacción (cuando se trata de compras en el extranjero).

Aunque el contenido de las condiciones y términos puede variar, de un contrato a otro, las cláusulas más corrientes son las siguientes:

1. Definiciones: La finalidad de esta cláusula, en el conjunto de condiciones generales, consiste en definir algunos de los términos empleados en el contrato de modo tal que ambas partes sepan precisamente lo que implica un término concreto. Por ejemplo, la cláusula relativa a las definiciones puede decir así:

"Comprador": designa la (razón social de la entidad compradora), que compra los bienes.

"Proveedor": designa la (razón social de la empresa), que suministra los bienes en virtud del contrato.

"Bienes": designa todos los aparatos, maquinaria u otros productos que ha de proporcionar el proveedor al comprador en virtud de contrato".

2. Marcado: Cuando se embalan o envasan los productos, se marcan para facilitar su identificación.

Calzado de Fiesta, Marca, Numeración, Color, Peso neto, Peso Bruto, País de origen.

Si se utiliza un símbolo o dibujo concreto, resulta más fácil localizarlos en el despacho portuario y aduanero. La cláusula sobre este particular puede decir así, por ejemplo:

"Cada zapato se marcará con la etiqueta y respectiva descripción del mismo".

3. Embalaje: La cláusula relativa al embalaje contiene instrucciones especiales para el proveedor que puedan ser necesarias debido a la índole de los productos, modalidades, rutas de transporte. (Si no hay una cláusula especial, el proveedor podrá utilizar el método y el material de embalaje que sean habituales en el sector). La cláusula puede ser la siguiente:

"La cláusula relativa al embalaje contiene instrucciones especiales para el proveedor que puedan ser necesarias debido a la índole de los productos y/o las modalidades o las rutas de transporte".

La cláusula sobre el particular debe estipular, pues, que el fabricante tendrá que facilitar tales operaciones. Esa cláusula puede definir también el modo de repartir los costos de Inspección entre el comprador y el vendedor.

"El proveedor proporcionará el tipo de embalaje de los bienes que se requiera para impedir que sufran daños y desperfectos durante su transporte hasta su punto de destino final, según lo indicado en el contrato. El embalaje deberá ser capaz de soportar, sin limitación alguna, duras condiciones de manipulación durante el transporte, así como temperaturas extremas y las precipitaciones durante el transporte y el almacenamiento al aire libre".

4. Medios de ensayo e inspección: El comprador puede desear inspeccionar los productos durante su fabricación, antes o después de ser embalados y embarcados. La cláusula sobre el particular debe estipular, pues, que el fabricante tendrá que facilitar tales operaciones. Esa cláusula puede definir también el modo de repartir los costos de inspección entre el comprador y el vendedor, como ejemplo de este tipo de cláusula tenemos:

"El proveedor facilitará, sin costo adicional para el comprador, todos los materiales, herramientas, mano de obra y ayuda de todo tipo que el comprador, o un inspector designado por él, pueda considerar necesarios para cualesquiera ensayos y exámenes que exija que se hagan en los locales del proveedor y pagará los costos consiguientes. El proveedor deberá asimismo establecer y entregar, gratuitamente, en el lugar que escoja el comprador, los materiales que tenga que ensayar por medio de análisis químicos o procedimientos de ensayo independientes, los costo de esos ensayos correrá a cargo del comprador, a no ser que en la especificación se indique que ha de pagarlos el proveedor".

5. Derechos de patente e indemnizaciones: En los contratos de compraventa, en particular si se trata de productos no normalizados, en cuyo caso la violación de los derechos de propiedad (como las patentes, las marcas comerciales y los diseños) es siempre posible, el comprador deberá protegerse con una cláusula, como ésta:

"El proveedor deberá indemnizar al comprador si hay reclamaciones de terceros por la violación de los derechos de patente, marca comercial o diseño industrial, derivada de la

utilización de los bienes o de cualquier parte de ellos en el país del comprador".

6. Garantía: En la cláusula correspondiente se dan detalles sobre las garantías y la duración de las mismas. Además de una garantía, implica el compromiso por parte del proveedor de que los bienes estarán exentos de defectos de diseño, hechura y materiales, por ejemplo:

"El proveedor garantiza que todo lo que se suministre en virtud del presente contrato estará exento de todo defecto o fallo material o de hechura y fabricación, que se ciñe a las normas establecidas y aceptadas en general para materiales como los encargados, que está plenamente conforme con las especificaciones planos o muestras, si las hubiese, y que funcionará bien, si se trata de una máquina o aparato. La garantía se aplicará a la inspección, el pago y la aceptación de los bienes, pero expirará quince meses después de su entrega o doce meses después de llegar al punto de destino final, según cuál sea la fecha más temprana".

7. Pago: Caben diferentes condiciones y métodos de pago: pago contra reembolso, contra documentos, carta de crédito, pagos parciales por adelantado y Además de una garantía, implica el compromiso por parte del proveedor de que los bienes estarán exentos de defectos de diseño, hechura y materiales.

Con la indemnización por demoras de entrega se pretende compensar al comprador por las pérdidas en que pueda haber incurrido a consecuencia de retrasos de entrega por el proveedor. Se suele fijar la cuantía de la indemnización en un porcentaje del valor del contrato y por unos períodos aceptables de demora.

Una cláusula sobre pagos debe indicar los términos y las modalidades de pago que hayan sido acordados por las partes. A continuación figura un ejemplo de ese tipo de cláusula:

"El comprador efectuará el pago con una letra a la vista, en un plazo de 21 días después de recibir un conocimiento de embarque "limpio" o mediante una carta de crédito irrevocable, al presentarse los documentos estipulados en el contrato".

8. Incumplimiento o impago: Esta cláusula define las circunstancias en las cuales se puede cancelar el contrato. Algunos compradores exigen y reclaman indemnizaciones después de la cancelación de un contrato por razones de incumplimiento o impago.

Se puede incluir una frase adecuada con tal fin en la cláusula, por ejemplo:

"Si el proveedor no entrega los bienes según lo especificado en el contrato, o comete una infracción o incumple alguna condición del contrato, o quiebra o efectúa un traspaso en beneficio de sus acreedores o, si es una sociedad, entra en liquidación, obligatoria o voluntaria (salvo que sea con fines de reconstitución o fusión, sin ser insolvente), o se le ha designado un administrador judicial o un síndico de la quiebra, para la totalidad o una parte de sus haberes, el comprador podrá, sin perjuicio de cualesquiera derechos que puedan existir en cualquier otro caso, o de algún otro modo, cancelar el contrato con respecto a la totalidad o una parte de los bienes que no hayan sido suministrados todavía".

9. Indemnización por demoras de entrega: Con esta indemnización se pretende compensar al comprador por las pérdidas en que pueda haber incurrido a consecuencia de retrasos de entrega por el proveedor. Se suele fijarla cuantía de la indemnización en un porcentaje del valor del contrato y por unos períodos aceptables de demora. La siguiente es una cláusula típica:

"Si el proveedor no suministra la totalidad o una parte de los bienes en el plazo o plazos especificados en el contrato, el comprador, sin perjuicio de otras medidas posibles en virtud del contrato, deducirá del precio del contrato en concepto de indemnización, una suma equivalente al 0,5 por ciento del precio de los productos demorados por cada semana de demora hasta el momento de la entrega efectiva, con una deducción máxima del 10 por ciento del precio del contrato de los bienes demorados. Una vez alcanzado el máximo, el comprador podrá optar por dar por terminado el contrato".

No hay reglas intencionalmente aceptadas para los casos de fuerza mayor. Como la definición de fuerza mayor varía según los países, las partes contratantes deberán precisar lo que entienden por ella.

“Si surge una situación de fuerza mayor, el proveedor se lo hará saber inmediatamente al comprador por escrito, indicando la causal del suceso. Si no expresa otra cosa por escrito el comprador, el proveedor seguirá cumpliendo con sus obligaciones contractuales en la medida en que sea razonablemente posible y buscará todos los medios posibles para cumplir con las obligaciones contractuales que no impida la fuerza mayor”.

11. Solución de conflictos: En esta cláusula se establece un dispositivo convenido para zanjar todo conflicto futuro relacionado con la transacción si el comprador y el vendedor no consiguen resolverlo por sus propios esfuerzos. La cláusula puede decir así:

“Todo conflicto o disputa entre las partes contratantes con respecto a cualquier asunto derivado del contrato, o relacionado con él, se someterá a arbitraje en consonancia con lo depuesto en el Convenio de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional”.

12. Adaptaciones Necesarias: Los ejemplos antes citados no pueden ser sino una indicación general adaptable en ciertas circunstancias. Cada caso concreto deberá analizarse en función de sus características propias o de los objetivos de compra del comprador, la índole del producto, la fuente de suministro, el volumen y el valor de los productos, la fuerza relativa de negociación de las partes contratantes, etc. En el caso de productos normalizados, puede ser posible utilizar las mismas condiciones de una transacción a otra, con pequeños cambios. SI no están normalizados, puede hacer falta formular nuevas condiciones y puede ser necesario el asesoramiento de un experto jurídico.

4.4.2 El Seguimiento del Contrato de Importación.

Este seguimiento debe efectuarse en diferentes momentos, a lo largo del periodo de cumplimiento del contrato,

Cuando se compra una y otra vez un mismo producto, las condiciones y términos de los contratos tienden a uniformarse, y con el tiempo la labor de seguimiento pasa a ser rutinaria.

El Importador también debe cerciorarse de que el proveedor cumple con sus obligaciones,

cabe citar a modo de ejemplo de actividades de seguimiento de un importador:

- La inspección de la fabricación con el consentimiento del proveedor.
- El examen de las mercancías para detectar posibles daños o pérdidas en el punto de descarga.
- La presentación de las reclamaciones en caso necesario.
- El despacho aduanero de las mercancías.
- La detección de posibles defectos o incumplimiento de las especificaciones y el pago a su debido tiempo.
- La preparación de la mercancía para el embarque.
- La inspección antes de la expedición.
- La organización del transporte y del seguro
- El envío del aviso de embarque y de los documentos reglamentarios de embarque al importador y la solución de posibles conflictos.
- La sucesión de esas actividades dependerá de lo que hayan convenido el importador y el vendedor en el contrato.

Es posible, que el pago de mercancías haya de hacerse al final del contrato, al recibir los documentos de embarque como prueba de que el proveedor ha enviado el producto, o bien en dos pagos, por ejemplo, una primera suma al firmar el contrato. Una segunda al recibir el importador los documentos de transporte.

4.5 Término de Negociación con el Proveedor (INCOTERMS).

Un inconveniente muy frecuente en las negociaciones internacionales es el que se deriva del impreciso conocimiento de las prácticas comerciales internacionales, y sus implicaciones, utilizadas en los países en que operan comprador y vendedor. Esto, a su vez, suele provocar discordancias (y a veces verdaderos litigios), cuando una de las partes entiende de manera distinta los compromisos comprendidos dentro de la negociación.

Afortunadamente y para prever y/o saldar estas discrepancias, la CCI (Cámara de Comercio Internacional) publicó los INCOTERMS (International Commercial Terms) que son un

conjunto de términos comerciales internacionales en los que se definen claramente las reglas en que se efectúa la negociación.

La nueva versión es INCOTERMS® 2010, con 11 reglas más claras y convenientes, están en vigencia desde el 1 de enero del 2011 según publicación No. 715 de la CCI (Cámara de Comercio Internacional).

Los INCOTERMS® 2010 son mundialmente aceptados, muchos países en sus legislaciones han tipificado la inclusión y uso de las reglas Incoterms de la CCI, Organismos Multilaterales de Comercio y Derecho Mercantil, reconocen, aceptan y respetan la aplicación como Norma de Comercio, Ejemplo: Art. 66 del Reglamento Comunitario Decisión 571 de la CAN; y Art.3 numeral 5 literal “h” de la resolución 1239 del Acuerdo de Cartagena.

4.5.1 Reglas Incoterms®2010 dicen:

- Cuál de las partes en el contrato de compraventa tiene la obligación de encargarse del transporte o del seguro.
- Cuándo el vendedor entrega la mercancía al comprador.
- De qué costos se responsabiliza cada una de las partes.

Según los términos, CPT, CIP, CFR, CIF, DAT, DAP y DDP, el vendedor debe encargarse del transporte de las mercancías hasta el destino acordado.

Aunque el flete lo paga el vendedor, realmente lo paga el comprador, puesto que el vendedor normalmente incluye los costos del flete en el precio total de venta.

4.5.2 Término de la Importación de Calzado Femenino Colombiano.

Es el término **DAT (Delivered at Terminal) – Entrega en Terminal:** Significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía, una vez descargada del medio de transporte de llegada, se pone a disposición del comprador en la terminal designada en el puerto o lugar de destino designada. “Terminal” incluye cualquier lugar, cubierto o no, como un muelle, almacén, almacén de contenedores o Terminal de carreteras.

4.5.3 Significados Básicos de los Incoterms®2010.

EXW	(EX WORKS) – EN FÁBRICA: El vendedor solamente tiene la responsabilidad de poner la mercancía a disposición del comprador en sus bodegas o locales.	V.A., V.T.
FCA	(FREE CARRIER) – FRANCO TRANSPORTISTA: Exige que el vendedor despache la mercancía cumplidos los tramites para la exportación, al primer transportista designado por el comprador en el lugar indicado	V.A., V.T.
FAS	(FREE ALONGSIDE SHIP) - FRANCO AL COSTADO DEL BUQUE: El vendedor debe colocar la mercadería al costado del buque en el puerto designado. El comprador debe hacer los trámites de exportación para la mercadería.	V.M.
FOB	(FREE ON BOARD) - FRANCO A BORDO: El vendedor entrega la mercadería a borde del buque designado con todos los trámites de exportación. El riesgo de pérdida o daño a la mercadería se trasmite cuando la mercadería este abordo del buque, y el comprador corre con todos los costes desde ese momento.	V.M.
CFR	(COST AND FREIGHT) - COSTO Y FLETE: El vendedor entrega la mercadería a borde del buque designado. El riesgo de pérdida o daño a la mercadería se trasmite cuando la mercadería esta abordo del buque, El vendedor debe contratar y pagar los costes y el flete necesarios para llevar la mercancía hasta el puerto de destino.	V.M.
CIF	(COST INSURANCE AND FREIGHT - COSTO, SEGURO Y FLETE: El vendedor entrega la mercancía a bordo del buque. El riesgo de pérdida o daño a la mercancía se trasmite cuando la mercancía está a bordo del buque. El vendedor debe contratar y pagar los costes y flete necesarios para llevar la mercancía hasta el puerto de destino y otorgar un seguro marítimo al comprador.	V.M.
CPT	(CARRIAGE PAID TO) – TRANSPORTE PAGADO HASTA: Transporte Pagado Hasta Significa que el vendedor entrega la mercadería al porteador o a otra persona designada por el vendedor en un lugar acordado (si dicho lugar se acuerda entre las partes) y que el vendedor debe contratar y pagar los costes del transporte necesario para llevar la mercadería hasta el lugar de destino designado.	V.A., V.T. V.M.,
CIP	(CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO) – TRANSPORTE Y SEGURO PAGADO HASTA: Son las mismas condiciones del CPT, a diferencia de que el vendedor también contrata la cobertura de seguro contra el riesgo del comprador de pérdida o daño causados a la mercadería durante el transporte	V.A., V.T. V.M.,
DAT	(DELIVERED AT TERMINAL) – ENTREGA EN TERMINAL: Significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía, una vez descargada del medio de transporte de llegada, se pone a disposición del comprador en la terminal designada en el puerto o lugar de destino designada. “Terminal” incluye cualquier lugar, cubierto o no, como un muelle, almacén, almacén de contenedores o Terminal de carreteras.	V.A., V.T. V.M.,
DAP	ENTREGA EN LUGAR: Significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía se pone a disposición del comprador en el medio de transporte de llegada preparada para la descarga en el lugar de destino designado. El vendedor corre con todos los riesgos que implica llevar la mercadería hasta el lugar designado.	V.A., V.T. V.M.,
DDP	ENTREGA DERECHOS PAGADOS: El Exportador es responsable de los costos y riesgos de transporte y también de los derechos de aduana, la responsabilidad del exportador se prolonga hasta las instalaciones del importador, en ese momento se produce la entrega de la mercadería y la transmisión de costos y riesgos	V.A., V.T. V.M.,

4.6 El Marco Legal Supranacional.

El conocimiento del marco legal de nuestro comercio exterior tiene vital importancia para Importadores y Exportadores, ya que ellos pueden implicar desde ventajas económicas (a manera de desgravaciones arancelarias totales 100% o parciales del 1 al 99% del ad-valoren calculado del valor CIF de las mercancías), hasta exoneración de ciertos trámites ocasionalmente engorrosos.

Las disposiciones derivadas de estos compromisos pueden versar sobre los más diversos aspectos y su vigencia suele estar condicionada a la reciprocidad entre los signatarios del acuerdo que las establece. Sin embargo de ello, el eventual incumplimiento de una de las partes involucrada, no conlleva, necesariamente, la invalidez de lo convenido para el resto de los suscriptores; e inclusive, suelen estar previstos en el articulado de dichos convenios.

En ejercicio de su soberanía, nuestro país es signatario de un sinnúmero de acuerdos internacionales, así veremos de los que tienen mayor influencia sobre nuestro comercio exterior entre Colombia y Ecuador.

4.7 Acuerdos Comerciales Internacionales entre Colombia y Ecuador.

Colombia y Ecuador han venido estructurando una política de integración abierta, por lo cual gozan de mercados libres en el ámbito bilateral y latinoamericano con el fin de facilitar o limitar el ingreso de bienes y servicios entre países. El acceso al mercado tiene relación con la política sobre aranceles, barreras no arancelarias y para-arancelarias (cuotas, prohibiciones) y en la práctica con normas de origen, sanitarias, fitosanitarias, entre otras. Así tenemos.

- CAN - COMUNIDAD ANDINA (Unión Aduanera)
- ALCA – Área de Libre Comercio de las Américas (Acuerdo de Libre Comercio)
- ALADI - Asociación Latinoamericana de Integración (Acuerdo de Alcance Regional)

- Acuerdo de Complementación Económica MERCOSUR y CAN

Entre Colombia y Ecuador se aplica el acuerdo CAN - COLOMBIA, MICIP - MIN FIN N° 524 publicado en el Registro Oficial N° 41 de octubre 6 de 1992 y en el N° 33 del Registro Oficial N° 123 de febrero de 1993.

Como el Calzado Femenino se Importa desde Colombia nos centraremos en el acuerdo de la Comunidad Andina de Naciones ya que existe una preferencia arancelaria del 100%.

4.7.1 CAN - COMUNIDAD ANDINA (Unión Aduanera).

- **Establecida.**

Con el Acuerdo de Cartagena, que dio nacimiento al Grupo Andino, fue suscrito en Bogotá. Entró en vigencia el 16 de octubre de 1969 cuando el Comité permanente de la ALALC obtuvo la ratificación oficial del Gobierno de Perú, después de la de los Gobiernos de Colombia y Chile. En noviembre de 1969, Ecuador y Bolivia lo ratificaron y en 1973. Venezuela adhirió. Chile se retiró en 1976.

El Acuerdo ha sido objeto de varias modificaciones, pero fue el Protocolo de Trujillo, suscrito por los Presidentes andinos con ocasión del VIII Consejo Presidencial celebrado en la ciudad de Trujillo, Perú en marzo de 1996, mediante el cual se crea la Comunidad Andina.

- **Países.**

Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela

- **Objetivo.**

Eliminación de las barreras arancelarias al interior del grupo, creación de una unión aduanera con arancel externo común, la armonización de las políticas económicas y sociales y la adopción de un esquema común de programación industrial.

- **Evolución.**

En 1993 entro en operación el Área de Libre Comercio del Grupo, el Arancel Externo Común fue puesto en práctica en marzo de 1995. Cada país tiene una lista de excepciones y para la mayoría de los bienes la aplicación del AEC es de 5% para las materias primas, y 10% y 15% para los productos semi-elaborados y 20% para los bienes acabados. Las tareas próximas para los siguientes 5 años son el establecimiento de un mercado común y la instrumentación de una política externa común.

- **Problemas.**

Poco comercio interregional; Perú por discrepancias con el grupo suspendió su participación, pero para preservar el flujo comercial bilateral, firmó acuerdos bilaterales con cada miembro, desde 1994 se reintegra gradualmente de nuevo.

4.8 Análisis de Restricciones y Salvaguardas Bilaterales.

Basándonos en normas de la CAN cualquier país miembro podrá aplicar medidas, en forma no discriminatoria, al comercio de productos así tenemos:

- Limitar las importaciones a lo necesario para cubrir el déficit de producción interna.
- Nivelar los precios del producto importado a los del producto nacional.

El país que imponga las medidas dará cuenta inmediata a la Secretaría General de la CAN, acompañando un informe sobre las razones en que se ha fundado para aplicarlas.

Un País Miembro que haya adoptado medidas para corregir el desequilibrio de su balanza de pagos global, podrá extender dichas medidas, previa autorización de la Secretaría General, con carácter transitorio y en forma no discriminatoria, al comercio intrasubregional de productos incorporados al Programa de Liberación de la CAN.

Así por ejemplo tenemos la medida que el presidente Rafael Correa anunció a la restricción de importaciones, para hacer frente a la crisis financiera internacional, esta recayó en 647 subpartidas. Según el mandatario, esta reducción afectará al 8,5 por ciento de un universo

arancelario total de 7.227 partidas, con lo que se pretenderá reducir el costo de las importaciones en unos 1.459 millones de dólares respecto al monto de 2008.

La resolución señaló que la medida tiene carácter temporal por un año y que es "de aplicación general, no discriminatoria, de las importaciones de todos los países del mundo, incluyendo aquellos con los que Ecuador tiene acuerdos comerciales vigentes que reconocen preferencias arancelarias".

Además, el calzado sufrió un recargo de 10 dólares por par importado y los productos del sector textil tuvieron un recargo de 12 dólares por kilo, al cumplirse un año de la medida se realizó una reducción del recargo de 10 a 6 dólares por par y de 12 a 5 dólares por kilo.

4.8.1 Aspecto Positivo de la Restricción a Importaciones.

Todas las decisiones en cuanto a las políticas de comercio exterior de los países, traen como consecuencia una respuesta del resto de la comunidad comercial internacional; en especial si se trata de crear barreras proteccionistas a las importaciones, tales como restricciones y aumento en los aranceles.

En lo referente a la restricción de las importaciones, es una medida ajustada a las reglas de la Organización Mundial de Comercio (OMC), y esta obedece a tratar de proteger a la industria nacional por un lado, y por otro a evitar que las divisas del Ecuador vayan hacia el exterior.

Esta consideración por lo tanto se convierte en el primer aspecto positivo de esta medida; ya que al ser del todo legal y un derecho reconocido por la OMC, evita que hayan represalias salidas de contexto; y se pueda aplicar desde países con mayor poder, presiones que vayan en contra de la soberanía nacional.

4.8.2 Aspectos Negativos de la Restricción de Importaciones.

Uno de los flagelos que azotan a las relaciones comerciales con restricciones, es sin duda el incremento del contrabando, esta actividad ilícita ve su oportunidad en estas circunstancias;

y aprovecha para obtener jugosas ganancias; quien pierde con esto es la industria nacional, el comerciante honesto que importa pagando los aranceles de ley, y por supuesto el Estado que no percibe los valores por impuestos.

Con la restricción de importaciones, No solamente los consumidores tienen menor capacidad para elegir porque existen menor cantidad y mayor precio en los productos extranjeros acabados; así mismo la industria nacional se ve afectada por este hecho, ya que los productos importados se utilizan a su vez como materiales, componentes y equipos en la producción local.

En apariencia, restringir las importaciones parece un medio eficaz de apoyar a un sector industrial. Sin embargo, se distorsiona la economía en perjuicio de otros sectores que no habría razón para afectar. El hecho de restringir o aumentar los aranceles en las importaciones puede traer consecuencias negativas si por su parte los países afectados adoptan en represalia medidas similares contra los proteccionistas.

De acuerdo al derecho internacional y con el efecto de reciprocidad los países afectados con esta medida pueden colocar salvaguardias arancelarias a los productos de exportación ecuatorianos que ingresan a esos países.

En lo que corresponde al Ecuador, las primeras reacciones de países con los que el Ecuador negocia, no se hicieron esperar; tal es el caso de Argentina que detuvo el ingreso de productos ecuatorianos hasta fijar nuevos aranceles para los mismos; Perú está pidiendo una reconsideración para sus productos que exporta a Ecuador, y, Colombia ha prohibido el ingreso de productos avícolas de origen ecuatoriano.

4.9 Documentos de Transporte Internacional.

Los documentos de transporte son, en términos generales, aquellos mediante los cuales las compañías transportadoras certifican haber recibido las mercancías con destino específico y en condiciones determinadas. Estos documentos se expiden en un número determinado de ejemplares y de copias, con la finalidad de que cada uno de ellos pueda ser entregado, por

ejemplo, a las aseguradoras a los bancos que tramitan los créditos y pagos; entre otros.

4.9.1 Características Comunes de los Documentos de Transporte Internacional.

Todo documento de transporte constituye prueba del contrato y determina las obligaciones recíprocas entre el transportador y el expedidor (cargador o shipper); según los INCOTERMS, la expedición puede hacerse de dos formas: el transporte será pagado por el expedidor (prepaid), o será pagado por el destinatario (collect).

Los documentos de transporte pueden servir de factura de los gastos de transporte y gastos anexos, como por ejemplo: gastos de carga, arrendamiento de aparejos, manipuleo, almacenaje, desaduana miento, entre otros.

Los documentos de transporte, constituyen el recibo de mercancías aparentemente en buen estado.

A manera de ejemplo, "Aparentemente en buen estado" hace referencia a la comprobación que el transportador hace de la mercancía tal como se le presenta, es decir, el reconocimiento exterior de las mercancías en lo que se refiere a: número de bultos, peso bruto, marcas y números, estado aparente del conjunto de los bultos.

Pero esto no quiere decir que el transportador se limita al examen de lo indicado, sino que tiene la facultad de practicar un control físico de las mercancías, abriendo los bultos, cajas, container, entre otros, cuando deciden controlar la exactitud de las declaraciones, pero esto sucede cuando los transportadores tienen dudas legítimas respecto de las declaraciones hechas por el cargador.

La verificación de las mercancías en origen la realiza la compañía transportadora por medio de empresas de manipuleo (stevedore o acconier) que disponen de equipos de apuntadores y arrumadores que efectúan el control pesando, contando, verificando las marcas y números de los embalajes, así como su aparente buen estado.

4.9.2 Documento de Transporte (obligatorio).

Hay que entregarlo a la Aduana, este documento es entregado al importador, quien debe a su vez entregar el original a la Aduana. Dependiendo de la vía de transporte se llamará:

- Conocimiento de Embarque (marítima)
- Guía Aérea (aérea)
- Carta de Porte (terrestre).

En el caso de la Importación de Calzado Femenino Colombiano el medio de transporte es terrestre por la cercanía entre los países y el documento es la Carta de Porte.

Al preparar sus compras en el extranjero, el importador debe estudiar la conveniencia del tipo de transporte que va a utilizar para transportar sus mercancías, la elección depende de muy diversas consideraciones entre las que cuentan las siguientes:

- La vía o ruta a ser utilizada: aérea, marítima, fluvial, férrea o por carretera.
- La confiabilidad que le ofrece la empresa a ser contratada para el transporte.
- El tiempo que van a tardar los productos en llegar al lugar de destino.
- La clase de productos a ser transportados y la condición de los mismos.
- El volumen de las mercancías a ser transportadas.
- La urgencia con la que se necesitan las mercancías.
- El valor de los fletes.
- Las condiciones de seguridad en el traslado de las mercancías.
- Los gastos de manipulación en los lugares de salida y llegada de las mercancías.
- El nivel de congestión especialmente en los puertos y aeropuertos de destino.
- El tipo de embalajes o empaques que se van a utilizar para el transporte de las mercancías.

Todas estas condiciones al ser debidamente analizadas harán que quien se dedica al comercio exterior elija correctamente el medio en el cual va a transportar sus mercaderías.

Existen compañías transportistas que ofrecen como un mismo servicio el almacenaje, la

distribución, el manejo de cargas, la tramitación de documentos aduanales y la organización de cadenas de transporte por mar, aire y tierra, optimizando además el acomodo de paquetes de diferentes formas geométricas dentro de los contenedores, camiones, entre otros.

4.9.3 Transporte Terrestre.

Es el realizado entre dos países, ya sea directamente o a través de otros países (terceros países), por medio de vehículos y utilizando las carreteras como vías de comunicación.

En nuestro país se consideran como tales las que conducen directamente a las Administraciones de Aduana de Tulcán, Huaquillas y Macará, a más de las que la Dirección General de Aduanas establezca para casos especiales.

Las mercancías que pasen por las fronteras deben ser transportadas por lugares habilitados, desde el punto de franqueamiento de la frontera hasta la primera administración de aduana utilizando las vías autorizadas para el efecto y bajo custodia de la Policía Militar Aduanera, debiendo presentar el conductor del vehículo, la carta de porte y la correspondiente guía o libreta de pases por aduana, si ese es el caso.

Cuando las mercancías transportadas están amparadas por convenios de tráfico fronterizo o postal, no es menester cumplir con los requisitos señalados anteriormente y basta ingresar por las administraciones de aduana de entrada, presentando en ellas las mercaderías por introducirse para que sean sometidas a la correspondiente revisión.

- Declaración general
- Conocimiento de embarque
- Índice de carga
- Facturas comerciales, cuando le hubieren sido entregadas

Los equipajes no acompañados también deben constar detallados en el manifiesto de carga.

4.9.4 Manifiesto de Carga (obligatorio).

Es emitido por la empresa de transporte y enviado electrónicamente a la Aduana. Indica detalladamente la información del documento de transporte, el medio de transporte, el lugar determinado de entrega de la mercancía y la fecha de embarque.

Si el manifiesto de carga llega con la mercadería, no tenemos problemas, y los funcionarios de Aduana, sabiamente, declaran que la mercadería está manifestada.

Si el manifiesto de carga no consta con la mercadería, se considera este acto como un delito o ilícito aduanero.

Si llega menor cantidad de la mercadería manifestada, el importador tributará sólo por la mercadería que ha llegado, y él se las arreglará con el exportador.

Pero si llega mayor cantidad, existen dos situaciones:

- a) Si el margen excedente es menor del 10% de lo que dice el manifiesto, es una falta, no un delito, y se puede aceptar (errar es humano)
- b) Si el margen excedente es superior al 10% se considera un delito o ilícito aduanero.

La diferencia entre delito (ilícito) y falta reglamentaria, está en que la una significa dolo y la otra, simple trasgresión de la norma, aunque esta última no significa que esté exento de multas.

A juicio de comerciantes expertos, el costo del transporte en ningún caso debe rebasar el veinticinco por ciento (25%) del valor de las mercancías.

En una ruta intercontinental, las dos únicas modalidades posibles de transporte son la aérea y la marítima, en nuestro caso el medio a utilizar es el transporte terrestre.

CAPITULO V

PROCEDIMIENTO DE COMERCIO EXTERIOR COLOMBIANO

La decisión de comprar Calzado Femenino Colombiano para su importación y distribución en el Ecuador, va más allá de tener los recursos para hacerlo, debido a que es necesario que se dedique el tiempo necesario para conocer los pasos a seguir a la hora de realizar cualquier negocio de Comercio Exterior, considerando que el desconocimiento de los trámites puede incidir directamente en los costos del negocio, por eso es necesario conocer el proceso de Exportación Colombiano e Importación Ecuatoriana mas que una opción; es una necesidad para garantizar crecimiento y rentabilidad a largo plazo.

5.1 Análisis del Marco Legal Colombiano.

Por la importancia para el desarrollo social y económico que tienen las exportaciones, se vienen implementando a través de las entidades del sector del comercio exterior: Ministerio de Comercio Exterior, Instituto Colombiano de Comercio Exterior y Proexport Colombia, canales de información y capacitación a los usuarios exportadores o con potencial de exportación., dirigida principalmente a los siguientes temas:

- Trámites de exportación,
- Estudios de mercado,
- Oportunidades comerciales,
- Oferta Exportable de bienes y servicios,
- Demanda potencial de los productos exportables,
- Acuerdos Comerciales,
- Preferencias Arancelarias.

Proexport Colombia ofrece servicios fundamentales para la comercialización de los productos colombianos, como son orientación, asesoría y financiación de la participación en ferias internacionales y misiones comerciales.

También el exportador puede encontrar información en las Cámaras de Comercio Nacionales y Binacionales.

En complementación a las consideraciones sobre las posibilidades de aprovechamiento de los incentivos, el exportador debe conocer las preferencias, sean estas totales o parciales, que se obtienen para sus productos en el mercado de destino. Lo que será de gran utilidad en las negociaciones con el comprador potencial, puesto que se pueden ofrecer como ventajas comparativas con productos originarios de otros países.

5.2 Incentivos Fiscales.

5.2.1 Certificado de Reembolso Tributario (CERT).

Creado por la Ley 48 de 1983, como un instrumento de apoyo a las exportaciones y sus niveles los fija el Gobierno Nacional, de acuerdo con los productos y las condiciones de los mercados a los que se exporten.

El CERT es un título intangible, libremente negociable por el beneficiario en el mercado secundario o utilizable para el pago de impuestos sobre la Renta y Complementarios, Gravámenes Arancelarios, Impuestos sobre las Ventas (IVA) y otros impuestos, dentro de los dos años siguientes a su expedición.

El CERT se liquida sobre el valor FOB de las exportaciones ordinarias y sobre el valor del agregado nacional de las exportaciones realizadas bajo los regímenes de Sistemas Especiales de Importación - Exportación y de Zonas Francas.

5.3 Impuestos Indirectos.

La exportación está exenta del impuesto sobre las ventas (I.V.A.) y de cualquier gravamen municipal o departamental.

5.4 Incentivos Arancelarios.

5.4.1 Gravámenes a la Exportación.

Las exportaciones no tradicionales están exentas de gravámenes arancelarios a la exportación.

5.4.2 Sistemas Especiales de Importación – Exportación.

Los Sistemas Especiales, permiten la introducción al país por parte de personas que tengan el carácter de empresarios; productores, exportadores o comercializadores, bajo un régimen especial, con exención total o parcial de gravamen arancelario y de IVA: materias primas, insumos, bienes de capital y repuestos, para ser utilizados en la producción de bienes prioritariamente destinados a su venta en el exterior.

5.5 Incentivos Financieros.

El gobierno busca aportar recursos de inversión para financiar programas de reconversión industrial y de promoción tecnológica, así como facilitar procesos de colocación de nuestros productos en el exterior, a través de líneas de crédito que ofrecen las siguientes entidades:

5.5.1 Banco de Comercio Exterior – BANCOLDEX.

El Banco de Comercio Exterior tiene como objeto fundamental la promoción de las exportaciones a través de la financiación de las operaciones productivas y comerciales que conducen a la venta de un producto nacional al exterior, las líneas de crédito que ofrece el Banco, en dólares o en pesos, cubren entre otros: proyectos de asistencia técnica; operaciones de pre embarque y post embarque de las exportaciones.

5.5.2 Banco de la República e Instituto de Fomento Industrial.

El Banco de la República otorga créditos al sector privado a través de los intermediarios financieros, con base en líneas externas contratadas con organismos multilaterales. Estas líneas de crédito pueden ser en pesos o en dólares, con o sin seguro de riesgo cambiario y están dirigidas a promover el desarrollo de proyectos de modernización de la industria.

5.6 Incentivos Cambiarios.

El nuevo régimen cambiario establece mecanismos que facilitan las transacciones con el exterior. De igual manera, se establece en el estatuto de inversiones extranjeras un tratamiento igualitario en relación a la inversión de nacionales residentes.

5.7 Sociedades de Comercialización Internacional.

Su objeto principal es la promoción y comercialización de productos de exportación y disponen de los siguientes beneficios.

- Están facultadas tanto para fabricar o producir mercancías destinadas al mercado externo, como para comprarlas al productor nacional para posteriormente ser exportadas, dentro de los seis meses siguientes.
- Las exportaciones por ellas realizadas tiene derecho al CERT, acordando con el productor su distribución.
- Se pueden beneficiar de los créditos de Fomento de Bancoldex.
- Pueden comprar bienes en el mercado nacional sin el pago de IVA, siempre y cuando sean exportados dentro de los seis (6) meses siguientes a la expedición del Certificado de Compra al productor.
- Pueden utilizar los Sistemas Especiales de Importación - Exportación para desarrollar su actividad exportadora.
- Pueden realizar actividades de exportación con las zonas francas.

5.8 Régimen Aduanero de Exportación Colombiana.

La exportación es una operación que supone la salida legal de mercancías de un territorio aduanero hacia una Zona Franca Industrial o a otro país, y que produce como contrapartida un ingreso de divisas.

En Colombia se consideran cuatro Regímenes aduaneros.

- La exportación definitiva.

- La exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo.
- La exportación temporal para reimportación en el mismo estado.
- El reembarque.

En el caso de la Exportación de Calzado Femenino a Ecuador se utiliza la exportación definitiva.

5.8.1 Exportación Definitiva.

Es el régimen aduanero aplicable a las mercancías nacionales que salen legalmente del territorio aduanero colombiano a una zona franca industrial o a otro país, para su uso o consumo definitivo.

5.9 Requisitos Previos de Exportación de Calzado Femenino Colombiano.

El fabricante de calzado colombiano debe cumplir con documentos que lo certifique como una empresa legalmente constituida en Colombia, esta documentación es la que servirá de base para la inscripción y tramitación del proceso de exportación colombiana.

5.9.1 Registro Nacional de Exportadores.

Por medio del Artículo 69 de la Ley 6 del 30 de junio de 1.992, se adicionó el Artículo 507 del ESTATUTO TRIBUTARIO, con el objeto de crear un registro especial para los exportadores:

"Artículo 1º : A partir del 1o. de enero de 1.993, constituirá requisito indispensable para los exportadores, solicitantes de devoluciones o compensaciones por los saldos del impuesto sobre las ventas generados por operaciones efectuadas desde tal fecha, la inscripción en el REGISTRO NACIONAL DE EXPORTADORES previo a la realización de las operaciones que dan derecho a devolución".

Por medio de la Resolución 437 del 1o. de abril de 1.993 del INCOMEX se estableció el

siguiente procedimiento para la inscripción:

Se solicita en las Oficinas Seccionales o Regionales del INCOMEX el formulario denominado "Registro Nacional de Exportadores".

5.9.2 Inscripción en el Registro Nacional de Exportadores.

Ante las Oficinas mencionadas, se presenta el formulario lleno, adjuntando:

- Fotocopia autenticada del NIT o C.C.,
- Original del Certificado de Existencia y Representación Legal o Registro Mercantil, expedido por la Cámara de Comercio del lugar donde se encuentra domiciliada la sede principal de actividades de la sociedad o persona natural, con fecha de expedición no mayor a tres meses a la fecha en que se presente el formulario.

El INCOMEX procede a efectuar la inscripción de conformidad con los requisitos exigidos, devolviendo al usuario dos copias del registro, una para su archivo y la otra para remitirla a la Administración de Impuestos antes de efectuar la exportación, con el objeto de solicitar luego de la exportación la devolución del impuesto sobre las ventas.

De acuerdo al Artículo 3o. de la Resolución 437 de 1993, el registro tiene validez por un año contado a partir de la fecha de su inscripción.

El Artículo 43o. del Decreto 2076 del 23 de diciembre de 1992 establece que "la renovación del registro será anual y deberá efectuarse en las fechas que para el efecto señale el Gobierno Nacional".

5.9.3 Escritura Pública.

Cualquiera que sea el tipo de sociedad (anónima, limitada, en comandita, por acciones, etc.) que se escoja, debe constituirse ante un Notario, mediante la suscripción de una Escritura Pública.

5.9.4 Registro ante la Cámara de Comercio.

El siguiente trámite, es registrar la empresa ante la Cámara de Comercio, como persona natural o jurídica, para lo cual debe:

- Verificar que el nombre de la empresa no esté ya registrado
- Diligenciar el formulario de inscripción a la Cámara de Comercio.

- **Si es persona natural:**
 - Copia de la cédula de ciudadanía
 - Cancelar el derecho de matrícula
 - Copia del Certificado de Matricula Mercantil (ver anexo 19)

- **Si es persona jurídica:**
 - Copia de la Escritura Pública
 - Cuenta de la Asamblea de Socios mediante la cual se nombra al Representante Legal
 - Copia de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal
 - Cancelar el derecho de matrícula.
 - Copia del Certificado de Matricula Mercantil (ver anexo 19)

5.9.5 Trámites ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN.

En la DIAN, se debe diligenciar el Registro Único Tributario RUT y, con este documento, solicitar el Número de Identificación Tributaria NIT, además de inscribirse para el pago del Impuesto al Valor Agregado IVA y solicitar autorización de numeración para facturación.

Inscripción en el Registro Único Tributario RUT y la Solicitud del Número de Identificación Tributaria NIT, debe presentar:

- **Si es Persona Natural:**
 - Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del solicitante
 - Formulario RUT diligenciado

- **Si es Persona Jurídica:**
 - Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal
 - Formulario RUT diligenciado
 - Escritura de constitución de la Empresa
 - Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio (con vigencia no mayor a tres (3) meses)
 - Copia del Formulario RUT (ver anexo 20)

- **Para la inscripción del pago del Impuesto al Valor Agregado IVA, se requiere:**
 - **Si es Persona Natural:**
 - Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del solicitante
 - Formulario para IVA diligenciado

 - **Si es Persona Jurídica:**
 - Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal
 - Formulario para IVA diligenciado
 - Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio (con vigencia no mayor a tres (3) meses)

- **La Solicitud de Autorización de Numeración para Facturación se requiere.**
 - Formato para la solicitud de autorización para la numeración de facturación debidamente diligenciado en original y copia, de acuerdo con las instrucciones que se encuentran en el respaldo del formato.
 - Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal o de la persona natural.
 - Fotocopia del Número de Identificación Tributaria NIT.

Para cada trámite es necesaria la presentación de los documentos mencionados, aunque sean los mismos.

5.10 Exportación de Calzado Femenino Colombiano.

Los trámites que se mencionan a continuación se siguen en toda exportación con excepción de:

- Las exportaciones temporales.
- La mercancía que fuera importada en forma temporal o definitiva y que sea reexportada.

Por cuanto estas exportaciones requieren la autorización previa del INCOMEX, que se da con base en el cumplimiento de unos requisitos adicionales.

5.10.1 Estudio de Mercado o Contacto Internacional.

La exportación supone inicialmente un estudio del mercado internacional, tanto para la determinación del precio adecuado, como para el conocimiento de la demanda de nuestros productos esto es cuando un fabricante desea exportar su producto a un país por cuenta propia.

En el caso de que un cliente internacional se contacta con un fabricante en el país se suprime el estudio de mercado y se procede directamente con la negociación internacional.

En ambos casos es indispensable para los exportadores conocer exactamente los requisitos sanitarios, normas técnica, de marcado, de empaque y embalaje y demás que puedan exigir las autoridades del país de destino para la introducción de sus productos, lo que le evitará innumerables problemas y costos una vez despachados los productos.

La reducción de los costos y la optimización de la calidad, son los elementos fundamentales de la determinación de la competitividad internacional del producto. Por ello el exportador deberá evaluar los costos y gastos que mencionaremos a continuación, para ofrecer sus productos a precios realmente competitivos y teniendo en cuenta los Términos de Cotización Internacional (INCOTERMS). (Ver pág. 103)

5.10.2 Remisión de la Proforma.

Ante el requerimiento de cotización de un comprador externo, el exportador deberá suministrar una proforma, con el objeto de facilitar al importador la solicitud previa de licencias o permisos de importación y el establecimiento del instrumento de pago a favor del exportador.

En dicha proforma se consignan entre otros los siguientes datos: la identificación del comprador, su ubicación, validez de la cotización, las cantidades, precio unitario, valor total y las condiciones de la negociación.

El exportador tiene libertad para establecer los plazos que va a conceder al comprador del exterior, sin embargo, si éste plazo es superior a 12 meses contados a partir de la fecha de la declaración de exportación, deberá informarlo al Banco de la República (Parágrafo segundo, Artículo 17 de la Resolución 21/93 JDBR, modificada por la resolución 5/97 JDBR), siempre y cuando su monto supere la suma de diez mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$10.000).

Así mismo, el exportador puede establecer negociaciones condicionadas a pagos anticipados por futuras exportaciones, pero teniendo en cuenta, que éstas deben ser realizadas dentro de los cuatro (4) meses siguientes a la fecha de canalización de las divisas a través del intermediario financiero.

5.10.3 Aceptación de las Condiciones.

El importador en el exterior confirma al exportador colombiano la compra de la mercancía y la aceptación de las condiciones de la negociación, y procede según éstas a la apertura de la carta de crédito en el banco corresponsal o a la remisión de las letras o pagarés por los valores respectivos.

5.10.4 Confirmación de la Carta de Crédito.

El banco comercial colombiano recibe copia de la carta de crédito del banco corresponsal

garante u otro documento que se convenga como garantía de pago y comunica al exportador para que este inicie los trámites para el despacho de la mercancía.

5.10.5 Factura Comercial.

Es un documento imprescindible en cualquier transacción comercial. Es una cuenta por los productos que se envían al comprador en el extranjero y frecuentemente es utilizado por las autoridades aduaneras del país del importador como el documento básico para determinar el valor en aduana de las mercancías sobre el cual se aplicarán los derechos de importación.

A falta de un contrato de compraventa, la factura, aunque no constituye por sí misma un contrato, es el documento que recoge en cierta forma las condiciones acordadas entre las partes. (Ver anexo 21).

5.10.6 Lista de Empaque (PACKING LIST).

Acompaña generalmente la factura comercial, proporciona información sobre el embalaje, cantidades de bultos o cajas, su contenido, su peso y volumen así como las condiciones de manejo y transporte de las mismas. (Ver anexo22)

5.10.7 Contratación del Transporte.

El exportador contratará el medio y la compañía de transporte mas adecuados (en consideración a la clase de mercancía, los costos y las necesidades de disponibilidad), en los términos acordados con el comprador. Las modalidades de transporte que más se utilizan a nivel internacional son terrestres, aéreas, marítimas.

5.10.8 Documentos de Embarque.

Una vez entregada la mercancía, la compañía transportadora emite un documento, llamado “Documento de Embarque”, en el que la compañía se compromete a transportar la mercancía desde un puerto o aeropuerto de origen a uno de destino.

Este servicio es pagado según los términos de negociación o INCOTERM el documento de embarque dependerá del modo de transporte a utilizar: Bill of Lading (B/L) para transporte marítimo; guía aérea o Air Waybill (AWB) para transporte aéreo o Carta de Porte terrestre.

En el caso de transporte multimodal, el operador OTM (Operador de Transporte Multimodal) emitirá un DTM, o Documento de transporte multimodal; para contratos charter o de fletamento aéreo o marítimo, el documento a expedir se denomina póliza de fletamento, algunos documentos de embarque, en especial el marítimo o B/L y el DTM pueden negociarse. (Ver anexo 23)

5.10.9 Certificación del Transportador.

El transportador elabora el documento de embarque y debe transmitir electrónicamente la información del Manifiesto de Carga dentro de las veinticuatro horas siguientes al embarque. El sistema informático aduanero le asignará número consecutivo y fecha.

5.10.10 Certificación de Origen de la Mercancía.

En caso que el importador requiera certificar el origen de la mercancía, por ser un requisito para la nacionalización o para obtener preferencias arancelarias en el país de destino, el exportador iniciará los siguientes trámites para la aprobación del certificado de origen ante el INCOMEX:

5.10.11 Formulario de "Registro de Productores Nacionales, Oferta Exportable y Solicitud de Determinación de Origen".

Este formulario es suministrado en forma gratuita por el INCOMEX y debe radicarse en original y copia, junto con el certificado de constitución y gerencia si se trata de persona jurídica o registro mercantil cuando se trate de personas naturales, en la ventanilla de correspondencia de la Oficina Regional o Seccional respectiva. En Santafé de Bogotá la radicación debe realizar en la calle 28 No. 13 A -15 Local 1.

5.10.12 Verificación de la Información y Determinación de Criterios de Origen.

Radicado el mencionado formulario, se verifica la información y se determina el criterio de

origen del producto a exportar con base en las disposiciones existentes para los distintos esquemas preferenciales, los cuales son consignados en la planilla "Relación de Inscripción y Determinación de Origen". El original de la "Relación de Inscripción y Determinación de Origen" se remite al exportador. La inscripción tiene una validez de dos años. (Ver anexo 24).

5.10.13 Radicación y Aprobación del Certificado de Origen.

El INCOMEX a través de las Direcciones Regionales y Seccionales expide los Certificados de Origen para los distintos productos de exportación que vayan a gozar de las preferencias arancelarias otorgadas en los diferentes Acuerdos Comerciales y Esquemas Preferenciales.

Conforme al país hacia el que se efectúe la exportación se requerirá de un certificado de origen. Estos formularios los expende el INCOMEX (por intermedio del Banco del Estado) y tienen un costo de \$4.000.00 pesos colombianos.

- Código 250... SGP: Países de la Unión Europea, Europa Oriental y Japón.
- Código 251... ATPA: Estados Unidos.
- Código 252... Unión Europea (exportación de Textiles).
- Código 255... Comunidad Andina y ALADI (Países de Latinoamérica).
- Código 256... Grupo de los Tres: México.
- Código 258... Chile. -
- Código 260... Terceros Países. (Incluye los A.A.P. con Cuba y Panamá).

En su diligenciamiento debe tenerse en cuenta la norma de origen que le corresponde al producto de acuerdo al país de destino. La solicitud de certificado de origen se radica junto con la factura comercial en original y copia; en las exportaciones de flores a la Unión Europea se anexa también la guía aérea. La aprobación de la solicitud la realiza el INCOMEX el mismo día de su radicación. (Ver anexo 25)

5.10.14 Compra y Diligenciamiento del Documento de Exportación (DEX).

El documento de exportación o Declaración de Exportación, DEX, lo expenden las Administraciones de Aduana y en algunas ciudades los almacenes de cadena. En caso de ser

insuficiente el espacio para la descripción de la mercancía, pueden adquirirse Hojas Anexas al DEX. (Ver anexo, 26, 27, 28)

El DEX consta de un (1) original y cinco (5) copias y para facilitación del exportador la DIAN ofrece la posibilidad de que el DEX sea utilizado en dos formas:

- **Como Autorización de Embarque.**

Cuando el exportador desee realizar un embarque único o fraccionado con datos provisionales, deberá dentro de los tres meses siguientes a la fecha de aceptación de la autorización de embarque, proceder al diligenciamiento y presentación de la declaración definitiva relacionando los embarques efectuados con cifras definitivas.

Cuando el exportador deba realizar embarques fraccionados con datos definitivos y con cargo a un mismo CONTRATO DE VENTA, se tramita el primer embarque en un documento de exportación como solicitud de autorización de embarque anotando todos los datos e indicando que se trata de un embarque fraccionado. En los demás embarques, deberá indicar que los datos complementarios se encuentran en el número de autorización de embarque que le haya correspondido al primer embarque y adjuntar fotocopia de ésta.

Así mismo, dentro del mes siguiente a la fecha de aceptación de la primera autorización de embarque (Artículo 256 del Decreto 2666/84 modificado por el artículo 3o. del Decreto 1144/90), el exportador deberá presentar la declaración de exportación definitiva, consolidando los embarques fraccionados correspondientes al mismo Contrato de Venta.

- **Como Declaración Definitiva.**

El exportador debe presentar declaración definitiva cuando: realiza un embarque único con cifras definitivas, cuando la declaración tiene por objeto consolidar embarques fraccionados y para indicar las cifras definitivas de un embarque único que había sido presentado con datos provisionales.

- **Presentación del Documento de Exportación (DEX) y Aforo de la Mercancía.**

Una vez presentado el DEX con sus anexos respectivos, si se encuentra bien diligenciado y reúne los requisitos exigidos, la Aduana acepta la solicitud de autorización de embarque o la declaración definitiva, según el caso, procediendo al aforo de la mercancía y autorizando su embarque. El DEX se presenta junto con los siguientes documentos:

- Documento de Identidad del exportador o documento que acredite su autorización a la Sociedad de Intermediación Aduanera,
- Documento de transporte (guía aérea, conocimiento de embarque o carta de porte),
- Factura comercial,
- Registros sanitarios, autorizaciones expresas y demás requisitos exigidos para la exportación del producto.

5.10.15 Pago de la Exportación.

La exportación genera la obligación de reintegrar las divisas percibidas. Los exportadores, de acuerdo a lo establecido en el régimen cambiario deberán efectuar la venta de las divisas a través de los intermediarios financieros autorizados por el Banco de la República (bancos comerciales y entidades financieras), dentro de los plazos consignados en la declaración de exportación, para ello el exportador deberá previamente diligenciar la declaración de cambio correspondiente.

El exportador tiene libertad para establecer los plazos que va a conceder al comprador del exterior, sin embargo, si éste plazo es superior a 12 meses contados a partir de la fecha de la declaración de exportación, deberá en este mismo periodo, informar del hecho al Banco de la República, con excepción de aquellas cuyo valor sea inferior a US\$ 10.000.

Así mismo, el exportador puede establecer negociaciones condicionadas a pagos anticipados por futuras exportaciones, pero teniendo en cuenta que, dentro de los cuatro meses contados a partir de la fecha de canalización de las divisas a través del intermediario financiero, deberá realizar la exportación de los bienes.

5.10.16 Embarque y documentos que lo acompañan al DEX.

Una vez inspeccionada la mercancía y autorizado el embarque, se procede a cargarla en el medio de transporte, acompañada de los siguientes documentos que se requieren para la nacionalización de la mercancía en el puerto de destino:

- Factura comercial
- Documento de embarque
- Certificado de origen
- Lista de empaque

CAPITULO VI

PROCEDIMIENTO DE COMERCIO EXTERIOR ECUATORIANO

A continuación se enmarca las disposiciones emitidas por la Ley de Producción y Competitividad en donde se especifica los procedimientos de importación a seguir ante cada uno de los organismos relacionados a fin de delinear un esquema que guie los pasos a cumplir desde el momento en el que se realiza el pedido del producto en el exterior hasta cuando se entrega la mercancía una vez nacionalizada dentro del territorio ecuatoriano.

6.1 Requisitos Previos para la Importación de Calzado Femenino Colombiano.

La persona que desee comprar mercancía en cualquier parte del mundo primero debe cumplir con documentos que lo certifiquen como una empresa natural o jurídica legalmente constituida en el Ecuador, esta documentación es la que servirá de base para la inscripción y tramitación del proceso de importación ecuatoriana. (Ver páginas No 66).

6.1.1 Cedula de Ciudadanía.

Es un documento emitido por una autoridad administrativa competente para permitir la identificación personal de los ciudadanos. En nuestro país la autoridad competente es el Registro Civil.

Para la obtención de este documento se debe tener la mayoría de edad (18 años) y ser ecuatoriano de nacimiento o legalmente reconocido en el caso de los extranjeros nacionalizados.

6.1.2 Registro Único de Contribuyentes RUC.

Para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

El SRI (Servicio de Rentas Internas) es quien asigna la actividad económica a un contribuyente de acuerdo a la función que va a desempeñar y el código numérico del RUC es el número de cédula del propietario más 001 para personas naturales.

En nuestro caso JGM Importadora es representada por su propietario el Sr. Giovanni Javier Malla Malquin quien tiene el número de cédula 1715914709 y su RUC como persona natural es 1715914709001 con la actividad comercial de Venta al por mayor de otros productos diversos para el consumidor, tomando en cuenta que bajo esta actividad tiene libertad de importar cualquier producto para el consumidor. (Ver anexo 29)

6.1.2.1 Requisitos para la obtención del RUC, Personas Naturales.

Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación, se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por el Consejo Nacional Electoral o Provincial.

Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono), correspondiente a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

6.1.3 Registro Mercantil.

El Código de Comercio Ecuatoriano en su Art. 22 determina que toda persona que quiera ejercer el comercio con un capital mayor a mil sucres (no ha sido reformado), debe obtener la matrícula de comercio.

6.1.3.1 Requisitos para la Obtención de la Matrícula de Comercio, Personas Naturales.

Para el efecto se debe elevar una solicitud a un Juez de lo Civil del Cantón (la matrícula es cantonal) en el cual deberá indicar el nombre del solicitante con sus generales de Ley como son: nacionalidad, cédula de identidad (menor de edad o extranjero) o de ciudadanía, estado civil e indicar el domicilio habitual. El nombre del negocio, la dirección, rama o giro, capital, si la actividad va ser realizada al por mayor o al por menor y el modelo de la firma a usar.

Luego la firma el solicitante, acompañado de la firma de un profesional del derecho (Abogado). Se presenta en la oficina de sorteos para saber a que Juez le corresponde conocer la causa. Este dicta el auto resolutivo, mediante el cual ordena al Registrador Mercantil que inscriba al solicitante.

Este documento no es exigible en la actividad comercial, pero el MIPRO para registrar a los importadores (personas naturales) de textiles, calzado y sal dentro de los requisitos les exigen la Matrícula de Comercio. De igual forma a los exportadores de chatarra y pieles.

6.1.4 Registro del Operador Económico Autorizado OEA.

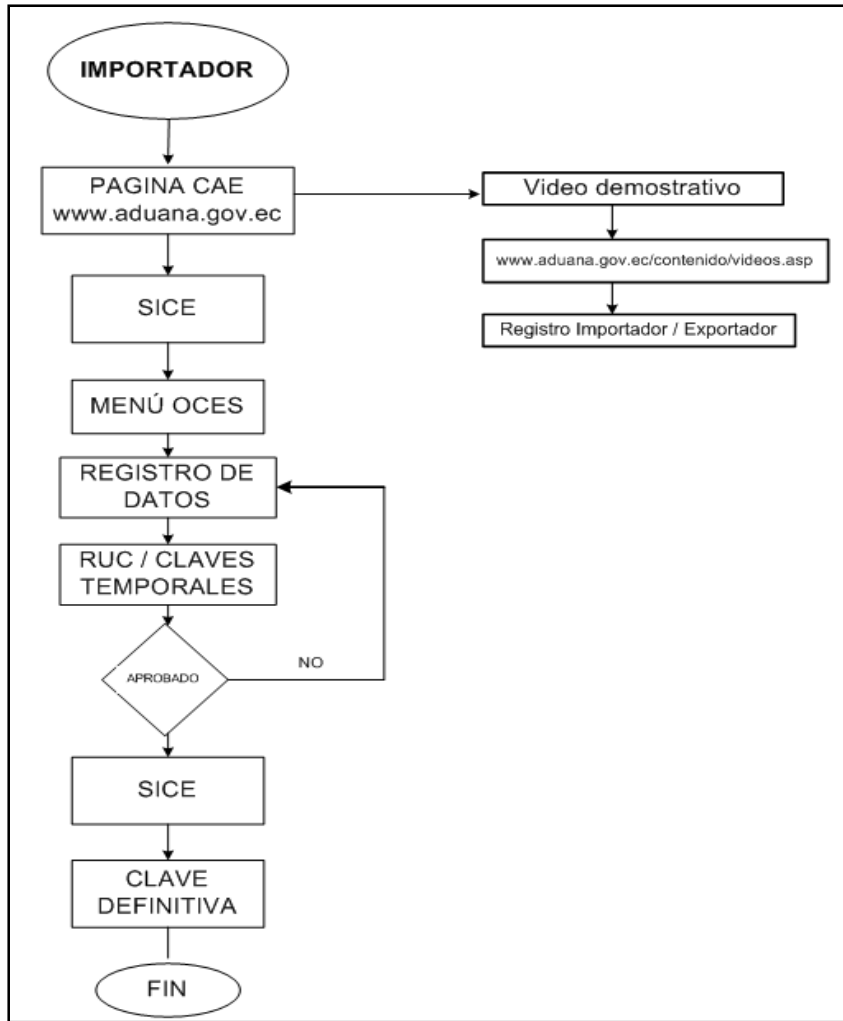
Una vez que el usuario ha obtenido el RUC procederá a calificarse como Operador Económico Autorizado OEA ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA E.

El registro se lo realiza vía electrónica en la página de la SENA E www.aduana.gob.ec.

Cuando el registro es positivo se procede a registrar la firma de la persona autorizada a firmar la Declaración Andina de Valor DAV1 y una vez registrado como OEA se iniciará la obtención de los documentos de control previo si la mercancía a ser importada lo requiere.

El documento de registro de firmas servirá de base para la Declaración Andina de Valor (ver anexo 31).

Grafico: 21 Registro de Importador como Operador de Comercio Exterior (OCE)



Elaborado por: El Autor

6.1.5 Tributos al Comercio Exterior para la Importación de Calzado.

6.1.5.1 Impuesto al Valor Agregado IVA.

Es un tributo que grava la enajenación de bienes muebles, la prestación de servicios y a la importación de bienes, aplicable en todo el territorio nacional, se encuentra establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno (Arts. 51 al 62), el cual deberán pagar las personas naturales o jurídicas, las comunidades, las sociedades irregulares o de hecho, los consorcios y demás entes jurídicos y económicos, públicos o privados, que en su condición de importadores.

La base imponible para el cálculo del IVA en las importaciones es la sumatoria del valor CIF, más los impuestos, aranceles, tasas, recargos y otros gastos que figuren en la declaración de importación y el resultado multiplicado por el 12%.

6.1.5.2 AD-Valoren.

Gravamen Arancelario a que están afectadas las mercancías en el Arancel Aduanero, cuya aplicación se hace tomando como base impositiva el valor aduanero o el valor en aduana de las mercancías.

El recargo arancelario es del 30%. Para las importaciones provenientes de los países de la región Andina, existe una liberación del 100%, sin embargo según resolución 466 del COMEX publicada en el suplemento al registro oficial No 512 del 22 de enero del 2009, se establece que se seguirá pagando el Arancel Nacional vigente por efectos de la medida de salvaguardia impuesta.

6.1.5.3 FODINFA (Fondo de Desarrollo de la Infancia).

La Ley Especial asigna Recursos Adicionales al Fondo de Desarrollo para la Infancia No. 4-A, del 25 de noviembre del 1996 fue creada para cubrir el costo de programas de inversiones para la atención y cuidado de los niños de escasos recursos del país. Es un tributo que va destinado al INFA y equivale al 0.5% del Base imponible para importaciones (CIF).

6.1.5.4 Salvaguardias.

Medidas excepcionales de protección que utiliza un país para proteger temporalmente a determinadas industrias nacionales que se encuentran dañadas o que se enfrentan a una amenaza de daño grave, debido a un incremento significativo de las mercancías que fluyen a mercado interno en condiciones de competencia legal.

Las salvaguardias están autorizadas por el GATT/OMC y consisten en establecer una excepción temporal al régimen de liberalización cuando las importaciones de un determinado producto son tan elevadas que causan un daño grave a la producción nacional.

En el producto de análisis, mediante resolución 466 del COMEX, publicada en el suplemento al Registro Oficial No. 512 del 22 de enero del 2009 adoptó una salvaguardia por balanza de pagos equivalente a USD. \$12 por kilo, mediante resolución 533 del COMEX publicada en el Registro Oficial No. 109 del 15 de enero del 2010 se redujo en un 10% todos los recargos arancelarios establecidos por concepto de salvaguardia, por lo que en la actualidad se paga \$ USD 6 por par de importación.

6.1.5.5 Tributos para las Subpartidas.

La línea de productos se la clasifica en la sección XII, capítulos 64, en las subpartidas, 6402999000, 6402190000, 6403590000, 6403999000, 6404112000, Dicha clasificación se la realiza por la especificación de materiales con los cuales están elaboradas las mercancías.

Tomando en cuenta que el calzado femenino es producido en Colombia y viene con certificado origen, por este motivo nos acogemos al convenio de la CAN el cual nos libera en el 100% de arancel teniendo que cancelar el FODINFA más IVA en la importación.

6.1.6 Documentos de Control Previo.

Para la importación de calzado se deberá cumplir con ciertas formalidades relacionadas con la obtención de documentación en instituciones relacionadas con el comercio exterior. El incumplimiento de los requisitos aduaneros causaría sanciones rigiéndose a la Ley de Producción y Competitividad.

Según Boletín No.16 de fecha 14/01/2009 y el Boletín No.61, de fecha 19/02/2009 relacionado con mercancías que requieren la presentación del Certificado INEN; en virtud de lo dispuesto en la Resolución No. 460 del COMEX, puesto que la nómina de productos sujetos a la presentación del Certificado INEN-1 es la que consta en las Resoluciones No. 001 y 003 del Consejo Nacional de la Calidad (CONCAL).

Es importante indicar, de conformidad a la Resolución No. 465 del COMEX publicada en R.O.S. No. 506 del 14 de enero de 2009, que el documento de control INEN-1 es exigible para las importaciones cuyos valores FOB sean superiores a los 2.000 dólares, excepto para

el caso de confecciones (prendas de vestir elaboradas, tales como ropa, camisas, pantalones entre otros) y calzados; en cuanto a los textiles que cita dicha Resolución, cabe mencionar que éstos no se encuentran considerados dentro de la nómina de productos sujetos a la restricción del certificado INEN-1 establecida por el CONCAL.

Por lo tanto, las mercancías que tienen la exigibilidad de presentar el Certificado INEN-1, sin limitación por valor son únicamente las relacionadas con lo siguiente:

Tabla 23: Clasificación Arancelaria del Calzado

Clasificación Arancelaria	Descripción Arancelaria
Capítulo 64 :	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos
6401 :	Calzado impermeable con suela y parte superior con caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera
6402 :	Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico
6403 :	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural
6405 :	Los demás calzados

Fuente: www.aduana.gob.ec

Elaborado por: El Autor

Consecuentemente, las importaciones relacionadas con otras subpartidas, requerirán presentar el documento de control INEN-1, de acuerdo a las listas publicadas por el CONCAL mediante Resoluciones 001 y 003.

Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad publicada en Registro Oficial Nro. 26 del jueves 22 de febrero del 2007 tiene como objetivo establecer el marco jurídico del sistema ecuatoriano de la calidad, destinado a regular los principios políticas y entidades relacionados con las actividades vinculadas con la evaluación de la conformidad. Que facilite el cumplimiento de los compromisos internacionales.

El sistema ecuatoriano de la calidad es el conjunto de procesos, procedimientos e instituciones públicas y privadas responsables de la ejecución de los principios y mecanismos de la calidad y la evaluación de la conformidad.

El sistema ecuatoriano de la calidad es de carácter técnico y esta sujeto a los principios de equidad o trato nacional, equivalencia, participación, excelencia e información. Según el art.

8. El sistema ecuatoriano de la calidad se encuentra estructurado por:

- El Consejo Nacional de la Calidad
- El Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN
- El Organismo de Acreditación Ecuatoriano OAE y las entidades e instituciones públicas que en función de sus competencias, tienen la capacidad de expedir normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad.

6.1.6.1 Consejo Nacional de la Calidad (CONCAL).

Es una entidad de derecho público, con personería jurídica, patrimonio y fondos propios, con autonomía administrativa, económica, financiera y operativa. Es el máximo organismo del sistema ecuatoriano de calidad.

La Resolución No 010-2009 del CONCAL establece el procedimiento para la obtención del Certificado de Reconociendo (Formulario INEN 1), para el control de bienes importados que deban cumplir con Reglamentos Técnicos, RTE INEN y Normas Técnicas Ecuatorianas, NTE INEN de carácter obligatorio.

6.1.6.2 Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE).

La OAE reconocerá como válidas aquellas acreditaciones otorgadas a organismos que operen en el país, siempre y cuando existan y estén vigentes acuerdos o convenios de reconocimiento mutuo, bilaterales o multilaterales, entre el OAE y los organismos de acreditación de otros países que hayan extendido dichas acreditaciones.

En los Art. 2,3 y 5 de la Resolución No. 010-2009 del CONCAL, establece los documentos que el importador o consignatario deberán presentar ante el INEN para la obtención del Formulario INEN-1.

En cada una de una de esas opciones se requiere la verificación de que la acreditación del organismo emisor de los certificados de conformidad del producto, certificados de inspección o certificados de sistemas de calidad ISO 9001, es reconocida por la OAE.

El Organismo Certificador realizará un informe de evaluación donde consten las características, requerimientos, resultado y conclusiones de cada prenda a ser importadas.

En el Art. 8 establece que el OAE emitirá los respectivos informes en el término máximo de 5 días hábiles contados a partir de la recepción de la documentación técnica.

6.1.6.3 Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN).

En las importaciones de mercancías textiles declaradas a régimen de consumo con un valor FOB superior a dos mil dólares que están sujetas a cumplimiento obligatorio de normas y/o reglamentos del Instituto Ecuatoriano de Normalización, se deberá adjuntar a la declaración aduanera el Formulario INEN-1 o el certificado de conformidad con la Norma emitidos al Amparo de Acuerdos de Reconocimiento Mutuo suscrito por el país y debidamente respaldado por el Instituto Ecuatoriano de Normalización, de ser el caso.(Ver anexo 38).

El Instituto de Normalización Ecuatoriana tiene como función principal formular las Normas Técnicas Ecuatorianas que definan las características de materias primas, productos intermedios y productos terminados que se comercialicen en el Ecuador, así como, los métodos de ensayo, inspección, análisis, medida, clasificación y denominación de aquellos materiales o productos.

Verificar el cumplimiento de los productos con los requisitos establecidos en las Normas Técnicas Ecuatorianas NTE., de los productos importados y nacionales.

Las funciones principales requieren de los siguientes campos científico-tecnológicas: Metrología, Normalización Técnica, Reglamentación, Calidad y Protección al Consumidor.

Para cumplir con estas funciones las actividades del INEN se apoyan en los Laboratorios de:

- Verificación Analítica; Verificación Física; Recipientes a Presión; y, Envase y Embalaje.

Los costos por servicios son los siguientes:

Tabla 24: Costo para la Obtención del INEN

Servicio	Valor
Formulario INEN-1 u oficio de aceptación del Certificado de Conformidad con Norma Técnica	82.00 USD
Certificación electrónica de la vigencia del Formulario INEN-1	3,00 USD
Copia Certificada de documentos y certificado por carilla	2,00 USD

Elaborado por: El Autor

El INEN entregará el formulario INEN-1 en el lapso de 72 horas.

El importador para la obtención del certificado de reconocimiento Formulario INEN-1 debe presentar lo siguiente:

- Solicitud de importación según formato adjuntando copia de la factura y RUC

La información de las etiquetas del calzado debe ser legible e indeleble.

No se aceptará ningún tipo de alteración, borrón o tachón en las cifras o en el texto de los documentos presentados ante el INEN para el canje con el Formulario INEN-1.

El Certificado de Conformidad será presentado en el INEN para su revisión, verificación y aprobación, en español o inglés pero con su respectiva traducción al español.

Las etiquetas técnicas y de marca deben estar adheridas o cosidas a la prenda en un sitio que facilite su rápida observación. La información de la etiqueta técnica y la de marca puede ser unificada en una sola etiqueta.

La etiqueta Técnica debe contener la siguiente información:

- Indicación de la talla según NTE INEN 1950 y NTE INEN 1951.

- Identificar los materiales de las cuatro partes que componen el calzado (la capellada, el forro, la plantilla y la firme o suela) de acuerdo con los pictogramas e indicaciones textuales que veremos a continuación.
- País de origen, "Hecho en..."; "Fabricado en..."; Industria..."
- identificación del fabricante, importador y/o distribuidor.
- Norma de referencia: NTE INEN en caso de que esta exista o norma extranjera que apliquen al rotulado de calzado.

La etiqueta de Marca contiene la siguiente información:

- Marca comercial y/o
- Logotipo

Los materiales principales que conforman el calzado deben estar presentes en al menos 80 % de la superficie, para la capellada, el forro y la plantilla y en al menos el 80 % en volumen de la firme o suela.








Para determinar el 80 % de la capellada no se tomará en cuenta los accesorios o refuerzos tales como ribetes, protectores de tobillos, adornos, hebillas, orejas, anillos para ojete o dispositivos análogos.

Si ninguno de los materiales representa al menos el 80 % se facilitará la información sobre los dos materiales principales que componen las partes del calzado, colocando primero el material predominante entre los dos.

Para los tipos de calzado que no presentan forro, debe indicarse en la etiqueta "sin forro".

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

Grafico: 22 Etiqueta de Cada Par de Zapato

<p>HECHO EN COLOMBIA MARCA: JULIETHY FABRICANTE PEDRO PADILLA RUT: IMPORTADOR GIOVANNY JAVIER MALLA MALQUIN RUC: 1715914709001 DIR.: CALLE OLMEDO OE8-75 Y MIRES Quito - Ecuador Norma de Referencia RTE INEN 013: 2006 TALLA # 34</p>	<p>a) Capellada</p> 	<p>SINTETICO</p> 
	<p>b) forro</p> 	<p>TEXTIL</p> 
	<p>c) plantilla</p> 	<p>TEXTIL</p> 
	<p>d) firme o suela</p> 	<p>SINTETICO</p> 

Elaborado por: El Autor

6.2 Procedimiento de Importación.

6.2.1 Elección del Régimen Aduanero.

Previo a efectuar una importación se deberá definir el régimen aduanero con el cual la mercancía va a ingresar al país, ya que dependiendo del régimen se tendrá que cumplir con las formalidades que exige la Ley Orgánica de Aduana y su Reglamento. Los regímenes aduaneros utilizados en las operaciones comerciales internacionales son:

- **Regímenes Comunes.-** Son de carácter definitivo
 - **Régimen 10:** Importación a consumo
 - **Régimen 40:** Exportación a consumo

- **Regímenes Especiales de Importación.-** El pago de tributos, aduaneros puede ser suspensivo, liberatorio o devolutivo
 - **Régimen 12:** Exportación bajo reposición en franquicia arancelaria
 - **Régimen 20:** Admisión temporal con reexportación en e) mismo estado
 - **Régimen 21:** Admisión temporal para perfeccionamiento activo
 - **Régimen 24:** Ferias Internacionales

- **Régimen 50:** Exportación Temporal con reimportación en el mismo estado
- **Régimen 51:** Exportación Temporal para perfeccionamiento pasivo
- **Régimen 70:** Depósito Comercial Público
- **Régimen 71:** Depósito Comercial Privado
- **Régimen 72:** Depósito Industrial
- **Régimen 73:** Almacén Libre In Bond O Duty Free
- **Régimen 74:** Maquila
- **Régimen 79:** Exportación a consumo desde zona franca

De acuerdo al tipo de mercancía importada se utilizará el régimen 10 Importación a consumo, ya que se necesita nacionalizar la mercancía para inmediatamente ser comercializada en el territorio nacional.

6.2.2 Importación a Consumo Régimen 10.

Según el Art. 147 del Código Orgánico de la Ley de la Producción, Comercio e Inversiones, establece que es el régimen aduanero por el cual las mercancías extranjeras son nacionalizadas y puestas a libre disposición para su uso o consumo definitivo.

A consumo pueden importar tanto ecuatorianos como extranjeros residentes en el país, como personas naturales o jurídicas. Podrán ser importadores casuales o frecuentes.

Todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional deberán registrar en su declaración aduanera el número del RUC, mismo que será válido por el sistema informático aduanero.

6.2.3 Negociación.

En el contacto comercial con el proveedor internacional se deben especificar los términos sobre los cuales se va a realizar la operación.

6.2.4 INCOTERMS.

El término que se utiliza en la Exportación e Importación de Calzado Femenino Colombiano es:

DAT (Delivered at Terminal) – Entrega en Terminal: Significa que el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía, una vez descargada del medio de transporte de llegada, se pone a disposición del comprador en la terminal designada en el puerto o lugar de destino designada. “Terminal” incluye cualquier lugar, cubierto o no, como un muelle, almacén, almacén de contenedores o Terminal de carreteras. (Ver pagina No. 96)

6.2.5 Transporte.

Las vías del Sistema Andino de Carreteras autorizadas, conforme la Decisión 399, para el transporte internacional que efectúe entre países del CAN son los ejes troncales el cual va ser utilizado para la movilización de la mercancía: Rumichaca - Tulcán - Ibarra - Quito.

Los cruces de frontera para los ejes mencionados entre Colombia y Ecuador son por Puente Rumichaca y Puente San Miguel.

En Ipiales y Tulcán se efectúa la operación de trasbordo coactivo de carga de camiones colombianos a ecuatorianos y viceversa. En algunos depósitos existen equipos para la manipulación de la carga.

Existen Centros Nacionales de Atención en Frontera (CENAF) a ambos lados del puente Rumichaca, en Ipiales y Tulcán. En estas instalaciones están agrupadas las diferentes entidades que tienen que ver con los trámites de comercio exterior.

6.2.6 Documentos de Acompañamiento de la Presentación de la DAU.

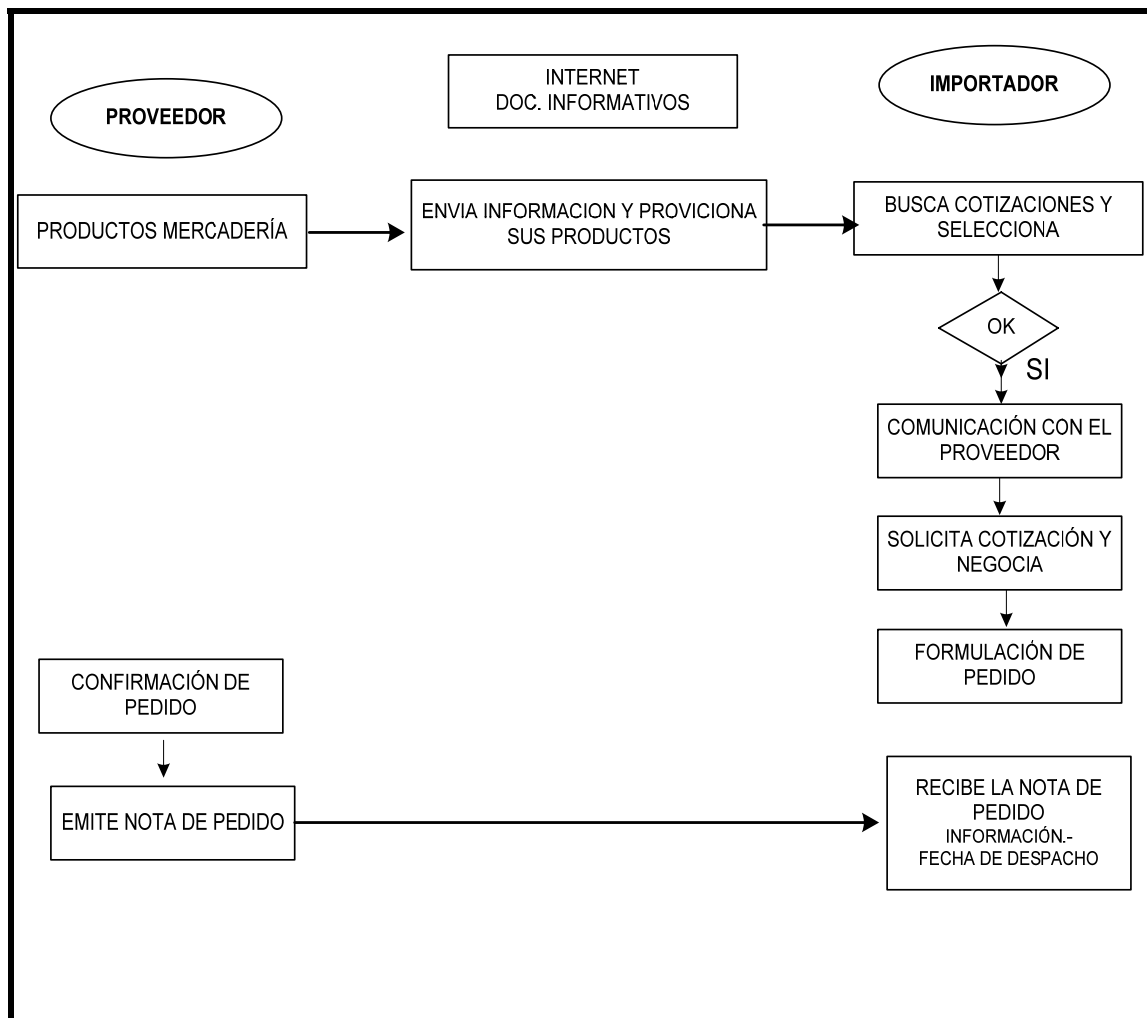
Complementariamente a los documentos de acompañamiento establecidos como obligatorios en la ley orgánica de aduanas se debe presentar en forma general lo siguiente:

6.2.6.1 Nota de Pedido

Documento el cual el importador presenta al proveedor para el respectivo despacho de la mercancía el cual debe constar la descripción del producto, el monto a pagar, para ello el importador se sujetará de la proforma y la negociación pactada, es decir, conformidad con el INCOTERMS entre las dos partes.

La nota de pedido es importante porque nos permite presentar en el Instituto de Normalización Ecuatoriana para la obtención del INEN. (Ver anexo 32)

Grafico: 23 Nota de Pedido

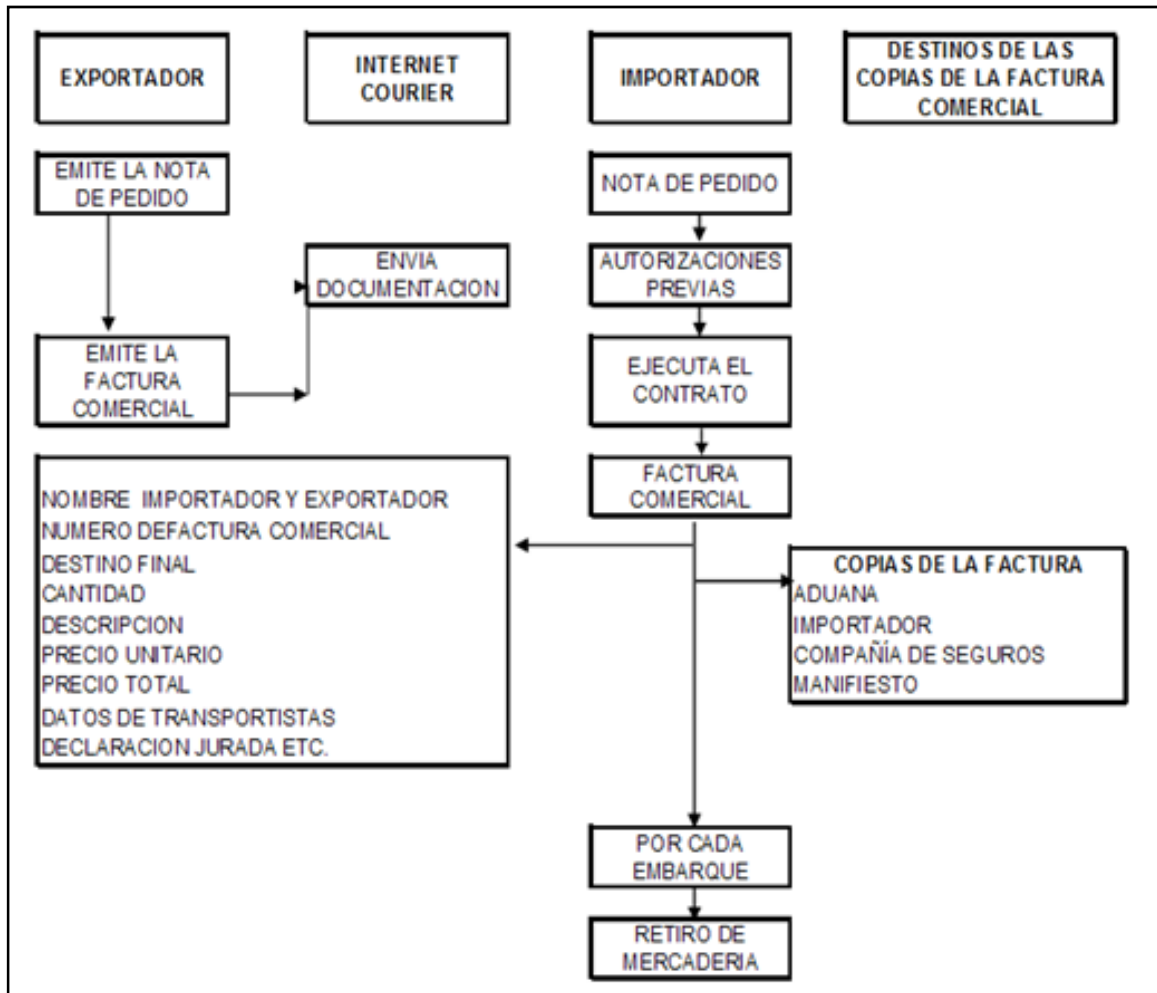


ELABORADO POR: EL AUTOR

6.2.6.2 Factura Comercial

Documento privado que el vendedor de una mercancía extiende a favor de su adquiriente Al efectuar una compra. En el comercio internacional las facturas deben contener datos y detalles técnicos relativos a las mercancías objeto de transacción, con indicación de las unidades de medida, cantidad de unidades vendidas, precios unitarios y totales, el Incoterm de la transacción pactada, peso bruto y neto, marcas, Desglose de los diferentes gastos si existiese, moneda de transacción, formas de pago. (Ver anexo 33).

Grafico: 24 Factura Comercial



ELABORADO POR: EL AUTOR

6.2.6.3 Original o Copia Negociable del Conocimiento de Embarque, Carta de Porte

Documento de carácter comercial o escritura privada por medio del cual el encargado del transporte o el cargador reconocen el embarque de cierta mercancía, bajo ciertas condiciones. En este documento consta la entrega, propiedad, transporte y descripción de la mercancía con destino al lugar pactado.

De acuerdo al medio de transporte se conoce al conocimiento de embarque, el cual se detalla a continuación:

Tabla 25: Documentos de Transporte

CONOCIMIENTO DE EMBARQUE	VÍA DE TRANSPORTE
Bill of Lading	Marítima
Air waíl o Guía Aérea	Aérea
Carta de Porte Internacional	Terrestre

ELABORADO POR: EL AUTOR

Conocimiento de embarque internacional emitido por la empresa que realiza el transporte por carretera, donde consta la recepción de mercancía para su traslado al punto convenido en las condiciones pactadas. La carta de porte internacional es la existencia de un contrato de transporte para la mercancía y además es un documento que forma parte de la documentación exigida para el cumplimiento de las formalidades aduaneras, se emite en tres ejemplares:

- Uno para el exportador
- Uno para el transportista
- Uno para el importador

En el caso del Ecuador este es el último documento que se espera, para con este comenzar el trámite de desaduanamiento de las mercancías.

La carta de porte debe contener lo siguiente:

- Nombre del proveedor/embarcador

- Nombre del consignatario/importador
- Lugar de Embarque
- Lugar de Desembarque
- Peso neto de la carga
- Peso bruto de la carga
- Cantidad de bultos transportados
- Valor del Flete Internacional
- Número de la Factura Comercial
- Valor de la mercancía
- Fecha de Embarque

6.2.6.4 Póliza de Seguro

Documento que representa el contrato de seguro entre la compañía aseguradora y el importador asegurando la mercancía y el flete. Allí constan las condiciones que en forma general y/o especial regulan las relaciones entre las dos partes.

El seguro conlleva a amparar los bienes transportados contra los riesgos que puedan afectarles durante su desplazamiento de un lugar a otro y en el transcurso de períodos en que los bienes deben permanecer en reposo debido a las circunstancias del viaje (carga/descarga, estancias...) además, cubre los daños producidos al medio de transporte y a terceros.

Es un seguro para la mercancía y el flete el cual en caso de sufrir algún siniestro se puede recuperar todo o parcial de la misma. La empresa importadora debe contratar este seguro para cubrir la mercancía y el flete para no sufrir una posible inestabilidad económica.

Debe existir un contrato con la empresa aseguradora, con acuerdo entre las partes contratantes, la empresa aseguradora emitirá la respectiva póliza el cual la se cubrirá la mercancía desde el país de origen hasta su destino; a póliza de seguro deberá ser inscrita con fecha anterior o igual al embarque y por un valor igual o superior a costo más el flete.

Se deberá tomar en cuenta las siguientes consideraciones para la elaboración de la póliza:

- Fecha de embarque
- Incoterm
- Valor del costo más el flete
- Tipo de mercancía
- Medio de transporte.

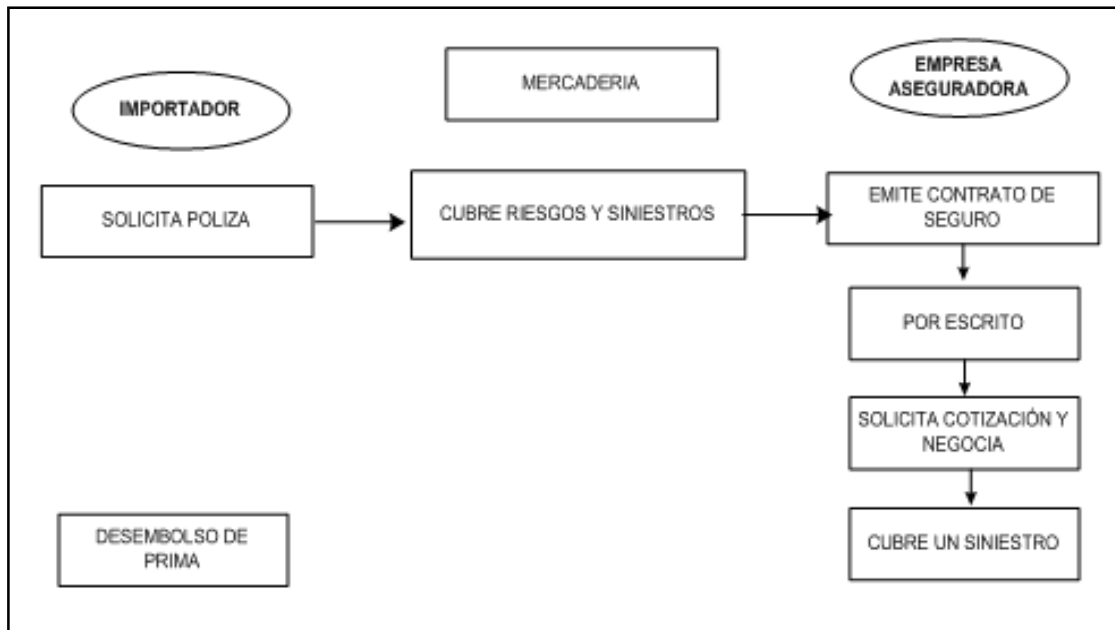
El art. 1 de la res. 04-2011-r2 en concordancia con el art. 110 del COPCI nos indica que la base imponible de los derechos arancelarios es el valor de transacción +flete + seguro (en otras palabras, CIF).

- La póliza no es un documento de soporte, ni de acompañamiento tal cual lo indica el art. 2 de la resolución anteriormente indicada (04-2011-r2), es decir, no se debe presentar junto con la declaración.

NOTA: Que no presente junto con la declaración **NO SIGNIFICA** que no sea tomado en cuenta para la base imponible.

- En caso de no poseer una póliza, entonces el valor presuntivo que se debe declarar en la DAU es del 1% del valor las mercancías.
- Se recomienda que se mantenga la emisión de las pólizas puesto que a pesar que la aduana no va a revisar que exista dentro del trámite una póliza de seguro en su control concurrente; en el control posterior tendría inconveniente, si se declara una póliza y no la tiene físicamente con la documentación.
- Se debe tomar en consideración que según el art. 4 de la resolución antes mencionada, cuando haya un valor de póliza distinto al porcentaje establecido como valor presuntivo (es decir, menor al 1%), la SENAÉ podrá proceder a revisar que los valores declarados sean idénticos a aquellos que constan en la póliza de seguro que sirvió para el establecimiento de la base imponible. **(Ver anexo 34)**

Grafico: 25 Póliza de Seguro



ELABORADO POR: EL AUTOR

6.2.6.5 Manifiesto de Carga

El manifiesto de carga es un documento de transporte de presentación obligatoria ante la aduana para el cumplimiento de la recepción aduanera, en el que deben consignarse los siguientes datos:

Identificación y nacionalidad del medio de transporte; Número de identificación de la unidad de transporte, cantidad de bultos, clase de embalaje, peso y especificación de su contenido; Nombre del remitente y del destinatario o consignatario, debiendo indicar en el caso de carga consolidada el detalle de cada uno de los consignatarios; Número del conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte; Bodega en la que deberá efectuar la entrega de las mercancías, para su almacenamiento temporal.

En el caso de transporte de carga consolidada para uno o más consignatarios, o de bultos sueltos, por los que se emiten conocimientos de embarque o guías hijas, el manifiesto debe contener los datos de los mismos, además de la información correspondiente a los conocimientos o guías madre.

6.2.6.6 Certificado de Origen

Documento que comprueba el país de origen de los bienes o mercancías, es exigido en el país de destino con objeto de determinar el origen de las mercancías a fin de obtener los beneficios arancelarios totales del 100% de la declaración aduanera o parcial que van del 1% al 99 % negociado u obtenido a través de un acuerdo comercial. Este documento se obtiene del exportador con el aval de la cámara de comercio del país de origen.

En la actualidad, la aplicación de la salvaguardia por balanza de pagos incluye el establecimiento de una excepción de la aplicación del programa de liberación vigente en el marco de la CAN, así como de preferencias arancelarias acordadas en el marco de la ALADI y en los acuerdos de Complementación Económica y de Alcance Parcial suscritos por el Ecuador, por lo que para las subpartidas afectadas por la salvaguardia el Certificado de Origen no puede cumplir con la función para el cual fue creado.

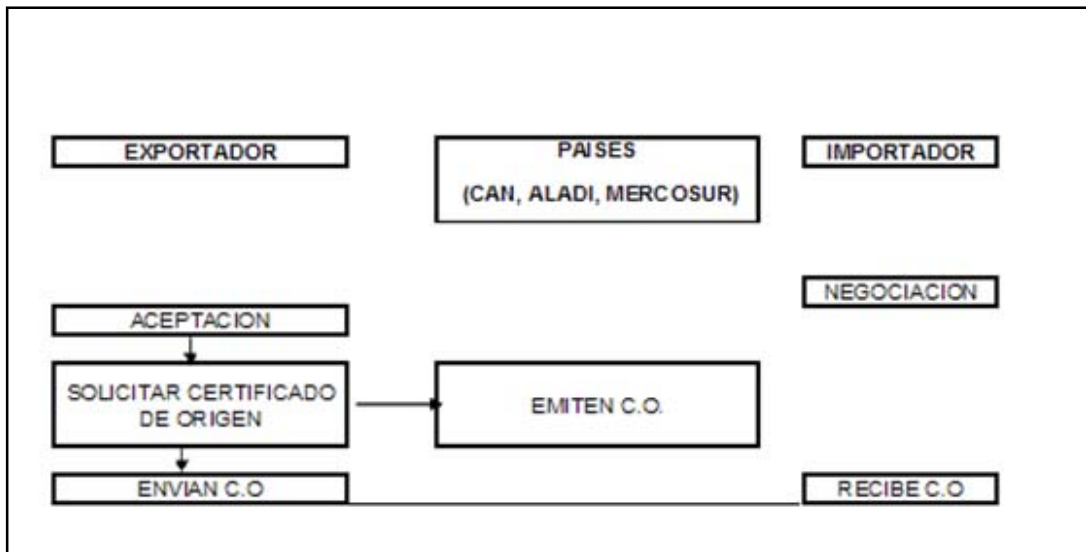
El certificado de origen es el documento emitido en el formato oficial, establecido en los acuerdos comerciales, y que sirve para acreditar el cumplimiento de los requisitos (criterios) de origen establecidos en las normas de origen que rigen de acuerdo y, por ende, acogerse a las preferencias arancelarias totales o parciales concedidas por los países miembros de dichos acuerdos.

El interesado debe acudir a las dependencias mencionadas con los siguientes documentos:

- Factura comercial
- Declaración de origen
- Formulario de origen debidamente llenado, sellado y firmado por el exportador

(Ver anexo 25)

Grafico: 26 Certificado de Origen.



ELABORADO POR: EL AUTOR

Los demás exigibles por regulaciones expedidas por el COMEX y/o por el directorio de la corporación aduanera ecuatoriana en el ámbito de sus competencias INEN (ver pág. No. 139)

2.10.3.1. Consideraciones Adicionales

Una vez recopilada la documentación arriba detallada, y previa transmisión electrónica de la misma en el SICE, dependiendo del tipo de aforo que corresponda (aforo físico, aforo documental, aforo automático), corresponderá presentar la declaración aduanera en el departamento de nacionalización.

Cuando se trate de aforo físico documental. En caso de ser aforo automático bastará liquidar y cancelar la obligación tributaria aduanera y el agente de aduana pasa a ser el custodio de los documentos originales de la declaración aduanera.

Es obligatoria la intervención del Agente de Aduanas en los despachos de las importaciones de mercancías cuyo valor sobrepase los dos mil dólares de los Estados Unidos de América (USD. \$2.000).

6.3 Intercambio Electrónico de Datos IED

6.3.1 Declaración Aduanera Única (DAU)

La Declaración Aduanera, es el documento por el cual se informa a la SENAE el detalle de las mercancías a ser nacionalizadas, utilizando el formulario electrónico diseñado para el efecto, la Declaración Aduanera Única Electrónica (DAU-e), la cual contiene información del declarante, régimen precedente, consignatario, medio de transporte, partida, descripción arancelaria y comercial, valor aduanero, peso de las mercancías, entre otros datos.

La finalidad de la DAU electrónica es informar a la SENAE sobre los datos de la importación bajo total confidencialidad ya que el Agente Afianzado es la única persona autorizada de realizar esta operación por medio del correo seguro.

El DAU-B es utilizado cuando existe más de una subpartidas.

El DAU-C se utiliza para que el importador determine la autoliquidación de los tributos, es de carácter obligatorio. (Ver anexo 35, 36)

6.3.2 Declaración Andina de Valor (DAV)

Es un documento de presentación obligatoria para todos los regímenes de importación, con excepción de las mercancías que se encuentren exentas del pago de los Derechos Arancelarios de conformidad con lo previsto en el Art. 27 de la LOA., y también aquellas que ingresen al amparo de los regímenes de Tránsito Aduanero, Importación Temporal para Perfeccionamiento Activo, Depósito Aduanero Comercial Público, Depósito Aduanero Comercial Privado, Importación bajo reposición con Franquicia Arancelaria, Zona Franca, y Maquila.

La DAV es responsabilidad del importador por lo que va adjunta como documento de acompañamiento en la Declaración Electrónica.

La DAV tiene como finalidad el determinar el valor en aduana de la importación a través de la descripción de las subpartidas. (Ver anexo 37)

6.3.3 Cumplimiento de Formalidades Aduaneras

6.3.3.1 Presentación Documentos Físicos

El importador recopila los documentos físicos originales y procede a presentar en la Aduana.

Los documentos son los que se detallan a continuación:

Documentos que se debe Presentar

- DAU A-B
- DAV
- Carta de Porte
- Factura Comercial
- Póliza de Seguro
- Certificado de Origen
- INEN
- Manifiesto de Carga
- RUC

6.3.3.2 Almacenaje

La SENAE controla las bodegas temporales que brindan el servicio de almacenaje para las mercancías que pasan por la frontera entre Colombia y Ecuador, entre las cuales tenemos:

- BOLIVARIANA.
- BOSEFO.
- EL ROSAL.
- ADUANOR.
- MIDECAR.
- SITSA.
- B.P. TERAN, entre otras.

Cabe indicar que la SENA, a través del distrito aduanero en el puente de Rumichaca, y como indica el Manifiesto de Carga, se dirige a la bodega donde llegará la mercancía, siendo esto un derecho del consignatario.

Cada una de éstas cobra un valor por almacenaje, el que varía por el tiempo que permanecen las mercancías en sus instalaciones este valor varia de acuerdo a las mercancías así tenemos:

- 0.3 % del valor FOB a las exportaciones más Impuesto al Valor Agregado (IVA).
- 0.13 % del valor CIF a las importaciones más Impuesto al Valor Agregado (IVA).

6.3.3.3 Manipuleo de carga

En esta intervienen:

- **IN HOUSE:** encargada de chequear el producto que ingresa o salga de las bodegas.
- **PICKING:** es el documento en el que consta el producto que se va a retirar.
- **ESTIBA:** carga y descarga de las mercancías.
- **EMBARQUE:** como se distribuye y asegura las mercancías en el vehículo.

6.3.3.4 Tiempo de entrega

Para el cruce de frontera se tiene un tiempo estimado de 1 a 2 horas esto depende del trafico fronterizo y si la documentación presentada no muestre ninguna observación ni se encuentre incompleta, para la nacionalización se requerirá de 6 a 7 horas.

6.3.3.5 AFORO

Acto administrativo de determinación tributaria, mediante el cual el Distrito Aduanero procede a la revisión documental o al reconocimiento físico de la mercancía para la determinación de la naturaleza, cantidad, valor y clasificación arancelaria de la mercancía en cuestión.

Los aforos se realizarán por parte de la Administración Aduanera o por las empresas contratadas o concesionadas y se efectuará en destino, conforme a las disposiciones que dicte para el efecto el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA E.

El aforo físico en destino es obligatorio en los siguientes casos:

- Cuando la mercancía venga con certificado de inspección en origen y se active el mecanismo de selección aleatoria.
- Cuando el declarante no acepte las observaciones formuladas por la aduana a su declaración.
- Cuando el Gerente Distrital conociere o presumiere del sometimiento de un ilícito aduanero.
- Cuando lo solicite el declarante.
- En los demás que establezca el Directorio de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.

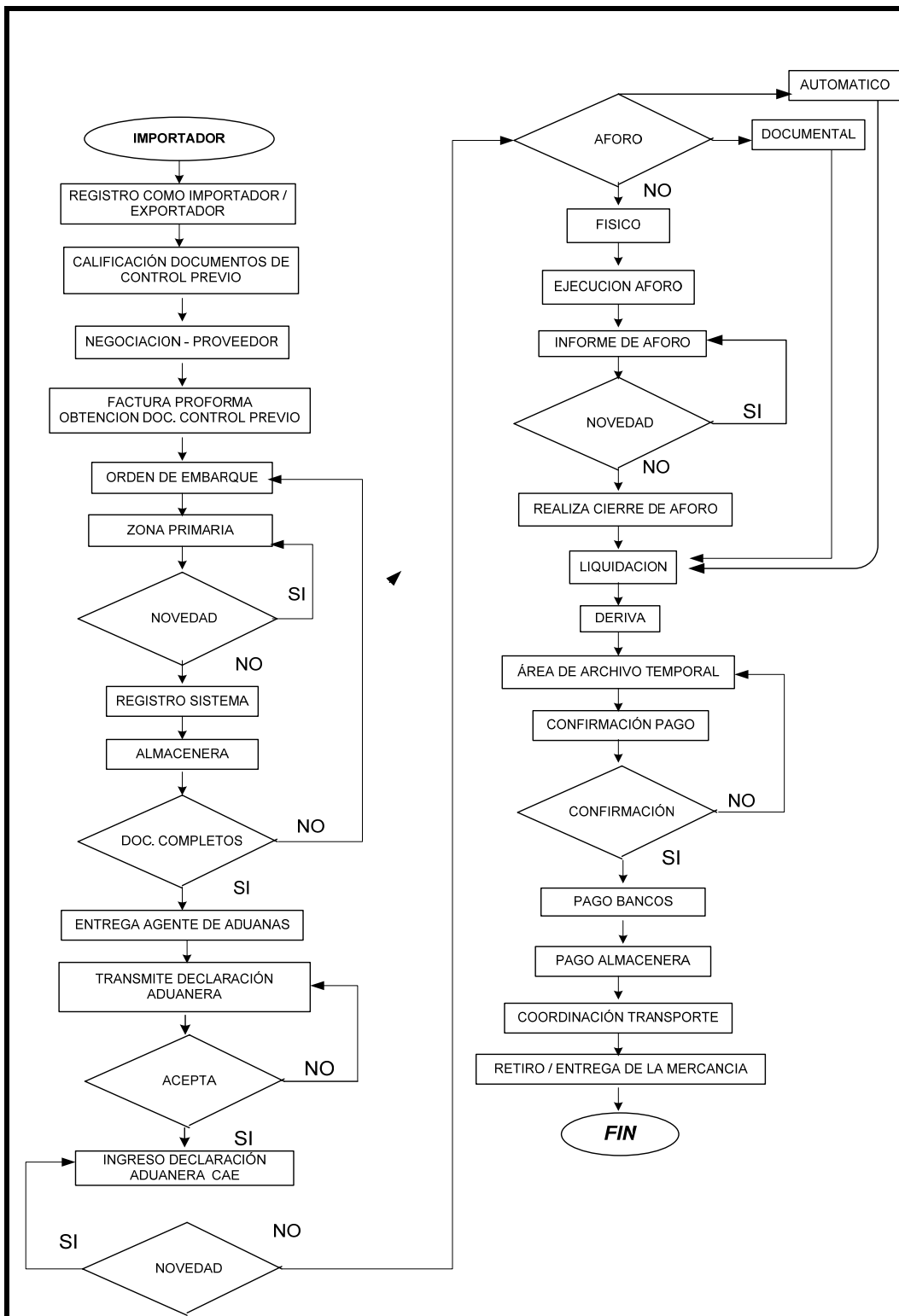
Procede el aforo documental cuando no se active el mecanismo selectivo aleatorio.

Toda mercadería proveniente de zonas francas, puertos libres, puertos de transferencia y, en general de los denominados paraísos fiscales, ingresados vía terrestre, marítimas, fluviales o aéreas, será obligatoriamente sometida a aforo físico en destino.

El aforo físico se realizará en forma inmediata, será público y con la presencia del declarante o su Agente de Aduana.

El Distrito autorizará el pago de los tributos aduaneros cuando el aforo documental sea firme y no se haya activado el mecanismo de selección aleatoria; el aforo automático mediante la validación y análisis electrónico de la declaración aduanera a través del sistema informático y de la determinación de perfiles de riesgo establecidos por el SENA E, este tipo de aforo se lo aplicará a los OAE que hayan realizado importaciones durante los últimos cinco años y cuyo valor anual FOB sea mayor a ocho millones de dólares, y si realizado el aforo físico no aparecieren observaciones que formular a la declaración.

Grafico: 27: Flujo grama de Importación a Consumo - Regimen 10



Elaborado por: El Autor

CAPITULO VII

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es una síntesis cuantitativa que demuestra con un margen razonable de seguridad, la realización del proyecto con los recursos programados y la capacidad de pago de la empresa.

En el estudio financiero se plantea la política empresarial con la que se manejara la importadora tanto para la compra, importación y venta del producto en el Ecuador.

Se determina la inversión necesaria requerida para el correcto funcionamiento de la empresa importadora de calzado femenino colombiano, en base al activo fijo, activo diferido y el capital de trabajo que constituyen la inversión total que realiza el propietario de la empresa.

Esto es de gran importancia debido a que JGM Importadora tiene un capital limitado y su sistema de negocio es la preventa en cadenas de almacenes, por tal motivo el capital de la importadora esta ligado al límite máximo de pedidos por colección.

Luego realizamos una evolución económica y financiera al realizar el balance general, el estado de resultados y el flujo de caja detallados a continuación son la base necesaria para el calculo del punto de equilibrio, el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), el período de recuperación de la inversión, y el análisis de los índices financieros.

Se debe tener presente que; El dinero tiene un valor asociado con el tiempo y, por consiguiente una suma que se recibe hoy valdrá más que si la misma cantidad se recibiera en el futuro.

El valor futuro y el valor presente de una suma determinada se basan en la cantidad de períodos y la tasa de interés vigente.

7.1 Políticas Empresariales.

- **Política de información y conocimiento.**

Con esta política, la importadora tiene como finalidad que todo el personal que se encuentre laborando para la misma, será personal calificado para cada puesto de trabajo, con el fin de brindar un adecuado servicio al cliente. Así como que nuestro personal guardará la confidencialidad de la información y conocimientos que la empresa le brinde para el desempeño de sus funciones.

- **Política para la adquisición del Calzado**

La empresa con el fin de optimizar costos en almacenamiento, establece que la adquisición del calzado se la realizará desde fábricas colombianas de acuerdo a las preventas realizadas con anterioridad a nuestros clientes de cadenas en el Ecuador.

- **Política Pagos y Créditos.**

Se establece que todas las exportaciones serán despachadas previo pago mediante transferencia o carta de crédito a favor del Exportador y la política de créditos se realizará en cheques a plazos en fechas cronológicas a la fecha de recepción de la mercancía por parte del cliente de cadenas que van desde 30, 45, 60, 75, 90 días.

- **Política de precios y utilidades**

La Importadora se marginará un 50% del costo del producto para establecer su PVP (precio de venta al público) para con los mismos cubrir los gastos de administración y comercialización.

- **Política de inversión**

La JGM al tratarse de una empresa Importadora y Distribuidora establece como política de inversión inicial, el valor de los costos fijos y diferidos y gastos generados de acuerdo al flujo de caja elaborado.

Como política de inversiones futuras la JGM Importadora establece que el total de las utilidades generadas durante el primer año de trabajo, se reinvertirán en la empresa para la ampliación de la oferta de calzado a mas clientes.

- **Política de servicio**

JGM Importadora establece como política de servicio a nuestros clientes que los pedidos se despacharán de acuerdo al cronograma de pre-ventas previamente pactado y en la fecha indicada.

Se realizará la importación de producto en los tiempos y plazos pactados para que nuestro cliente tenga siempre el producto a tiempo.

- **Política de control interno**

"JGM Importadora definen clara y explícitamente la aplicación objetiva, sistemática y homologada del control interno en todos sus procesos. El control interno ayuda a la empresa a conseguir sus metas, a asegurar la confiabilidad de sus estados financieros y al cumplimiento de las leyes y regulaciones.

A continuación se realizó el análisis financiero del flujo de caja, balance general y estado de pérdidas y ganancias, lo que permitirá apreciar objetivamente lo que ello representa.

El presupuesto de ventas está calculado con un margen de pedidos de 1500 pares trimestrales por cada cliente de cadenas de almacenes.

7.2 Presupuestos

Un presupuesto es un plan integrador y coordinador, que expresa en términos financieros las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un periodo determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados por la empresa.

7.3 Presupuesto de inversión

El presupuesto de inversión reúne las necesidades en activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo. A continuación se detallará la inversión previa a la puesta en marcha el presente proyecto.

Tabla 26: Balance de Situación Inicial

JGM Importadora	
Balance de Situación Inicial	
Activos	35.000,00
Corrientes	32.121,85
Caja – Bancos	-
Mostrario de Mercancía	404,75
Mercaderías	27.510,00
Importación	4.207,10
Fijos	2.380,07
Muebles y Enceres	679,92
Equipo de Computación	1.700,15
Diferidos	498,08
Gastos de Organización	298,08
Gastos de Adecuación	100,00
Gastos de Puesta en Marcha	100,00
Pasivos	0,00
Pasivos Corrientes	0
Patrimonio	35.000,00
Capital	35.000,00
Total Pasivo y Patrimonio	35000,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Giovanni Malla

7.4 Activos fijos

Los activos fijos, también llamados activos tangibles, corresponden a aquellas inversiones en bienes como: terrenos, edificios, maquinaria, equipos, etc., y que la empresa utiliza de manera continua para el desarrollo normal de sus actividades. Estos activos están sujetos a depreciaciones.

Tabla 27: Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS			
Detalle	Cantidad	Valor Unitario (USD)	Valor Total (USD)
Equipo de Computación			
Portátil	1	600,00	600,00
Computador de Escritorio	1	500,00	500,00
Impresora todo en uno	1	240,00	240,00
Impresora matricial	1	153,25	153,25
Internet Móvil	1	12,90	12,90
Flash memories 8G	3	18,00	54,00
Teléfono/ fax	1	140,00	140,00
Total Equipo de Computación	9		1700,15
Muebles y Enseres			
Escritorio de Oficina	1	78,92	78,92
Sillas Ergonómicas	3	87,00	261,00
Lámparas de dos focos	8	10,00	80,00
Archivador	1	25,00	25,00
Tablero de Exhibición	2	45,00	90,00
Micas	100	0,80	80,00
Rotulo	1	65,00	65,00
Total Muebles y Enceres	116		679,92
TOTAL ACTIVOS FIJOS			2380,07

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Giovanni Malla

7.5 Activos diferidos

Dentro de los activos diferidos se incluyen todos los desembolsos para adquirir activos no tangibles y son pagados para obtener un beneficio futuro a largo plazo. Estos activos están sujetos a amortización.

Tabla 28: Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS		
Detalle	Valor Unitario (USD)	Valor Total
Gastos de Organización		298,08
Registro SENAE	80,00	
Registro MIPRO	50,00	
Registro Mercantil	26,88	
Notaria	11,20	
Abogado	120,00	
Taza Judicial	10,00	
Gastos de Adecuación	100,00	100,00
Gastos de Puesta en Marcha		100,00
Imprevistos	100,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		498,08

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Giovanni Malla

7.6 Capital de Trabajo.

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados

Existen tres métodos para calcular el capital de trabajo:

- **Método contable.-** Consiste en el cálculo de la diferencia entre los activos corrientes y pasivos corrientes de la empresa, que representa la inversión en el capital de trabajo. Se recomienda utilizar este método para empresas en marcha, ya que con datos históricos se puede realizar una estimación más precisa para el nuevo proyecto.
- **Período a financiera.-** Calcula el capital de trabajo en función del financiamiento necesario para producir un bien o un servicio, desde el momento en que realiza el primer desembolso de dinero hasta el momento en que recupera dicha inversión.
- **Déficit acumulado máximo.-** El capital de trabajo, por medio de este método, se estima a través de la determinación del máximo déficit que se produce entre los ingresos y egresos de una empresa.

Se utilizará el **Método contable** para el cálculo del capital de trabajo, para lo cual, se aplicará la siguiente fórmula:

Para el cálculo se considerarán los requerimientos necesarios para 31 días en cuanto a sueldos, inventario inicial de mercaderías se presupuesta en base a una preventa, capital efectivo es el que se encuentra en caja-bancos como respaldo para las siguientes preventas, los insumos son los materiales de oficina que se gastan en el mes, servicios y otros. Los ítems que forman parte del capital de trabajo se muestran en la siguiente tabla:

$$\text{Activos Corrientes} - \text{Pasivos Corrientes} = \text{Capital de trabajo}$$

Tabla 29: Capital de Trabajo

Detalle	Valor Unitario (USD)
Activo Corriente	32.121,85
Caja – Bancos	-
Mostrario de Mercancía	404,75
Mercaderías	27.510,00
Importación	4.207,10
Pasivo Corriente	4.155,00
Sueldos y Salarios	3.900,00
Servicios Básicos	255,00
Capital de Trabajo	27.966,85

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Giovanni Malla

7.7 Cronograma de Inversiones

El realizar un cronograma de inversiones le permitirá a la empresa determinar el momento exacto en el que debe realizar las inversiones en activos fijos que se requieran, ya sea por reemplazo o por ampliación en cuanto a infraestructura.

(Ver pagina siguiente).

Tabla 30: Cronograma de Reinversiones Año

Detalle	Cantidad	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor Unitario (USD)
Equipo de Oficina								
Portátil	1	600,00	-	-	-	-	-	600,00
Reinversión Portátil	1	-	-	-	600,00	-	-	600,00
Computador de Escritorio	1	500,00	-	-	-	-	-	500,00
Reinversión Computador de Escritorio	1	-	-	-	500,00	-	-	500,00
Impresora todo en uno	1	240,00	-	-	-	-	-	240,00
Reinversión Impresora todo en uno	1	-	-	-	240,00	-	-	240,00
Impresora matricial	1	153,25	-	-	-	-	-	153,25
Reinversión Impresora matricial	1	-	-	-	153,25	-	-	153,25
Internet Móvil	1	12,90	-	-	-	-	-	12,90
Reinversión Internet Móvil	1	-	-	-	12,90	-	-	12,90
Flash memories 8G	3	54,00	-	-	-	-	-	54,00
Reinversión Flash memories 8G	3	-	-	-	54,00	-	-	54,00
Teléfono/ fax	1	140,00	-	-	-	-	-	140,00
Reinversión Teléfono/ fax		-	-	-	140,00	-	-	140,00
Total Equipo de Oficina	8	1700,15	-	-	-	-	-	3260,30
Muebles y Enseres								
Escritorio de Oficina	1	78,92	-	-	-	-	-	78,92
Sillas Ergonómicas	3	261,00	-	-	-	-	-	261,00
Lámparas de dos focos	8	80,00	-	-	-	-	-	80,00
Archivador	1	25,00	-	-	-	-	-	25,00
Tablero de Exhibición	2	90,00	-	-	-	-	-	90,00
Micas	100	80,00	-	-	-	-	-	80,00
Rotulo	1	65,00	-	-	-	-	-	65,00
Total Muebles y Enceres	108	679,92	-	-	-	-	-	679,92
TOTAL REINVERSIONES		2380,07	0,00	0,00	1700,15	0,00	0,00	3940,22

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Giovanni Malla

En el año 0 se realizará la inversión inicial en equipos de oficina y de muebles y enseres, necesarios para la ejecución del proyecto. En el año 3 se realizará una reinversión en equipos de computación por el término de su vida útil.

7.8 Presupuesto de Operación

El presupuesto de operación consta básicamente del presupuesto de ingresos y egresos, los mismos que serán estructurados en base a las ventas y gastos proyectados.

7.9 Presupuesto de Ingresos

En el presupuesto de ingresos se presentan las proyecciones de las ventas que se espera obtener en el horizonte del proyecto. En la tabla presentada a continuación se muestran dichas estimaciones:

Tabla 31: Presupuesto de ventas (unidades)

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sandalias de Mujer	4500	5175	5951	6844	7871

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Giovanni Malla

En la Tabla se puede observar la cantidad de unidades vendidas por producto y por periodo, datos que son estimados de acuerdo al porcentaje de captación del mercado y el crecimiento anual esperado.

Tabla 32: Presupuesto de Ingresos Anual (USD)

PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sandalias de Mujer	\$ 128.196,67	\$ 147.426,18	\$ 169.540,10	\$ 194.971,12	\$ 224.216,79

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Giovanni Malla

Los datos que se aprecian en la Tabla corresponden al presupuesto de ingresos expresado en unidades monetarias.

7.10 Presupuesto de Egresos

El estructurar un presupuesto de egresos le va a permitir a la empresa determinar todos aquellos costos y gastos en los que incurre para la importación y distribución del calzado. El presupuesto de egresos está conformado por los costos fijos y costos variables en los que se incurre para el buen desarrollo de las actividades de la empresa.

7.11 Depreciaciones de activos fijos

Las depreciaciones son un gasto que representa el desgaste de la inversión en obra física y equipamiento que se produce por su uso, y a su vez, representa un escudo fiscal ya que se presenta como un gasto contable, más no efectivo, para compensar, mediante una reducción en el pago de impuestos, las ganancias reportadas por el proyecto.

Existen 4 métodos para depreciar los activos fijos, que son: método de línea recta, suma de los dígitos, doble tasa sobre saldos decrecientes y unidades de producción. Sin embargo, en el reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno expresa en su Art. 25, núm. 6, lit. A; los porcentajes de que se deben aplicar para el cálculo de la depreciación anual, los cuales se presentan a continuación:

Tabla 33: Tabla de Porcentajes de Depreciación

La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

- (I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.
- (II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- (III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- (IV) Equipos de cómputo y software 33% anual.

Tabla 34: Depreciación Muebles y Enseres

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	
VALOR	679,92
TIEMPO EN AÑOS	10
DEPRECIACIÓN ANUAL	67,99
DEPRECIACIÓN MENSUAL	5,67

Tabla 35: Depreciación Equipo de Computación

DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN	
VALOR	1700,15
TIEMPO EN AÑOS	3
DEPRECIACIÓN ANUAL	566,72
DEPRECIACIÓN MENSUAL	47,23

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Giovanni Malla

7.12 Amortizaciones

Los activos diferidos son desembolsos de dinero cuyos beneficios se presentan a largo plazo, que no son recuperables pero deben ser amortizados.

La ley especifica que las amortizaciones de gastos pre-operacionales, gastos de organización y constitución deben ser efectuadas en un plazo no mayor a 5 años en porcentajes anuales iguales.

Tabla 36: Amortización Activos Diferidos (USD)

Detalle	Valor Unitario (USD)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Organización						
Registro SENAE	80,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00
Registro MIPRO	50,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Registro Mercantil	26,88	\$ 5,38	\$ 5,38	\$ 5,38	\$ 5,38	\$ 5,38
Notaria	11,20	\$ 2,24	\$ 2,24	\$ 2,24	\$ 2,24	\$ 2,24
Abogado	120,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00
Taza Judicial	10,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Gastos de Adecuación	100,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Gastos de Puesta en Marcha	100,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
TOTAL		\$ 99,62	\$ 99,62	\$ 99,62	\$ 99,62	\$ 99,62

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Giovanni Malla

En la Tabla se pueden apreciar las amortizaciones de los diferentes activos diferidos. Dentro de los activos diferidos constan los gastos de organización, gastos de adecuación y gastos de puesta en marcha.

7.13 Costos fijos y costos variables

Los costos fijos son aquellos desembolsos de dinero en lo que debe incurrir la empresa para el giro de su negocio, estos son constantes ya que no dependen del volumen de producción o del volumen de unidades comercializadas.

Tabla 37: Costos fijos (USD)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos personal administrativo	\$ 15.600,00	\$ 15.600,00	\$ 15.600,00	\$ 15.600,00	\$ 15.600,00
Servicios básicos	\$ 1.020,00	\$ 1.020,00	\$ 1.020,00	\$ 1.020,00	\$ 1.020,00
Depreciación activos fijos	\$ 634,71	\$ 634,71	\$ 634,71	\$ 634,71	\$ 634,71
Amortización activos diferidos	\$ 119,62	\$ 119,62	\$ 119,62	\$ 119,62	\$ 119,62
Reinversión activos fijos	\$ -	\$ -	\$ 1.700,15	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 17.374,33	\$ 17.374,33	\$ 19.074,48	\$ 17.374,33	\$ 17.374,33

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Giovanni Malla

A diferencia de los costos fijos, los costos variables si dependen del volumen de ventas de la empresa. En este proyecto se distinguen los costos variables, los mismos que se presentan en la siguiente tabla:

La importadora agrupará su línea de productos según los enfoques de mercadeo identificados en el plan estratégico, de acuerdo al siguiente portafolio:

- Línea de Sandalias para Damas.

El costo variable de las prendas por tratarse de una empresa importadora se verá reflejado en los costos de importación. El costo variable unitario se lo obtendrá dividiendo los costos de importación de cada una de las prendas para cantidad de pares unitario.

Tabla 38: Costo de la Mercancía

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Compras	\$ 82.530,00	\$ 147.426,18	\$ 169.540,10	\$ 194.971,12	\$ 224.216,79
Costo de Importación	\$ 12.621,29	\$ 14.514,48	\$ 16.691,65	\$ 19.195,40	\$ 22.074,71
TOTAL	\$ 95.151,29	\$ 161.940,66	\$ 186.231,76	\$ 214.166,52	\$ 246.291,50

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Giovanni Malla

Tabla 39: Detalle del Proceso de Liquidación

IMPORTACION DE CALZADO								
PAÍS DE IMPORTACIÓN	CANTIDAD PARES	DETALLE	PRECIO UNITARIO	ACUERDO	COSTO F.O.B.	DAU		C.I.F
						SEGURO	FLETE Importación	
COLOMBIA	1.500,00	SANDALIA DE FIESTA	18,34	CAN	27.510,00	19,21	20,00	27.549,21
AUTOLIQUIDACIÓN								
Partida Arancelaria	AD/VALOREM CALZADO	LIBERACIÓN / CERT ORIGEN	IVA	FODINFA	CORPEI	TOTAL LIQUIDACIÓN ADUANA		
	10%	100%	12,00%	0,005	\$ 5,00			
6402999000	2.754,92	-	3.322,43	137,75	-	3.460,18		
AGENTE DE ADUANAS								
TRANSPORTE IPIALES - QUITO	ALMACENAJE	PÓLIZA DE SEGURO	AGENTE	IVA AGENTE	INEN	TOTAL TRANSPORTE Y AGENTE	TOTAL A PAGAR IMPORTACIÓN	
530,04	22,40	22,88	80,00	9,60	82,00	746,92	4.207,10	

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Giovanni Malla

El presupuesto de egresos está conformado por los costos fijos y costos variables:

Tabla 40: Presupuesto de Egresos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos fijos	\$ 17.374,33	\$ 17.374,33	\$ 19.074,48	\$ 17.374,33	\$ 17.374,33
Costos variables	\$ 95.151,29	\$ 161.940,66	\$ 186.231,76	\$ 214.166,52	\$ 246.291,50
TOTAL	\$ 112.525,62	\$ 179.314,99	\$ 205.306,24	\$ 231.540,85	\$ 263.665,83

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Giovanni Malla

Tabla 41: Flujo de Caja

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD DEMANDADA	4500	5175	5951	6844	7871
COSTO UNITARIO	\$ 21,14	\$ 21,86	\$ 22,61	\$ 23,38	\$ 24,17
PRECIO	\$ 28,49	\$ 29,42	\$ 30,39	\$ 31,39	\$ 32,42

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$ 128.196,67	\$ 152.262,72	\$ 180.853,25	\$ 214.819,91	\$ 255.174,76
- Costo variable	\$ 95.151,29	\$ 113.144,40	\$ 134.540,00	\$ 159.981,52	\$ 190.234,02
= MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 33.045,39	\$ 39.118,32	\$ 46.313,25	\$ 54.838,39	\$ 64.940,73
- Sueldos	\$ 15.600,00	\$ 15.912,00	\$ 16.230,24	\$ 16.554,84	\$ 16.885,94
- Depreciación anual	\$ 634,71	\$ 634,71	\$ 634,71	\$ 634,71	\$ 634,71
- Amortización de los diferidos	\$ 99,62	\$ 99,62	\$ 99,62	\$ 99,62	\$ 99,62
- Servicios básico	\$ 1.020,00	\$ 1.054,68	\$ 1.090,54	\$ 1.127,62	\$ 1.165,96
= UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 15.691,06	\$ 21.417,31	\$ 28.258,15	\$ 36.421,61	\$ 46.154,51
- Gastos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 15.691,06	\$ 21.417,31	\$ 28.258,15	\$ 36.421,61	\$ 46.154,51
- 15% Trabajadores	\$ 2.353,66	\$ 3.212,60	\$ 4.238,72	\$ 5.463,24	\$ 6.923,18
= BASE IMPONIBLE	\$ 13.337,40	\$ 18.204,72	\$ 24.019,42	\$ 30.958,36	\$ 39.231,34
- 25% Impuesto a la renta	\$ 3.334,35	\$ 4.551,18	\$ 6.004,86	\$ 7.739,59	\$ 9.807,83
= UTILIDAD NETA	\$ 10.003,05	\$ 13.653,54	\$ 18.014,57	\$ 23.218,77	\$ 29.423,50
= UTILIDAD NETA POR PERIODO	\$ 3.334,35	\$ 4.551,18	\$ 6.004,86	\$ 7.739,59	\$ 9.807,83

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Giovanni Malla

7.14 Estructura de financiamiento.

La estructura de financiamiento indica cómo se originaran los recursos monetarios necesarios para la inversión inicial. En este caso provendrá de recursos propios con una inversión de \$35000 dólares.

7.15 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel en que los ingresos y egresos son iguales, es decir la utilidad es igual a cero. Para el cálculo utilizamos la siguiente formula:

Punto de Equilibrio para determinar la cantidad:

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo unitario}}$$

Punto de Equilibrio para determinar la cantidad:

$$PE(\$) = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ingresos}}}$$

ROE (Retorno sobre las Utilidades):

$$ROE = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ingreso}}$$

Para que JGM Importadora no tenga pérdidas, debe tener los siguientes puntos de equilibrio en cada año.

Tabla 42: Punto de Equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PE (Cantidad):	2365 unid	2344 unid	2322 unid	2300 unid	2279 unid
PE (Dólares):	\$ 67.402,17	\$ 68.976,59	\$ 70.583,28	\$ 72.222,92	\$ 73.896,20
PORC DE LOS INGRESOS	52,58%	45,30%	39,03%	33,62%	28,96%

ROE (Retorno Sobre las Utilidades) 7,79% 8,96% 9,95% 10,80% 11,53%

Elaborado por: Giovanni Malla

7.16 Evaluación financiera

La evaluación financiera permite comparar los beneficios proyectados asociados a una decisión de inversión con su correspondiente flujo de desembolsos proyectados.

7.17 Determinación de las Tasas de Descuento

La tasa de descuento es aquella rentabilidad que el accionista exige por invertir sus recursos en el proyecto, renunciando a un uso alternativo de estos, ya que podría invertirlos en otros proyectos. La tasa de descuento debe ser determinada para actualizar los flujos de caja y de esta manera realizar una evaluación financiera en función del valor actual.

La tasa de descuento representa el costo de oportunidad para los accionistas que están dispuestos a invertir en el proyecto.

Tabla 43: Tasa de descuento

Costo de oportunidad	12,41%
Riesgo del proyecto	8,00%
Total	20.41%

Elaborado por: Giovanni Malla

7.18 Criterios de Evaluación

Los criterios de evaluación son los indicadores financieros empleados para valorar el proyecto.

El cálculo de estos criterios se realiza en base a los flujos de fondos proyectados y expuestos anteriormente.

7.19 Valor Actual Neto

El valor actual neto permite actualizar los flujos de fondos de un proyecto, para conocer las utilidades que generará la inversión en la empresa. Para el cálculo del VAN se utilizará la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+i)^t} - I_o$$

En donde:

BN_t = Flujo de efectivo en un períodos

i = TMAR del proyecto

t = período

Tabla 44: Valor Actual Neto

		ESTÁNDAR	RESULTADO
VALOR ACTUAL NETO :	\$ 51.048,68	VAN >= 0	EL PROYECTO ES FACTIBLE

Elaborado por: Giovanni Malla

Se ha definido el valor actual neto de los flujos de fondos generados sin financiamiento. Lo que indica que el proyecto es rentable.

7.20 Tasa Interna de Retorno

“La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual”.

Por el criterio del TIR, un proyecto se considera rentable cuando ésta es mayor que la tasa de descuento.

Tabla 45: Tasa Interna de Retorno

		ESTÁNDAR	RESULTADO
TIR (Tasa Interna de Retorno):	52%	TIR > Tasa de dscto	EL PROYECTO ES FACTIBLE

Elaborado por: Giovanni Malla

7.21 Periodo de Recuperación de la inversión

El período de recuperación explica el momento en el cual la inversión inicial se recupera, en función de los flujos actualizados en cada periodo del horizonte del proyecto.

El momento en que se recupera la inversión, sin contar con un financiamiento, se da a los 2 años, 6 meses aproximadamente.

Tabla 46 : Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN	UTILIDAD PERIODO	UTILIDAD ANUAL
AÑO 1 PERIODO 1	\$ 3.334,35	
AÑO 1 PERIODO 2	\$ 3.334,35	
AÑO 1 PERIODO 3	\$ 3.334,35	\$ 10.003,05
AÑO 2 PERIODO 4	\$ 4.551,18	
AÑO 2 PERIODO 5	\$ 4.551,18	
AÑO 2 PERIODO 6	\$ 4.551,18	\$ 13.653,54
AÑO 3 PERIODO 7	\$ 6.004,86	
AÑO 3 PERIODO 8	\$ 6.004,86	\$ 12.009,71
TOTALES	\$ 35.666,30	\$ 35.666,30

Elaborado por: Giovanni Malla

7.22 Relación Beneficio / Costo

La razón beneficio costo expresa el rendimiento en términos de valor actual neto, que genera el proyecto por unidad monetaria invertida. Este valor debe ser mayor que la unidad para aceptar el proyecto, lo que a su vez significa que el valor actual neto es positivo, en caso contrario se debe rechazar.

$$\frac{\sum_{t=0}^n \frac{Y_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{E_t}{(1+i)^t}}$$

Donde:

Y = ingresos

i = TMAR

t = período

Tabla 47: Relación Beneficio / Costo

		ESTÁNDAR	RESULTADO
R b/c:	\$ 2,29	Rb/c > 1	EL PROYECTO ES FACTIBLE

Elaborado por: Giovanni Malla

7.23 Resumen de indicadores financieros

Después de llevar a cabo la evaluación financiera se presentan los resultados en los siguientes escenarios:

Tabla 48: Indicadores financieros sin financiamiento

		ESTÁNDAR	RESULTADO
VALOR ACTUAL NETO :	\$ 43.723,36	VAN > = 0	FACTIBLE
TIR :	44%	TIR > Tasa de dscto	FACTIBLE
R b/c:	\$ 2,29	Rb/c > 1	FACTIBLE

Elaborado por: Giovanni Malla

Se ha determinado que existe rentabilidad en el proyecto.

CONCLUSIONES

- Después de realizar el análisis de sector del calzado en el Ecuador, llego a la conclusión de que el sector no se ve afectado por la importación de calzado femenino colombiano ya que este es de precio mas alto que el nacional, tomando en cuenta que los insumos son hechos en Colombia y su calidad esta en el tercer puesto a nivel continental.
- En es estudio de mercado se llega a la conclusión que las cadenas de almacenes a nivel nacional son la mejor manera de posicionar el producto ya que este tipo de clientes realiza sus adquisiciones de forma mayorista ya que abastecen a sus locales de acuerdo a las temporadas a nivel nacional.
- Por medio del estudio de mercado se determinó el país de donde se realizara la importación de calzado femenino, y se detallo los pasos a seguir al momento de realizar una compra en el exterior.
- En el capitulo de negociación internacional detallo los métodos de la negociación y lo que principalmente se debe de tomar en cuenta al momento de realizar un pedido, contrato o compra internacional.
- En el estudio técnico se detalla el proceso de creación de la importadora dando un esquema de empresa en crecimiento con organización y objetivos claros.
- En el proceso colombiano de exportación y en el proceso ecuatoriano de importación se aclara la idea de lo que se debe hacer al momento de que un proveedor no sea exportador en Colombia y explica de manera clara los documentos, requisitos y logística de transporte al momento de la importación en el Ecuador.
- Los índices financieros son altamente ventajosos y muestran que la empresa a más de solvente es altamente rentable y dan luz verde a la puesta en marcha del proyecto.

RECOMENDACIONES

- Dada la actual situación en el país con respecto a la restricción en las importaciones, se debe aprovechar de la mejor manera y al máximo esta oportunidad, pues ya que por medio de los convenios internacionales que se tiene como es el de la CAN con Colombia, vemos una puerta abierta a importar calzado desde ese país teniendo en cuenta que no se perjudica la industria nacional ya que los insumos que se utilizan en la confección de este producto son hechos en un 80% en Colombia.
- Dado que el comercio exterior es sensible a cambios repentinos recomiendo su estudio permanente de las resoluciones, leyes, que se impongan a nivel nacional e internacional.
- Diseñar y ejecutar periódicamente investigaciones de mercado que permitan monitorear los cambios en las preferencias, gustos y necesidades de los clientes, en cuanto al producto y al servicio para que la empresa pueda establecer y desarrollar estrategias de innovación.
- Realizar campañas intensivas de publicidad para evitar una disminución en las ventas.
- Establecer alianzas estratégicas con los proveedores para minimizar los costos de transporte.
- La idea del negocio es bastante atractiva por su baja inversión y su alta rentabilidad por lo que se recomienda ponerla en práctica.

ANEXOS

Anexo 1: Lista de Locales ETAFASHION

LOCALES QUITO	DIRECCIÓN
C.C. QUICENTRO	AV. NACIONES UNIDAS Y 6 DE DICIEMBRE LOCAL 101
C.C. CCI	AMAZONAS ENTRE NACIONES UNIDAS Y JAPÓN LOCAL B56
C.C. CONDADO	AV. MARISCAL SUCRE Y AV. DE LA PRENSA LOCAL 244
PANA NORTE	10 DE AGOSTO N60-122 Y STA. LUCIA
C.C. BOSQUE	AV. OCCIDENTAL Y AV. EDMUNDO CARVAJAL LOCAL 53 – 58
CALLE GUAYAQUIL	GUAYAQUIL N3-115 Y ESPEJO LOCAL 5
C.C. RECREO	AV. PEDRO VICENTE MALDONADO S/N LOCAL# 46H-31H
C.C. SAN LUIS	AV. SAN LUIS E ISLA STA. CLARA LOCAL
C.C. QUICENTRO SUR	AV. TNTE HUGO ORTIZ Y AV. MORAN MAL VERDE LOTE # 1
LOCALES GUAYAQUIL	DIRECCIÓN
9 DE OCTUBRE	9 DE OCTUBRE 416 Y CHILE
C.C. SAN MARINO	AV. FRANCISCO DE ORELLANA Y LUIS PLAZA DAÑIN LOCAL 03
VILLAJE PLAZA	VILLAJE PLAZA KM 1 1/2 VÍA ZAMBORONDÓN
C.C RIO CENTRO SUR	AV. 25 DE JULIO LOCAL 6070
MALL DEL SOL	KENNEDY NORTE JOAQUÍN J. ORANTICA GONZALES S/N Y JUAN
LOCALES CUENCA	DIRECCIÓN
C.C. MALL RIO	AV. FELIPE II AUTOPISTA S/N PLANTA BAJA
LOCALES AMBATO	DIRECCIÓN
C.C. MALL ANDES	AV. ATAHUALPA S/N Y AV. VÍCTOR HUGO
LOCALES IBARRA	DIRECCIÓN
C.C. MALL PLAZA	AV. MARIANO ACOSTA Y GALO PLAZA

Anexo 2: Formulario de Calificación de Proveedores de Mercadería



FORMULARIO DE CALIFICACION DE PROVEEDORES DE MERCADERÍA

No. _____

CIUDAD QUITO FECHA _____
 RAZON SOCIAL GIOVANNY JAVIER MALLA MALQUIN
 NOMBRE COMERCIAL JGM IMPORTADORA
 RUC 1715914709001
 CORREO ELECTRÓNICO jgm_importadora@hotmail.com
 DIRECCIÓN OFICINAS Calle Olmedo 1371 y Mires Segundo Piso
 DIRECCIÓN FÁBRICA _____
 NUMEROS TELEFONICOS 2289767 / 2285483 / 087063035
 PERSONA DE CONTACTO GIOVANNY MALLA

TIPO DE EMPRESA PRODUCTOR COMERCIALIZADOR IMPORTADOR
 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL UNIDADES (SOLO PRODUCTOR)
 JORNADA DIARIA DE TRABAJO HORAS _____ DIAS PROMEDIO DE TRABAJO AL MES
 NO. TURNOS AL DIA

TIPO DE MERCANCÍA A PRESENTAR

ROPA DE BEBÉ	<input type="checkbox"/>	ADULTOS MUJERES	<input type="checkbox"/>
ROPA DE NIÑA	<input type="checkbox"/>	ADULTOS HOMBRES	<input type="checkbox"/>
ROPA DE NIÑO	<input type="checkbox"/>	CALZADO NIÑA	<input checked="" type="checkbox"/>
ROPA DE ADOLESCENTES MUJERES	<input type="checkbox"/>	CALZADO NIÑO	<input checked="" type="checkbox"/>
ROPA DE ADOLESCENTES HOMBRES	<input type="checkbox"/>	CALZADO MUJER	<input checked="" type="checkbox"/>
JÓVENES MUJERES	<input type="checkbox"/>	CALZADO HOMBRE	<input checked="" type="checkbox"/>
JÓVENES HOMBRES	<input type="checkbox"/>	ACCESORIOS	<input checked="" type="checkbox"/>
		HOGAR	<input type="checkbox"/>

NOMBRE DEL COMPRADOR _____ DEPARTAMENTO _____
 ACEPTACIÓN NEGACIÓN FIRMA _____

MOTIVO DE LA NEGACIÓN _____

NOMBRE DEL COMPRADOR _____ DEPARTAMENTO _____
 ACEPTACIÓN NEGACIÓN FIRMA _____

MOTIVO DE LA NEGACIÓN _____

NOMBRE DEL COMPRADOR _____ DEPARTAMENTO _____
 ACEPTACIÓN NEGACIÓN FIRMA _____

MOTIVO DE LA NEGACIÓN _____

CONDICIONES DE COMPRA

CONTADO *PLAZO 90 días
 CRÉDITO 120 días

DESCUENTO _____ % (COMERCIAL)
 DESCUENTO 3 % (PARA PUBLICIDAD)

SOLICITADO POR:

 PROVEEDOR

REVISADO

APROBADO

MATRICULADO

 GERENTE DE COMPRAS

 CONTADOR GENERAL

 ADQUISICIONES

NOTA: Este documento será llenado en la primera cita con el comprador.

* Favor no alterar el formato del formulario en el descuento comercial que es 3%, ni en el plazo de pago que es 90 días

* En el caso que la información presentada feuse fraudulenta la solicitud será rechazada y dicha empresa o persona natural no podra ingresar como proveedor de ETAFASHION y sus filiales en ninguna otra ocasión

Anexo 3: Ficha Técnica de Calzado ETAFASHION



REFERENCIA _____

PROVEEDOR : JGM IMPORTADORA

COMPRADOR : _____

DESCRIPCIÓN _____

TELA TIPO _____

COMPOSICIÓN _____

GRAMAJE _____

PRODUCTO: CALZADO DEPORTIVO

MARCA: AIKER – ADICTION

ESTILO: DAMA - NIÑA - HOMBRE - NIÑO

PROCEDENCIA: COLOMBIA

NUMERACIÓN:

HOMBRE:	DEL 37 AL 43
JUNIOR:	DEL 27 AL 36

DESCRIPCIÓN HOMBRE – JUNIOR

DAMA:	DEL 34 AL 40
NIÑA:	DEL 27 AL 33

DESCRIPCIÓN DAMA - NIÑA



TALON



MARCA: ADICTION

PLANTA



REF.: 1344 DUBLIN

PUNTA Y CORDONES



COLOR: CAFÉ X BEIGE



TALON



MARCA: AIKER REF.: 1287 SPAIN

COLOR: P.BLANCA X BN BCO X LAT. CH. BCO. X PP. CH. FUCMA EST. MIREI GRIS

PLANTA



PUNTA Y CORDONES



Anexo 4: Lista de Locales PONY STORE

COMERCIAL CALZACOSTA S.A.	
TIENDA	DIRECCIÓN No DE LOCAL
GUAYAS-2	BOYACA1316YVELEZ
GÜAYAS-5	C.C. MALL DEL SOL LOCAL B8
GUAYAS-8	C.C. SAN MARINO LOCAL 17PB
GUAYAS-12	C.C.MALL DEL SUR LOCAL 119-120
MÁCHALA	C.C. PASEO SHOPPING MACHALA LOCAL 14-15-16
MANTA	C.C.PASEO SHOPPING MANTA LOCAL 9
PORTOVIEJO	C.C. PASEO SHOPPING PORTOVIEJO LOCAL 35-36
DURAN	C.C. DURAN OUT LET LOCAL 2-3
GUAYAS-10	C.C. RIOCENTRO SUR LOCAL 45-46
SIERRASHOES	
TIENDA	DIRECCIÓN No DE LOCAL
BOSQUE	C.C.EL BOSQUE LOCAL 219
QUICENTRO	C.C. QUICENTRO SHOPPING LOCAL 34
JARDÍN	C.C. MALL EL JARDÍN LOCALES 162-163-164
RECREO	C.C. EL RECREO LOCAL 30F
ATAHUALPA	C.C. ATAHUALPA LOCALES 53-54-55
QUICENTRO SUR	C.C. QUICENTRO SUR PB LOCAL 141-142
SAN LUIS	C.C. SAN LUIS SHOPPING LOCAL 179
RECREO PLAZA	C.C. EL RECREO PLAZA LOCAL 103
CUENCA-3	C.C. MALL DEL RIO LOCAL 3
I BARRA	C.C. LA PLAZA SHOPPING CENTER local 20
CONDADO	C.C. CONDADO SHOPPING LOCAL L270 PB

Anexo 5: Lista de Locales DE PRATI

Sucursal/Dependencia:	MATRIZ
Dirección:	Luque 317 y Chile esquina
Teléfonos:	PBX: 04-2323300
Sucursal/Dependencia:	LUQUE / DE PRATI MODA
Dirección:	Luque 317 y Chile esquina
Teléfonos:	PBX: 04-2522741
Sucursal/Dependencia:	POLICENTRO / DE PRATI MODA
Dirección:	Policentro
Teléfonos:	PBX: 04-2288800
Sucursal/Dependencia:	SUR / DE PRATI MODA
Dirección:	Sur
Teléfonos:	PBX: 04-2491944
Sucursal/Dependencia:	ROTONDA / DE PRATI MODA
Dirección:	Rotonda
Teléfonos:	PBX: 04-2246106
Sucursal/Dependencia:	SUR / DE PRATI HOGAR
Dirección:	Sur
Teléfonos:	PBX: 04-2490934
Sucursal/Dependencia:	ROTONDA / DE PRATI HOGAR
Dirección:	Rotonda
Teléfonos:	PBX: 04-2242415
Sucursal/Dependencia:	SAN MARINO / DE PRATI HOGAR
Dirección:	San Marino
Teléfonos:	PBX: 04-2083259
Sucursal/Dependencia:	MALL DEL SOL / DE PRATI JUNIORS
Dirección:	Mall del Sol
Teléfonos:	PBX: 04-2082099
Sucursal/Dependencia:	SAN MARINO / DE PRATI KIDS
Dirección:	San Marino
Teléfonos:	PBX: 04-2083356
Sucursal/Dependencia:	MALL DEL SOL / DE PRATI KIDS
Dirección:	Mall del Sol
Teléfonos:	PBX: 04-2288800
Sucursal/Dependencia:	Guayaquil / Emergencia
Dirección:	Julian Coronel y Escobedo
Teléfonos:	PBX: 04-2307656 / FAX: 04-2311933

Anexo 6: Encuesta a Clientes de Cadenas de Almacenes

Objetivo: el propósito general de la presente encuesta es conocer el grado de satisfacción, las necesidades y expectativas de los clientes de cadenas de almacenes.

1.- ¿Como calificaría su grado de satisfacción sobre el calzado que le ofrece JGM Importadora?

Pésimo __ Regular __ Bueno__ Muy bueno __ Excelente __

2.- ¿Cuál es su opinión acerca de los productos que comercializa la Importadora?

3.- ¿Cuál es su opinión acerca de la distribución del calzado que realiza la Importadora?

4.- ¿Cuál es su opinión acerca de los precios de calzado que le entrega la Importadora?

5.- En base a su experiencia en la venta de esta marca de calzado,
¿Considera que el calzado que ofrece la Importadora es del agrado de los clientes finales?

6.- Que cantidad de pares, por color y modelo solicitan ustedes para sus puntos de venta?

7.- En sus puntos de venta que cantidad de modelos exhiben por sección o estilo?

8.- En sus puntos de venta que cantidad de colores exhiben por cada modelo de zapato?

9.- En que se basa la frecuencia de compra de su empresa?

Anexo 7: Resultados Encuesta Telefónica a Cadenas de Almacenes

PREGUNTA 1

CADENAS DE ALMACENES	PREG.1	PREG.2	PREG.3	PREG.4	PREG.5
Cliente 1 Etafashion	Muy bueno	Tienen alta venta	Existen demoras	Son aceptables	Si por los diseños
Cliente 2 Pony Store	Excelente	Tienen variados diseños	Confusión de pedidos	Dentro de los precios del mercado	Si, por su durabilidad
Cliente 3 De Prati	Bueno	Tienen alta venta	Demoras en ciertas ocasiones	Precios normales	Si, son reconocidos

PREGUNTA 2

CATEGORÍA 2.1. BUENA PERCEPCIÓN DEL CALZADO 3 clientes

Alta venta	Buena Calidad	Variados Diseños
Tienen alta venta		
Tienen alta venta		
		Tienen variados diseños
2		1

CATEGORÍA 2.2. MALA PERCEPCIÓN DEL CALZADO

De los tres clientes encuestados ninguno tiene una mala percepción del calzado

PREGUNTA 3

CATEGORIA 3.1 BUENA PERCEPCION DE LA DISTRIBUCION

De los tres clientes encuestados los tres han tenido problemas con distribución.

CATEGORIA 3.2 MALA PERCEPCION DELA DISTRIBUCION

Demoras en la entrega	Confusión de pedidos
Existen demoras	-
	Confusión de pedidos
Demoras en ciertas ocasiones	-
2	1

PREGUNTA 4

CATEGORÍA 4.1. BUENA PERCEPCIÓN DEL PRECIO

Dentro de los precios del mercado	Precios normales	Son aceptables
		Son aceptables
	Precios normales	
Dentro de los precios del mercado		
1	1	1

CATEGORIA 4.2. MALA PERCEPCIÓN DEL PRECIO

De los tres clientes encuestados los tres no tienen problemas con precio.

Anexo 8: Encuesta Piloto

Buenos días/tardes, soy egresado de la ESPE, estamos realizando una encuesta sobre calzado; la información que usted nos brinde es de gran importancia para el desarrollo de nuestra tesis de grado, el tiempo máximo que le tomará son tres minutos, ¿Podría usted responderme las siguientes preguntas?

DATOS GENERALES:

Edad
<input type="checkbox"/> 15 – 25 <input type="checkbox"/> 26 – 36 <input type="checkbox"/> 26 – 36 <input type="checkbox"/> 26 – 36 <input type="checkbox"/> 59 en adelante
En que sector usted vive?
<input type="checkbox"/> SUR <input type="checkbox"/> CENTRO <input type="checkbox"/> NORTE

1. Al momento de comprar un calzado ¿Qué características prefiere?; Puede marcar más de una opción Calidad Precio Diseños o modelos

2.- ¿Con que frecuencia al año compra calzado?

3 a 5 veces al año a 2 veces al año 6 a 8 veces al año

3.- ¿Reconoce alguna de estas tres marcas? Puede marcar más de una opción.

PIELLINI _ CAPRINO _ JULIETHY, __

4.- ¿Ha usado usted alguna de estas tres marcas? Puede marcar más de una opción.

PIELLINI _ CAPRINO _ JULIETHY, __

5.- ¿Como identifica usted a las marcas Piellini, Santini Guga, Juliethy?

Alta Calidad y precio bajo Alta Calidad y precio alto
 Baja calidad y precio alto Baja calidad y precio bajo

6.- ¿Ha visto o escuchado usted algún tipo de promoción sobre alguna de estas tres marcas de calzado? Si No

7.- ¿Qué tipo de promoción recomendaría usted para hacer conocer más este producto?

Folleteria Radio Televisión Periódicos

Gracias

Anexo 9: Encuesta Consumidor Final

Buenos días/tardes, soy egresados de la ESPE, estamos realizando una encuesta sobre calzado; la información que usted nos brinde es de gran importancia para el desarrollo de nuestra tesis de grado, el tiempo máximo que le tomará son tres minutos, ¿Podría usted responderme las siguientes preguntas?

DATOS GENERALES:

Edad <input type="checkbox"/> 15 – 25 <input type="checkbox"/> 26 – 36 <input type="checkbox"/> 37 – 47 <input type="checkbox"/> 48 – 58 <input type="checkbox"/> 59 en adelante
En que sector usted vive? <input type="checkbox"/> SUR <input type="checkbox"/> CENTRO <input type="checkbox"/> NORTE

1. Al momento de comprar un calzado ¿Qué características prefiere?; Puede marcar más de una opción

Calidad Precio Diseños Comodidad

2.- ¿Con que frecuencia al año compra calzado?

1 a 2 veces al año 3 a 5 veces al año 6 a 8 veces al año

3.- ¿En que material prefiere comprar su calzado?

Cuero Sintético Tejido Otro

4.- ¿Que línea de calzado compra usted habitualmente?

Cerrados Sandalias Botas Deportivos

5.- ¿Reconoce alguna de estas tres marcas? Puede marcar más de una opción.

Piellini ___ Santini Guga___ Juliethy,___ Ninguna_____

6.- ¿Como identifica usted a las marcas Piellini, Santini Guga, Juliethy? Si no las conoce no responda esta pregunta.

Alta Calidad y precio bajo Baja calidad y precio alto
 Baja calidad y precio bajo Alta Calidad y precio alto

7.- ¿Qué tipo de promoción recomendaría usted para hacer conocer más este producto?

Folleteria Radio Televisión Periódicos

Gracias

Anexo 10: Reglamento JGM Importadora

Considerando:

Que para el correcto funcionamiento de las actividades internas en la Importadora es necesario establecer un reglamento, en el que se detalle las responsabilidades a la que se encuentra inmerso el personal, se acuerda:

Expedir el siguiente reglamento interno a cumplirse en la Importadora.

1.- De la Jornada Laboral

Art.1. Se exige puntualidad en la jornada laboral, el horario establecido de trabajo es:

- Lunes - Viernes ----- 8:00am - 17:00 pm
- Sábados ----- 8:00am - 14:00 pm
- Horario de lunch ----- 12:30am -13:30pm

Art.2. Se llevará un control de asistencia del personal.

Art.3. En períodos de mayor producción será necesaria la presencia del personal los días domingo de 9:00 am a 16:00 pm.

2.- Deberes del Propietario

Art. 4 Son deberes del propietario los siguientes:

- Velar por el respeto y práctica de valores dentro de la Importadora.
- Planificar, controlar y evaluar los distintos procesos en la Importadora.
- Realizar todo lo necesario en materia administrativa, operativa, comercial y financiera, con el propósito de lograr los objetivos trazados dentro de la Importadora.
- Realzar las marcas del calzado mediante estrategias de comercialización y publicidad.
- El propietario puede evaluar el trabajo de sus empleados, mediante inspecciones y visitas sin previo aviso al sitio de trabajo.
- Si existe desaparición de mercadería, el propietario, haciendo uso de sus facultades, puede realizar un chequeo a cada uno de sus empleados sin previo aviso.

3. Deberes del personal

Art5. Son deberes del personal los siguientes:

- Mantener el respeto entre compañeros y para con el propietario.
- Participar activamente en el trabajo, evitando pérdidas de tiempo en el proceso de distribución e inventario permanente.
- Dejar en orden todos los instrumentos y equipos utilizados en el desenvolvimiento de la jornada laboral.
- Recoger todo material o instrumento que pueda provocar algún accidente, ejemplo: estiletes, agujas, sogas, etc.
- Informar al propietario cualquier contratiempo presentado con sus compañeros, el desempeño, u otras inquietudes.
- Ser partícipe de soluciones y estrategias que beneficien al progreso de la Importadora.
- Cumplir con todas la responsabilidades de su puesto de trabajo como se establece en el manual de funciones.

4. Prohibiciones

Art.6. Los empleados tienen expresamente prohibido lo siguiente:

- Fumar dentro de las instalaciones.
- Beber alcohol y operar las maquinarias bajo su influencia.
- Estancar el proceso de distribución por asuntos innecesarios.

5. Sanciones:

Art7. Recibirán llamada de atención, las siguientes faltas consideradas como leves:

- Atraso al puesto de trabajo sin justificación.
- Faltar al puesto de trabajo sin justificación.
- La falta de respeto verbal hacia los compañeros.
- Dejar su puesto de trabajo para conversar o realizar alguna actividad innecesaria.

Art.8. **Causas para despido:**

- Atraso y falta al trabajo de forma repetida y sin ninguna justificación.

- Incurrir, ser participe o cómplice en actos de robo del material o instrumentos de la Importadora.
- Incurrir, ser participe o cómplice en cualquier acto que perjudique a la Importadora o a su propietario.
- Faltar consecutivamente el respeto a compañeros de trabajo.
- Faltar el respeto al propietario de la Importadora.

Art.9. Prevención

- Informe todo acto que pueda provocar accidentes.
- No realizar bromas con objetos corto-punzantes.
- No correr en las instalaciones de la Importadora.

Sr. Giovanni Malla

Gerente Propietario

Anexo 11: Manual de Funciones.

El manual de funciones contiene la descripción de cada uno de los cargos actuales de la empresa, con su respectiva identificación, funciones y requisitos.

Deberá ser objeto de revisiones secuenciales por cuanto debe ser flexible a los cambios que se produzcan en la importadora

Propósito:

El manual de funciones será utilizado en el proceso de contratación de nuevo personal y en el proceso de evaluación del desempeño, además, permitirá que el titular de cada uno de los cargos tenga claro lo que se espera obtener de él en el puesto de trabajo.

1. Gerente General y Administrativo.

El Gerente General es la autoridad máxima en la Importadora, es a él al que cada jefe departamental deberá informarle sobre las actividades realizadas en la misma.

- **Funciones Generales:**

- Dirigir y formular la política de la empresa.
- Representar a la compañía ante otras empresas o instituciones.
- Coordinar el funcionamiento general de la importadora junto con la asistencia
- de los jefes de las divisiones.
- Analizar y sugerir mejoras en el comportamiento y evolución de la actividad económica de la compañía.

- **Funciones Específicas:**

- Encargado de dirigir la fábrica, tomará decisiones administrativas apoyadas en los informes presentados por el Jefe de Compras y Ventas, Bodegas, y la Contadora.
- Coordinará y controlará las actividades de las unidades dependientes.
- Incentivar el trabajo en equipo, cooperación y compromiso.
- Aprovechar la información que le proporcionan para resolver problemas de la empresa.

- Negociar Internacionalmente con los proveedores en las Ferias Internacionales
- Realizar la entrega de pedidos dentro de la ciudad de Quito.
- Mantener los contactos oportunos con proveedores para analizar las características de los productos, calidades, condiciones de servicio, precio y pago.
- Controlar los plazos de entrega, estado de calzado, recepción de las facturas y entrega de las mismas a contabilidad para su registro, pago y contabilización.
- Tomará decisiones sobre el período de crédito que se le va a otorgar a cada cliente dependiendo la cantidad comprada, recibir los pedidos, inspeccionar el trabajo del bodeguero.
- Asegurar el cumplimiento de los planes de producción, dentro de los estándares previstos por la gerencia. Requiere de una gran capacidad de liderazgo, negociación, orientación a resultados y vocación de trabajo en equipo.
- Desarrollará potenciales clientes.

2. Contador(a)

En la escala jerárquica es un subordinado directo del Gerente General. Entre sus funciones están:

- Supervisar, coordinar y ejecutar las tareas del área, organizando y controlando los procesos de ingreso de información 'financiera, contable y tributaria.
- Realizará pagos a los proveedores y cancelar los roles de pagos.
- Tendrá que presentar los Estados Financieros cuadrados en cada cierre contable, así como la evaluación y análisis de los mismos.
- Preparación y determinación de impuestos.
- Elaborará reportes de gestión.
- Debe ser una persona muy ordenada y responsable.

3. Agente de Ventas.

Está bajo la dirección del Jefe de ventas y tendrá como funciones:

- La comercialización del producto, visitar a los clientes existentes y buscar nuevos posibles clientes.
- Viajar a cada una de las ciudades donde se distribuye el calzado para captar los

pedidos de los clientes.

- En las visitas que realice a cada una de las tiendas les mostrará los nuevos diseños para futuros pedidos.
- Se encargará de la atención al cliente, hacerle conocer las promociones y descuentos existentes.
- Entregar la mercadería solicitada en la respectiva tienda, ya sea fuera o dentro de la ciudad. Cuando tenga que entregar pedidos fuera de Quito lo realizará en buses de servicio de transporte.

4. Bodeguero.

Sus funciones establecidas son:

- Mantener el orden de la bodega clasificando las importaciones, así como llevar un inventario de estos.
- Capacidad de organizar en volúmenes: es el responsable de la carga y descarga de la mercancía dentro de la importadora.
- Ejecuta la limpieza de la bodega para el adecuado cuidado del calzado.


Anexo 12: Orden de Pedido

JGM IMPORTADORA OLMEDO OEB-75 Y MIRES QUITO - ECUADOR Tel: 02- 2289767 / 02 - 2285483 e-mail: jgm_importadora@hotmail.com				FECHA:		DIA	MES	AÑO	Nº 000001											
				Empresa:		ORDEN DE PEDIDO														
Propietario:		C.C./RUC.																		
Direccion:																				
Ciudad:		Plazo de entrega:		Vendedor:																
DESPACHAR POR:																				
NUMERACION														VALOR	VALOR	IVA	TOTAL			
MARCA	REF	CÓLOR	CAJAS	PARES	A	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	UNITARIO	CAJA	12%	
					B	27	28	29	30	31	32	33	34							
1																				
2																				
3																				
4																				
5																				
6																				
7																				
8																				
9																				
10																				
11																				
12																				
13																				
14																				
15																				
16																				
17																				
18																				
19																				
20																				
TOTALES																				
NOTA:														FIRMA - CLIENTE ACEPTO LAS CONDICIONES DE ESTE PEDIDO						
- El envío de la mercancía en el presente pedido, quedará sometido a la aprobación de la solitud de crédito. - Esta orden de pedido corresponde a manufacturas en proceso y son elaboradas por orden expresa del cliente, por tanto NO aceptamos devoluciones salvo defectos de fabrica o garantías de producción. - La mercancía viaja por cuenta y riesgo del cliente. - Los pagos con cheque POR FAVOR a nombre de "GIOVANNY MALLA" caso contrario NO tienen valides ante la empresa.																				

Anexo 13: Guía de Remisión

<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; display: inline-block;"> <p>JGM Importadora</p> <p><i>Malla Malquin Giovanni Javier</i></p> <p><small>VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE CALZADO, CARTERAS, PRENDAS DE VESTIR Y DIVERSOS PRODUCTOS PARA TODA OCASION QUE HACEN RESALTAR A LA MUJER DE HOY</small></p> <p>Dir.: Olmedo Oe8-75 y Mires (esquina) Telfs.: 2289-767 / 2285-483 e-mail: jgm_importadora@hotmail.com Quito - Ecuador</p> </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>RUC: 1715914709001</p> <p>GUIA DE REMISION 001-001</p> <p align="center" style="color: red; font-size: 1.2em;">Nº 099038</p> <p>AUT. SRI. 1108397959</p> </div>																																																	
<p>FECHA DE INICIO DE TRASLADO: _____ COMPROBANTE DE VENTA: _____</p> <p>FECHA DE TERMINACIÓN DE TRASLADO: _____ FECHA DE EMISIÓN: _____</p>																																																		
MOTIVO DEL TRASLADO:																																																		
<input type="checkbox"/> VENTA	<input type="checkbox"/> TRASLADO ENTRE ESTABLECIMIENTOS DE UNA EMPRESA	<input type="checkbox"/> DEVOLUCIÓN																																																
<input type="checkbox"/> COMPRA	<input type="checkbox"/> TRASLADO POR EMISOR ITINERANTE DE COMPROBANTE DE VENTA	<input type="checkbox"/> IMPORTACIÓN																																																
<input type="checkbox"/> TRANSFORMACIÓN		<input type="checkbox"/> EXPORTACIÓN																																																
<input type="checkbox"/> CONSIGNACIÓN		<input type="checkbox"/> OTROS																																																
FECHA: _____ PUNTO DE PARTIDA: _____																																																		
DESTINATARIO																																																		
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL _____ RUC o C.I. _____																																																		
PUNTO DE LLEGADA _____																																																		
IDENTIFICACIÓN DE PERSONA ENCARGADA DEL TRANSPORTE																																																		
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL _____ RUC o C.I. _____																																																		
BIENES TRANSPORTADOS:																																																		
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 65%;">DESCRIPCIÓN</th> <th style="width: 15%;">CANTIDAD</th> <th style="width: 20%;">UNIDAD</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>			DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD																																													
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD																																																
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> ORIGINAL - ADQUIRENTE - COPIA - EMISOR Molina Gallardo Edison Edmundo, GRÁFICAS MOLINEDY RUC.: 1761728176001 Aut: 1816 • TelF: 2952-861 F. Imp: JUNIO 2010 del 001 al 050 VALIDA SU EMISIÓN HASTA JUNIO 2011 </div>																																																		

Anexo 16: Factura

 JGM Importadora <i>Malla Malquin Giovanni Javier</i> VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE CALZADO, CARTERAS, PRENDAS DE VESTIR Y DIVERSOS PRODUCTOS PARA TODA OCASION QUE HACEN RESALTAR A LA MUJER DE HOY Dir.: Olmedo Oe8-75 y Mires (esquina) Telfs.: 2289-767 / 2285-483 e-mail: jgm_importadora@hotmail.com Quito - Ecuador		RUC: 1715914709001 FACTURA 001-001 Nº 000201 AUT. SRI. 1108209381	
Fecha: _____			
Señor (es): _____		Telf.: _____	
RUC/C.I.: _____		Guía de Remisión: _____	
Dirección: _____			
Cant.	DESCRIPCION	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
Cant. Total		SUBTOTAL	
		IVA 0 %	
		IVA 12 %	
		TOTAL \$	

Entregue Conforme
Recibi Conforme

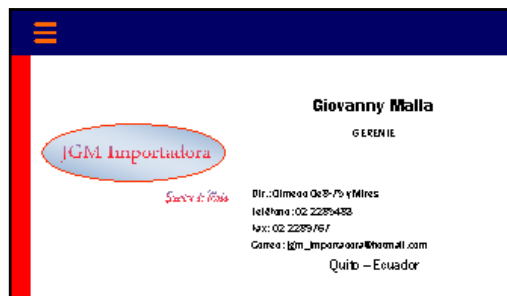
ORIGINAL - ADJURANTE / COPIA EMISOR

 Molina Salgado Edison Edmundo, GRÁFICAS MOLINEDY. RUC.: 1701729178001 Aut: 1816 • Telf.: 2932-861 F. Imp: MAYO 2010 del 0151 al 0250
 VALIDA SU EMISION HASTA MAYO 2011

Anexo 17: Hoja Membretada



Anexo 18: Tarjeta de Presentación.



Anexo 19: Certificado de Matricula Mercantil Colombiana

No. 8657269



CERTIFICADO DE MATRICULA MERCANTIL DE:
PADILLA PATERNINA PEDRO JESUS

EL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, CON FUNDAMENTO
EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

C E R T I F I C A

ULTIMO AÑO RENOVADO: 2010
FECHA DE RENOVACION: 2010/02/12

C E R T I F I C A

NOMBRE:
PADILLA PATERNINA PEDRO JESUS
CEDULA DE CIUDADANIA : 91348473
NIT : 91348473-6 BUCARAMANGA
DIRECCION COMERCIAL: Calle 41 No. 20-52
DOMICILIO: BUCARAMANGA TEL: 6422697
EMAIL:

C E R T I F I C A

MATRICULA: 05-128476-01 DEL 2006/01/24

C E R T I F I C A

ACTIVIDAD COMERCIAL :
FABRICACION DE CALZADO DE CUERO Y PIEL.

C E R T I F I C A

MATRICULA ESTABLECIMIENTO: 126807 DEL 2006/01/24
ULTIMO AÑO RENOVADO: 2010
FECHA DE RENOVACION: 2010/02/12
CALZADO JULIETHY
Calle 41 No. 20-52 BUCARAMANGA

C E R T I F I C A

DIRECCION PARA RECIBIR NOTIFICACIONES JUDICIALES :
Calle 41 No. 20-52 BUCARAMANGA

C E R T I F I C A

EL COMERCIANTE ES AFILIADO A LA CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA DESDE:
2007/06/19

C E R T I F I C A





PROCEDENCIA DE LOS ANTERIORES DATOS: QUE LA INFORMACION ANTERIOR HA SIDO TOMADA
DIRECTAMENTE DE LOS FORMULARIOS DE MATRICULA DILIGENCIADOS POR EL COMERCIANTE.

EXPEDIDO EN BUCARAMANGA, A 2010/11/10 17:05:13 -

LOS ACTOS DE REGISTRO AQUI CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME CINCO DIAS HABILES
DESPUES DE LA FECHA DE INSCRIPCION, SIEMPRE QUE, DENTRO DE DICHO TERMINO, NO
SEAN OBJETO DE LOS RECURSOS DE REPOSICION ANTE ESTA ENTIDAD, Y / O
DE APELACION ANTE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO.

EL PRESENTE CERTIFICADO NO CONSTITUYE CONCEPTOS FAVORABLES DE USO DE SUELO,
NORMAS SANITARIAS Y DE SEGURIDAD.

Anexo 20: Copia del Formulario RUT

	Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal	001																																				
Espacio reservado para la DIAN 		2. Concepto <input type="text" value="09"/> Solicitud de actualización de datos de ident 4. Número de formulario 14137139107  <small>(415)7707212489984(80:01) 0000014137139107</small>																																				
5. Número de Identificación Tributaria (NIT): <input type="text" value="91348473"/> - 6. DV <input type="text" value="6"/>		12. Dirección seccional <input type="text" value="Impuestos y Aduanas de Bucaramanga"/>																																				
IDENTIFICACION																																						
24. Tipo de contribuyente: <input type="text" value="Persona natural o sucesión ilíquida"/>		25. Tipo de documento: <input type="text" value="2"/> Cédula de ciudadanía																																				
26. Número de identificación: <input type="text" value="91348473"/>		27. Fecha expedición: <input type="text" value="19930922"/>																																				
Lugar de expedición: <input type="text" value="COLOMBIA"/>		28. País: <input type="text" value="169"/>																																				
29. Departamento: <input type="text" value="Santander"/>		30. Ciudad/Municipio: <input type="text" value="Piedepuebla"/>																																				
31. Primer apellido: <input type="text" value="PADILLA"/>	32. Segundo apellido: <input type="text" value="PATERNINA"/>	33. Primer nombre: <input type="text" value="PEDRO"/>																																				
34. Otros nombres: <input type="text" value="JESUS"/>		35. Razón social:																																				
36. Nombre comercial: <input type="text" value="CALZADO JULIETHY"/>		37. Sigla:																																				
UBICACION																																						
38. País: <input type="text" value="COLOMBIA"/>		39. Departamento: <input type="text" value="Santander"/>																																				
40. Ciudad/Municipio: <input type="text" value="Bucaramanga"/>		41. Dirección: <input type="text" value="CL 41 20 52"/>																																				
42. Correo electrónico: <input type="text" value="adrianamb1226@hotmail.com"/>		43. Apartado aéreo:																																				
44. Teléfono 1: <input type="text" value="6422697"/>		45. Teléfono 2:																																				
CLASIFICACION																																						
Actividad económica		Ocupación																																				
46. Código: <input type="text" value="1921"/>		47. Fecha inicio actividad: <input type="text" value="20060101"/>																																				
48. Código: <input type="text" value="1921"/>		49. Fecha inicio actividad: <input type="text" value="20060101"/>																																				
50. Código: <input type="text" value="1"/>		51. Código: <input type="text" value="1314"/>																																				
52. Número establecimientos: <input type="text" value="1"/>		53. Código: <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td></tr> <tr><td>5</td><td>9</td><td>1</td><td>1</td><td>4</td><td>1</td><td>0</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	5	9	1	1	4	1	0											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18																					
5	9	1	1	4	1	0																																
Responsabilidades																																						
05- Impto. renta y compl. régimen ordinario 09- Retención en la fuente en el impuesto sobre las y 11- Ventas régimen común 14- Informante de exogena 10- Usuario aduanero																																						
Usuarios aduaneros		Exportadores																																				
54. Código: <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td></tr> <tr><td>2</td><td>2</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	2	2									55. Forma: <input type="text" value="3"/>																
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																													
2	2																																					
		56. Tipo: <input type="text" value="1"/>																																				
		Servicio: <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	1	2	3																																	
1	2	3																																				
		57. Modo: <input type="text"/>																																				
		58. CPC: <input type="text"/>																																				
Para uso exclusivo de la DIAN																																						
59. Anexos: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		60. No. de Folios: <input type="text"/>																																				
61. Fecha: <input type="text" value="20101019"/>		Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 																																				
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponden exactamente a la realidad; por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 15 Decreto 2788 del 31 de Agosto de 2004. Firma del solicitante:		984. Nombre: <input type="text" value="ORTIZ BUENO GERMAN DARIO"/> 985. Cargo: <input type="text" value="Gestor I"/>																																				

Anexo 21: Factura Comercial



		LUIS EMILIO VIÑA RODRIGUEZ NIT. 14.202.535-7 Carrera 14 No. 14 - 49 Telefax: 6712474 - 6716175 - 6716347 E-mail: lueviro@lallomai.com Bucaramanga - Colombia		FACTURA DE VENTA No. 0010475		
REGIMEN COMUN RESOLUCION DIAN No. 04000083543 DEL 13/10/2006 DESDE EL No. 10.001 HASTA EL No. 13.000 AUTORIZA		DIA MES AÑO CODIGO PEDIDO No. SU ORDEN No. 16 10 2007 3111		ZONA TRANSPORTADOR - REMISION Fact. Dólares		
SERCHES: GIOVANNY JAVIER MALLA MALQUIN RUC 1715914709001 OLMEDO 1371 y Mires TEL. 02 2289-767 022285-483 QUITO - ECUADOR		VENDEDOR FCA		CONDICIONES DE PAGO FCA		
REFERENCIA	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	DESCTO.	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL
	CALZADO PARA DAMA ELABORADO CAPELLADA Y SUELA EN SINTETICO EN COLORES Y REF VARIAS ALT 7.5	276	Par		US\$ 13,50	US\$ 3.726,00
Son: Tres mil setecientos veintiseis Dólares moneda americana						US\$ 3.726,00
RECIBI CONFIRMADO Luis Emilio Viña R. CALZADO MONICA						
C.C. III Esta factura de venta se asienta en sus efectos a una letra de cambio (Art. 774 del C. de Comercio). El (los) comprador (es) accion (es) haber recibido real y materialmente la mercancía descrita en esta factura y que la persona que acepta esta factura tiene autorización para ello y por lo tanto accion en representación del comprador.						
DESCUENTO POR PRONTO PAGO	PAGUE SOLAMENTE	SI CANCELA ANTES DE	VENCIMIENTO	VALOR TOTAL → US\$ 3.726,00		

Anexo 22: Lista de Empaque (Packing List)


LISTA DE EMPAQUE CALZADO JULIETHY			
Exportador:	Pedro Jesús Padilla Paternina		
NIT.	91.348.473-6		
Dir.:	Calle 41 No. 20-52	Teléfono: 6422697/ Cel 3163083740	
Importador:	GIOVANNY MALLA	RUC:	1715914709001
DIRECCION:	CALLE OLMEDO OE8-75	TELEFONO:	2289767-2285483
PAIS:	QUITO - ECUADOR		
CAJA No. 1			
CANTIDAD		REFERENCIA	DESCRIPCION
48 PARES		514	ZAPATILLA DAMA
PESO BRUTO		52	KILOS
PESO NETO		48	KILOS
CAJA No. 2			
CANTIDAD		REFERENCIA	DESCRIPCION
48 PARES		514	ZAPATILLA DAMA
PESO BRUTO		52	KILOS
PESO NETO		48	KILOS
CAJA No. 3			
CANTIDAD		REFERENCIA	DESCRIPCION
12 PARES		514	ZAPATILLA DAMA
36 PARES		513	ZAPATILLA DAMA
PESO BRUTO		52	KILOS
PESO NETO		48	KILOS
CAJA No. 4			
CANTIDAD		REFERENCIA	DESCRIPCION
18 PARES		513	ZAPATILLA DAMA
30 PARES		421	ZAPATILLA DAMA
PESO BRUTO		52	KILOS
PESO NETO		48	KILOS
CAJA No. 5			
CANTIDAD		REFERENCIA	DESCRIPCION
48 PARES		421	ZAPATILLA DAMA
PESO BRUTO		52	KILOS
PESO NETO		48	KILOS
CAJA No. 6			
CANTIDAD		REFERENCIA	DESCRIPCION
12 PARES		421	ZAPATILLA DAMA
18 PARES		504	ZAPATILLA DAMA
18 PARES		454	ZAPATILLA DAMA
PESO BRUTO		52	KILOS
PESO NETO		48	KILOS

CAJA No. 7		
CANTIDAD	REFERENCIA	DESCRIPCION
18 PARES	460	ZAPATILLA DAMA
18 PARES	403	ZAPATILLA DAMA
12 PARES	451	ZAPATILLA DAMA
PESO BRUTO	52	KILOS
PESO NETO	48	KILOS
CAJA No. 8		
CANTIDAD	REFERENCIA	DESCRIPCION
6 PARES	451	ZAPATILLA DAMA
18 PARES	443	ZAPATILLA DAMA
18 PARES	520	ZAPATILLA DAMA
6 PARES	440	ZAPATILLA DAMA
PESO BRUTO	52	KILOS
PESO NETO	48	KILOS
CAJA No. 9		
CANTIDAD	REFERENCIA	DESCRIPCION
12 PARES	440	ZAPATILLA DAMA
18 PARES	466	ZAPATILLA DAMA
18 PARES	502	ZAPATILLA DAMA
PESO BRUTO	52	KILOS
PESO NETO	48	KILOS
CAJA No. 10		
CANTIDAD	REFERENCIA	DESCRIPCION
18 PARES	459	ZAPATILLA DAMA
30 PARES	517	ZAPATILLA DAMA
PESO BRUTO	52	KILOS
PESO NETO	48	KILOS
CAJA No. 11		
CANTIDAD	REFERENCIA	DESCRIPCION
6 PARES	517	ZAPATILLA DAMA
36 PARES	401	ZAPATILLA DAMA
PESO BRUTO	46	KILOS
PESO NETO	42	KILOS
CANTIDAD TOTAL	522	PARES
TOTAL PESO BRUTO	566	KILOS
TOTAL PESO NETO	522	KILOS

Anexo 23: Carta Porte

COMUNIDAD ANDINA		CARTA DE PORTE INTERNACIONAL POR CARRETERA (CPIC)		
		031307		
1. Denominación o razón social del transportista Autorizado  TRANSORIENTE LTDA. <small>CALLE 11 No. 10 DE GUARANDA TEL: 071 292 30 30 FAX: 071 292 30 31</small>		5. Modificar a: GIOVANNY MALLA QUITO ECUADOR		
2. Nombre y Dirección del remitente PEDRO JESUS PADILLA PATERNINA CALLE 41 No 20-52 Bucaramanga Colombia		6. Lugar, país y fecha en que el transportista recibe las mercancías: IPIALES COLOMBIA DICIEMBRE 13 DE 2010		
3. Nombre y Dirección del destinatario GIOVANNY MALLA CALLE DIMEDO OE 8-75 QUITO ECUADOR RUC 1715914709001		7. Lugar, país y fecha de embargue de las mercancías: IPIALES COLOMBIA DICIEMBRE 13 DE 2010		
4. Nombre y Dirección del consignatario TRANSOLIVARIANA S.A PANAMERICANA NORTE Y ANDRES BELLO TULCAN ECUADOR		8. Lugar, país y fecha convenida para la entrega de las mercancías: TULCAN ECUADOR		
		9. Condiciones de transporte y condiciones de pago: DIRECTO		
10. Cantidad y clase de bultos	11. Marcas y Números de los bultos	12. Descripción corriente de la naturaleza de las mercancías (indicar si son peligrosas)	13. PESO EN KILOGRAMOS	
			Neto	Bruto
11 CAJAS	JULIETHY	CALZADO : ZAPATILLA PARA DAMA VARIAS REFERENCIAS	522,00	566,00
			14. Volumen en metros cúbicos	15. Otras unidades de medida
			16. Precio de las mercancías (INCOTERMS 2000) y tipo de Moneda	
			DAF IPIALES USD\$ 9574,56	
17. GASTOS A PAGAR				
Concepto	Monto a Cargo Remitente	Tipo de Moneda	Monto a Cargo Destinatario	Tipo de Moneda
Valor del flete			20,00	USD
Imp. Gastos Regulatorios				
TOTAL			20,00	USD
18. Documentos recibidos del remitente		21. Instrucciones al transportista		
FACTURA No. 2118/2120 AGENCIA DE ADUANAS A IPIALES COLOMBIA				
19. Lugar, país y fecha de emisión:		22. Observaciones del transportista		
A IPIALES COLOMBIA DICIEMBRE 13 DE 2010				
20. Nombre y firma del remitente:		El suscrito al hacer cargo de las mercancías, se obliga a cumplir las disposiciones de las normas que conforman el ordenamiento jurídico de la Comunidad Andina, en particular con la Decisión 200 y su Reglamento ITC. En el Recurso de esta CPIC con fecho se declara al transportista autorizado por el establecimiento de cláusulas generales y particulares de adhesión del servicio de transporte.		
Su Atte. Esmarthyca				
		23. Nombre, firma y sello del transportista autorizado, su representante o agente. 		

Anexo 24: Certificado de Conformidad de Criterios de Origen 1-2



ICONTEC
INTERNATIONAL

Página 1 de 2
01051509-CL-067/2010/11/23

CERTIFICADO DE CONFORMIDAD DE LOTE No. 01051509-CL-067/2010/11/23

Lugar y fecha de Expedición: Bucaramanga, 23 de Noviembre de 2010

SOLICITADO POR:	EMPRESA: PADILLA PATERNINA PEDRO JESUS NIT: 91348473 DIRECCIÓN: CALLE 41 No. 20-52 CIUDAD – PAIS: BUCARAMANGA - COLOMBIA TELÉFONO: 6422697 E-MAIL: calzadojuliethy1@hotmail.com				
DESTINO DEL DOCUMENTO:	EMPRESA: GIOVANNY JAVIER MALLA MALQUIN RUC: 1715914709001 DIRECCIÓN: CALLE OLMEDO OE8-75 TELÉFONO: 2289767-2285483 CIUDAD – PAIS: QUITO – ECUADOR				
PRODUCTO	ETIQUETA TECNICA: CALZADO PARA DAMA				
FABRICANTE	EMPRESA: PADILLA PATERNINA PEDRO JESUS NIT: 91348473 DIRECCIÓN: CALLE 41 No. 20-52 CIUDAD – PAIS: BUCARAMANGA - COLOMBIA TELÉFONO: 6422697 E-MAIL: calzadojuliethy1@hotmail.com				
REFERENCIAL DE CERTIFICACION	REGLAMENTO TECNICO ECUATORIANO RTE INEN 013: 2 006. PARA ETIQUETADO Y ROTULADO DE TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR, CALZADO Y ACCESORIOS AFINES.				
LABORATORIOS UTILIZADOS	NO APLICA				
INFORME DE INSPECCION	067				
TAMAÑO DEL LOTE EVALUADO	522 PARES				
TAMAÑO DE LA MUESTRA INSPECCIONADA – DE ACUERDO PLAN DE MUESTREO SIMPLE PARA INSPECCIÓN NORMAL Y REDUCIDA – ISO 2859-1.	NI	NAC	n	CRITERIOS DE ACEPTACIÓN	
	CALZADO - II	4,0 %	32	Ac	Re
LABORATORIOS UTILIZADOS	NO APLICA				
INFORME DE INSPECCION	067				
TAMAÑO DEL LOTE EVALUADO	522 PARES				
CARACTERÍSTICAS EVALUADAS	ETIQUETAS: Materiales, Información: Número de talla, razón social, país de origen.				
DESCRIPCIÓN LOTE	PRODUCTO	MARCA	REFERENCIAS	CANTIDAD (Pares)	
	ETIQUETA TÉCNICA: CALZADO PARA DAMA	JULIETHY	VARIAS	522	
IDENTIFICACION DEL LOTE	CÓDIGO USADO POR LA EMPRESA	LUGAR DONDE SE INDICA EL CÓDIGO	CÓDIGO O FECHA DE FABRICACIÓN DEL LOTE		
	N.A.	N.A.	2010		
	La factura de venta No. 2120, se identifica con el rótulo 550708. La lista de empaque se identifica con el rótulo 550710. El lote se envía en 11 cajas, las cuales se identifican con los rótulos 550711 al 550721 consecutivamente. La muestra testigo se identifica con el rótulo 550736				
INFORMACIÓN ADICIONAL	DESCRIPCIÓN	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERIAS (COMPOSICION)	POSICIÓN ARANCELARIA	CANTIDAD (Pares)	
	CALZADO PARA DAMA	CAPELLADA : SINTETICO 100% SUELA: SINTETICO 100% FORRO: TEXTIL 100% PLANTILLA: TEXTIL100%	64.02.99.90.00	522	
	TOTAL PARES CALZADO				522

F04P-PD-03

Aprobado 2007-09-13 Versión 00

BOGOTÁ: Tel. (1) 607 8888 bogota@icontec.org • BARRANQUILLA: Tel. (5) 361 5400 barranquilla@icontec.org • BUCARAMANGA: Tel. (7) 6329828 bucaramanga@icontec.org • CALI: Tel. (2) 664 0121 cali@icontec.org



ICONTEC INTERNATIONAL

CONCLUSIÓN

De acuerdo con los resultados de los ensayos se concluye que el lote de producto evaluado **CUMPLE** con las características evaluadas: **ETIQUETAS, de acuerdo con lo establecido en el REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 013: 2 006. PARA ETIQUETADO Y ROTULADO DE TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR, CALZADO Y ACCESORIOS AFINES.**

OBSERVACIONES:

1. Los requisitos: Diseño y características: Para la fabricación de etiquetas permanentes, debe utilizarse cualquier material que no produzca irritaciones, alergias o incomodidad, Materiales, no se evalúan debido a que el Reglamento técnico no indica el método de ensayo.

NOTAS:

1. EL PRESENTE CERTIFICADO DE CONFORMIDAD DE LOTE IMPLICA JUICIO ÚNICA Y EXCLUSIVAMENTE SOBRE EL LOTE DE PRODUCTO INDICADO, Y SOBRE LAS CONDICIONES DE CALIDAD DEL PRODUCTO QUE SE EVALUARON POR ICONTEC ANTES DEL DESPACHO DEL PRODUCTO; DEL SITIO DONDE FUE IDENTIFICADO EL LOTE. ICONTEC NO RESPONSABILIZA POR DAÑO O DETERIORO DEL PRODUCTO QUE SE PUEDA PRESENTAR POSTERIORMENTE A LA EVALUACIÓN.
2. LAS CARACTERÍSTICAS EVALUADAS FUERON ACORDADAS PREVIAMENTE CON EL SOLICITANTE Y/O DESTINATARIO DEL PRESENTE CERTIFICADO DE CONFORMIDAD ASÍ COMO LOS PLANES DE MUESTREO EMPLEADOS PARA LA EVALUACIÓN DE LA CONFORMIDAD
3. EL ICONTEC COMO ORGANISMO DE CERTIFICACION NO PUEDE RELEVAR DE SU RESPONSABILIDAD AL FABRICANTE O COMERCIALIZADOR DEL PRODUCTO INSPECCIONADO. TAMPOCO PUEDE ASUMIR RESPONSABILIDADES ECONOMICAS QUE EXCEDAN EL VALOR FACTURADO DEL SERVICIO.
4. EN CASO DE PRESENTARSE DISCREPANCIA O DUDA CON RESPECTO A LOS RESULTADOS OBTENIDOS, EL ICONTEC DISPONE DE UN PROCEDIMIENTO DE RECURSO DE REPOSICIÓN.
5. LOS PERJUICIOS QUE SE PUEDAN DERIVAR DEL USO INDEBIDO QUE SE LE DÉ A ESTE DOCUMENTO SERÁN RESPONSABILIDAD DEL SOLICITANTE INDICADO.
6. LAS MODIFICACIONES REALIZADAS AL PRESENTE DOCUMENTO ASÍ COMO SU UTILIZACIÓN PARA UN DESTINO DIFERENTE AL INDICADO NO SON VÁLIDAS POR LO TANTO ESTÁN SUJETAS A LA SANCIÓN LEGAL QUE POR ELLO SE DERIVE
7. ESTE DOCUMENTO ES VÁLIDO ÚNICAMENTE EN ORIGINAL Y CON SELLO SECO DE ICONTEC.

Aprobado por


GLORIA STELLA SARMIENTO GAONA
 Director Regional Oriente


F04P-PD-03

Aprobado 2007-09-13 Versión 00

BOGOTÁ: Tel. (1) 607 8888 bogota@icontec.org • BARRANQUILLA: Tel. (5) 361 5400 barranquilla@icontec.org • BUCARAMANGA: Tel. (7) 6329828 bucamanga@icontec.org • CALI: Tel. (2) 664 0121 cali@icontec.org •
 CARTAGENA: Tel. (5) 643 5788 cartagena@icontec.org • MANIZALES: Tel. (6) 8845172 manizales@icontec.org • MEDELLÍN: Tel. (4) 319 8020 medellin@icontec.org • NEIVA: Tel. (8) 871 3666 Ext. 152 neiva@icontec.org •
 PASTO: Tel. (2) 731 0993 pasto@icontec.org • IBAGUÉ: Tel. (8) 2648270. ibague@icontec.org • PEREIRA: Tel. (57) (8) 324 11 00 pereira@icontec.org • POPAYÁN: Tel. (2) 824 3770 popayan@icontec.org •
 ARMENIA: Tel. (6) 741 1423 armenia@icontec.org • BARRANCABERMEJA: Tel. (7) 622 8800 • CUCUTA: Tel. (7) 572 0968

CHILE: Tel. (562) 6578908 chile@icontec.org • COSTA RICA: Tel. (506)- 88341942 costarica@icontec.org • ECUADOR: Tel. (593-2)- 2277686 ecuador@icontec.org • EL SALVADOR: Tel. (503) 22895712 elsalvador@icontec.org •
 PERU: Tel. (51 1) 2236900 peru@icontec.org • GUATEMALA: Tel. (502) 23861027 guatemala@icontec.org • MEXICO: Tel. (52-55) 52332957 mexico@icontec.org • NICARAGUA: Tel. (505) 8360073 nicaragua@icontec.org


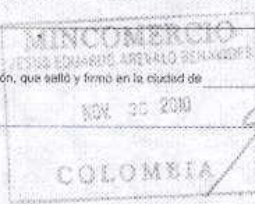

Anexo 25: Certificado de Origen



REPUBLICA DE COLOMBIA
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

CERTIFICADO DE ORIGEN
ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION

FORMA No. **003700255 2421389**

1. PAIS EXPORTADOR COLOMBIA	2. PAIS IMPORTADOR ECUADOR						
3. NÚMERO (1) 8432993000	4. NALANSA 5. DENOMINACION DE LAS MERCADERIAS ZAPATO PARA DAMA, BUELA Y PANTS SUPERIOR DE PLASTICO-ZARATELA PARA DAMA						
6. DECLARACION DE ORIGEN DECLARAMOS que las mercancías indicadas en el presente formulario correspondientes a la factura Comercial No. NOV-149-11 de 2010 cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) de 11 de noviembre de conformidad con el siguiente desglose:							
7. NÚMERO (1) Dirección: 416, Caleigh B, Arboleda 3, Loma 8	8. NOMBRE (3) PIEDRO JESUS PAINO						
9. FECHA <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th>ANO</th> <th>MES</th> <th>DIA</th> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2010</td> <td style="text-align: center;">11</td> <td style="text-align: center;">25</td> </tr> </table>	ANO	MES	DIA	2010	11	25	9. RAZON SOCIAL DEL EXPORTADOR O PRODUCTOR PIEDRO JESUS PAINO TEL: 346 5744 T. 91248473
ANO	MES	DIA					
2010	11	25					
10. FIRMA Y SELLO DEL EXPORTADOR O PRODUCTOR 							
11. OBSERVACIONES							
12. CERTIFICACION DE ORIGEN							
Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de BOGOTÁ a los 25 de NOV de 2010 .  							
NOMBRE, FIRMA Y SELLO ENTIDAD CERTIFICADORA							
NOTAS: (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercancías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercancías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados consecutivamente. (2) Especificar si se trata de un Acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando número de este. En esta columna se indicará la norma de origen por que cumple cada mercancía individualizada por su número de orden. (3) En esta columna se indicará la norma de origen con que cumple cada mercancía individualizada por número de orden. El formulario no podrá presentar tachaduras, raspaduras o enmendadas.							

ORIGINAL - Para el país de destino





Anexo 26: Declaración de Exportación DEX A

		Declaración de Exportación					600								
1. Año: 2010 Espacio reservado para la DIAN				4. Número de formulario: 6007521679340											
 															
20. Tipo de documento		21. Número de identificación		26. DV	7. Primer apellido		8. Segundo apellido		9. Primer nombre		10. Otros nombres				
3 1		8 0 0 2 3 7 3 8 0		4											
11. Razón social: COMERCIALIZADORA AGROANDINA S.A.															
24. Tipo de documento		25. Número documento de identificación		26. DV	27. Primer apellido		28. Segundo apellido		29. Primer nombre		30. Otros nombres				
3 1		8 3 7 0 0 0 1 3 0		6											
31. Razón social: AGENCIA DE ADUANAS BURBANO BENAVIDES ASOCIADOS LTDA NIVEL 2															
32. Tipo de documento		33. Número documento de identificación		34. Primer apellido		35. Segundo apellido		36. Primer nombre		37. Otros nombres					
42		0 9 9 0 0 1 8 7 0 7 0 0 1													
38. Razón social: EQUAQUIMICA															
39. Domicilio destinatario: AV JOSE SANTIAGO CASTILLO SIN Y JUAN TANCA MARENGO										40. Ciudad: GUAYAQUIL					
41. Clase DEX: DEX UNICO DATOS DEFINITIVOS				Cód.		42. No. Formulario anterior: 1		43. Tipo de diligenciamiento: 1							
44. Tipo despacho: Inicial				Cód.		45. Tipo de corrección: 1 1		Cód.		46. No. Referencia: 1 1		47. No. Programa especial de muestras o contrato de suministro de energía: 1 1		48. No. Autorización de embarque global: 1 1	
49. Régimen aduanero: Exportación definitiva				Cód.		50. Aduana despacho: Ipsiles		Cód.		51. Cód. País trámite: 3 7		52. Cód. Región de procedencia: C O		53. Cód. Región de destino: 7 6	
53. Tipo de datos: Definitivos al embarque				Cód.		54. Tipo de embarque: Unico		Cód.		55. Cód. Naturaleza transacción: E X W		56. Cód. Incoterms: C A L I		57. Lugar de entrega: CALI	
58. Cód. Moneda de transacción: U S D		59. Valor factura en moneda de transacción: 12141.00		60. Tipo de cambio: 1		61. Forma de pago: Pago a crédito		Cód.		62. Cantidad de pagos adelantados: 3					
63. Fecha ter. pago anticipado: 2010-12-25		64. Mercancía a la mano con el viajero: <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO		65. Sistema especial: <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO		66. Exportación en tránsito: <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO		67. Modo de transporte: Transporte carretero		Cód.		68. Tipo de carga: Suelta		Cód. 1	
69. Aduana de salida: Ipsiles				Cód.		70. País destino final: ECUADOR		Cód.		71. Cód. Lugar destino final: ECGYE					
72. Valor total FOB USD: 12141.00			73. Valor total fletes USD: 0			74. Valor total seguros USD: 0			75. Valor total otros gastos USD: 0						
76. Valor total exportaciones USD: 12141.00			77. Valor a reintegrar USD: 0			78. Total valor agregado nacional USD: 0									
Totales para control															
79. Total series: 2		80. Total número de bujías: 73		81. Total peso bruto kgs: 640.13											
82. No. Autorización embarque: 55c371190808080				83. Fecha autorización embarque: 2 0 1 0 1 2 2 3		84. No. Solicitud autorización de embarque: 6027524862991		85. Fecha solicitud autorización embarque: 2 0 1 0 1 2 2 0							
86. Nombre funcionario responsable:										Firma funcionario responsable:					
87. Cargo:															
88. Tipo de documento:		89. No. del documento de identificación:													
90. No. Radicación:															
Firma de quien suscribe el documento:															
															
1001. Apellidos y nombres: ACOSTA ORTIZ JAIME ARTURO				1002. Cód. Representación:		1003. No. identificación: 1 3 0 1 5 9 6 7		1004. DV: 1		1005. Organización:		997. Fecha declaración exportación: 2 0 1 0 - 1 2 - 2 5 / 0 8 : 3 7 : 0 5			

Anexo 27: Declaración de Exportación DEX B

		Declaración de Exportación					600	
Espacio reservado para la DIAN				Página 1 de 2 Hoja No. 2				
				4. Número de formulario 6007521679340				
				(11) 70712409904(022) 5006072117934 0				
Exportador	20. Tipo de exportación	18. Número de identificación	6. DV	7. Primer apellido	8. Segundo apellido	9. Primer nombre	10. Otros nombres	
	3 1	8, 0, 0, 2, 3, 7, 3, 8, 0	4					
11. Razón social COMERCIALIZADORA AGROANDINA S.A.								
Subpartidas declaradas								
98. No. Serie	99. Subpartida	100. Cód. Complementario	101. Cód. Suplementario	102. Unidad física	Cód.	103. Capacidad Unid. físicas	104. Unidad comercial	Cód.
1	3004502000			Kilogramo	kg	212.52	Numero de artículos	NAR
105. Cant. Unid. Comerciales	106. Clase embalaje	Cód.	107. No. Bolsas	108. Peso bruto kgs.	109. Paquete kgs.	110. Valor FOB USD		
804.0	CAJA DE CARTON	CT	73	640.13	212.52	4221.00		
111. Marca COMANDINA S.A.								
112. Descripción Nombre Comercial:MIRRAPEL AID X 235ML , Otras características:PARA LA DEFICIENCIA DE LAS VITAMINAS Y ELEMENTOS PRESENTES EN LA COMPOSICION Y COMO ADYUVANTE EN EL TRATAMIENTO DE XERODERMIA (PIEL SECA).LICENCIA DE VENTA ICA N. 7545-MV. , Cantidad de unidades comerciales:804 UNIDADES								
113. Unidad de medida plazo		Cód.	114. Plazo	115. País de origen		Cód.	116. Región de origen	
				COLOMBIA		CO	Valle del Cauca	
117. Preferencia arancelaria Comunidad Andina								Cód. 101
Regimen precedente								
118. Aduana precedente	Cód.	119. No. Declaración precedente	120. Año aceptación	121. Regimen precedente	Cód.	122. Cód. Modalidad precedente	123. No. Serie precedente	

Anexo 28: Declaración de Exportación DEX C

		Declaración de Exportación					600	
Espacio reservado para la DIAN				Página 1 de 1 Hoja No. 3				
				4. Número de formulario 6007521679340				
								
20. Tipo de documento	18. Número de identificación	6. DV	7. Primer apellido	8. Segundo apellido	9. Primer nombre	10. Otros nombres		
3 1	8 0 0 2 3 7 3 8 0	4						
11. Razón social COMERCIALIZADORA AGROANDINA S.A.								
Detalles del transporte								
124. Tipo de documento	125. Número de identificación	126. DV	127. Primer apellido	128. Segundo apellido	129. Primer nombre	130. Otros nombres		
3 1	8 0 0 1 0 3 4 1 6	0						
131. Razón social TRANSPORTES INTERNACIONALES DE CARGA COLOMBIANA LTDA								
132. Nacionalidad bandera	Cód.	133. No. Manifiesto de carga	134. Fecha manifiesto	135. Identificación medio de transporte	136. Lugar de embarque	Cód.		
COLOMBIA	CO	11657503855801	2 0 1 0 3 1 2 3 1 1	WBF105	Colombia - Ecuador: Paso De Frontera R	1055		
1.								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
Colombia, un compromiso que no podemos evadir.								

Anexo 29: Registro Único de Contribuyentes – RUC

 **SRI**
Je hace bien al país

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**

NUMERO RUC: 1715914709001

APELLIDOS Y NOMBRES: MALLA MALQUIN GIOVANNY JAVIER

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: NUMERO:

FEC. NACIMIENTO: 29/09/1980 **FEC. ACTUALIZACION:** 12/10/2010

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 10/09/2007 **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**

FEC. INSCRIPCION: 10/09/2007 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS DIVERSOS PARA EL CONSUMIDOR.

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: SAN ROQUE Calle: OLMEDO Número: 1371 Intersección: MIRES
Referencia: TRAS EL CENTRO COMERCIAL IPIALES MIRES Teléfono: 022288767

DOMICILIO ESPECIAL:


OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001	ABIERTOS:	1
JURISDICCION:	\ REGIONAL NORTE\ PICHINCHA	CERRADOS:	0


FIRMA DEL CONTRIBUYENTE


SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
DIRECCION REGIONAL NORTE
COD. SC06355
12 OCT 2010
SERVICIOS TRIBUTARIOS
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: MJAB020608 **Lugar de emisión:** QUITO/PAEZ 655 Y RAMIREZ **Fecha y hora:** 12/10/2010

Página 1 de 2

 **SRI.gov.ec**

Anexo 30: Solicitud de Concesión de Clave OEA

SOLICITUD DE CONCESIÓN O REINICIO DE CLAVE DEL OPERADOR DE COMERCIO EXTERIOR (OCE)

Fecha:...../...../.....
Día / mes / año

Señor
**GERENTE GENERAL
CORPORACIÓN ADUANERA ECUATORIANA**
En su despacho.-

Atención: Dirección de Atención al Usuario

Yo, **Giovanny Javier Malla Malquin**, con cédula de ciudadanía, identidad o pasaporte No. **1715914709**, en mi calidad de representante legal de **JGM IMPORTADORA**, con RUC No. **1715914709**, domicilio tributario en la ciudad de **QUITO**, calle principal **OLMEDO** No. **OEB75** intersección **MIRES**, edificio **ESQUINERO** PISO 2 oficina „ „, No teléfono **2289767**, con pleno conocimiento de las responsabilidades en que podría incurrir por falsedad o engaño y según la Resolución No. GG-0310 del 12 de Mayo de 2010, solicito a usted se autorice la **CONCESIÓN / REINICIO** de la clave para poder realizar más actividades relacionadas al comercio exterior en el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE) como:..... **IMPORTADOR**

Además indico que tengoestablecimiento/s y el principal es en la ciudad de calle principal No. intersección edificio....., piso....., oficina....., No. teléfono:.....

Las notificaciones que resultare a mi petición por favor remitirlas a la casilla o dirección: o comunicarme al mail: o teléfono No:

Adjunto copia a colores del siguiente documento:
✓ Cédula de Identidad o pasaporte (extranjeros)

Atentamente,

_____ **Firma OCE**

Nota: Si el trámite es realizado por una tercera persona detalle sus datos a continuación y si el autorizado es quien retira la clave de REINICIO, se deberá autenticar la firma del mismo ante un Notario al reverso de esta solicitud y adjuntar copia a colores de la cédula de identidad.

Autorizo a No. de Cédula..... retirarse mi clave del SICE.

_____ **Firma OCE** _____ **Firma Autorizado**

Anexo 31: Registro de Firma para la Declaración Andina del Valor


REGISTRO DE FIRMA PARA DECLARACIÓN ANDINA DEL VALOR	
Persona Natural <input type="checkbox"/>	
IMPORTADOR:	
CEDULA:	
RUC:	
NOMBRE COMERCIAL/FANTASÍA DEL ESTABLECIMIENTO:	
Persona Jurídica <input type="checkbox"/>	
REPRESENTANTE LEGAL:	
CEDULA / PASAPORTE:	
RUC COMPAÑIA:	
RAZON SOCIAL:	

FIRMA	
Persona Natural <input type="checkbox"/>	
Persona Jurídica <input type="checkbox"/>	
COPIA DELANTERA	COPIA POSTERIOR
COPIA DE LADO Y LADO DE CEDULA O PASAPORTE	
ESTE REGISTRO DEBE DE SER NOTARIADO	

Anexo 32: Nota de Pedido

		LUIS EMILIO VIÑA RODRIGUEZ NIT. 14.202.535-7 Carrera 14 No. 14 - 48 Telefon: 6712474 - 6716175 - 6716347 E-mail: lueviro@latinmail.com Bucaramanga - Colombia		Nota de Pedido No. 0000001		
BENEFICARIO: GIOVANNY JAVIER MALLA MALQUIN RUC 1715914709001 OLMEDO 1371 y Mires TEL. 02 2289-767 022285-483 QUITO - ECUADOR		REGIMEN COMUN RESOLUCION DIAN No. 040000082543 DEL 13/10/2006 DESDE EL No. 10.001 HASTA EL No. 13.000 AUTORIZA				
		DIA MES AÑO 16 10 2007	CODIGO	PEDIDO No. 3111	SU ORDEN No.	
		NIT.	ZONA	TRANSPORTADOR - REMISION Fact. Dólares		
		VENDEDOR	CONDICIONES DE PAGO FCA			
REFERENCIA	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	DESCTO.	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL
	CALZADO PARA DAMA ELABORADO CAPELLADA Y SUELA EN SINTETICO EN COLORES Y REF VARIAS ALT 7.5	276	Par		US\$ 13,50	US\$ 3.726,00
Son: Tres mil setecientos veintiseis						US\$ 3.726,00
RECIBI CONFIRMADO Dólares moneda americana						US\$ 3.726,00
D.C. III Luis Emilio Viña R. CALZADO MONICA						
Está factura de venta se asienta en sus efectos a una letra de cambio (Art. 774 del C. de Comercio). El/los comprador/es así accipien haber recibido real y materialmente la mercancía descrita en esta factura y que la persona que acepta esta factura tiene autorización para ello y por lo tanto actúan en representación y de comprador.						
DESCUENTO POR PRONTO PAGO	PAGUE SOLAMENTE	SI CANCELA ANTES DE	VENCIMIENTO	VALOR TOTAL → US\$ 3.726,00		

Anexo 33: Factura Comercial

		LUIS EMILIO VIÑA RODRIGUEZ NIT. 14.202.535-7 Carrera 14 No. 14 - 49 Telefax: 6712474 - 6716175 - 6716347 E-mail: lueviro@lalloma.com Bucaramanga - Colombia		FACTURA DE VENTA No. 0010475		
REGIMEN COMUN RESOLUCION DIAN No. 04000083543 DEL 13/10/2006 DESDE EL No. 10.001 HASTA EL No. 13.000 AUTORIZA		DIA MES AÑO 16 10 2007		CODIGO PEDIDO No. SU ORDEN No. 3111		
SERCHES: GIOVANNY JAVIER MALLA MALQUIN RUC 1715914709001 OLMEDO 1371 y Mires TEL. 02 2289-767 022285-483 QUITO - ECUADOR		ZONA TRANSPORTADOR - REMISION Fact. Dólares		VENDEDOR CONDICIONES DE PAGO FCA		
REFERENCIA	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	DESCTO.	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL
	CALZADO PARA DAMA ELABORADO CAPELLADA Y SUELA EN SINTETICO EN COLORES Y REF VARIAS ALT 7.5	276	Par		US\$ 13,50	US\$ 3.726,00
Son: Tres mil setecientos veintiseis						US\$ 3.726,00
RECIBI CONFIRMADO Dólares moneda americana						US\$ 3.726,00
C.C. III Esta factura de venta se asienta en sus efectos a una letra de cambio (Art. 774 del C. de Comercio). El, (los) comprador (es) accion (es) haber recibido real y materialmente la mercancía descrita en esta factura y que la persona que acepta esta factura tiene autorización para ello y por lo tanto accion: en representación del comprador.						
DESCUENTO POR PRONTO PAGO		PAGUE SOLAMENTE		SI CANCELA ANTES DE VENCIMIENTO		VALOR TOTAL → US\$ 3.726,00

Anexo 34: Póliza de Seguro

SEGUROS BOLIVAR

SECCIÓN TRANSPORTES
APLICACIÓN DE SEGURO DE TRANSPORTES
COPIA

RECORDAMOS: Vigencia del seguro sujeta al pago de la prima.
 Para su seguridad sírvase pagar con cheque cruzado a la orden de BOLIVAR, Compañía de Seguros del Ecuador S.A.

PÓLIZA N° 102362 **APLICACIÓN N° 0793**

La siguiente mercadería declara en aplicación PÓLIZA FLOTANTE N° 102362 emitida a favor de.....
GIOVANNY MALLA MALQUIN para el viaje desde IPIALES | COLOMBIA
 hasta QUITO | ECUADOR sobre el CARLON de A SER AVISADO
(vapor, camión, avión) (Bolívor, Agente, Ota.)
 anunciado para el día A SER CONFIRMADO consignada a GIOVANNY MALLA MALQUIN
 Lugar y Fecha: QUITO, 03 de Diciembre del 2010

Marca	Nos.	Peso Bruto Kigs.	Cantidad Bultos	CONTENIDO	Valor Asegurado \$	%	Prima \$	Observaciones
				ZAPATILLA OVER SHOE	US \$ 9.804,56	0.20%	P.T. \$ 19,21	COBERTU
				MODA DE EXTERIOR MASCULINA			P.T. \$ 22,86	IAP
				BIJUTERÍA, CAJAS				
				TIEMPO RESERVA: 60 DIAS				

Embarcado por..... CALEADO JULIENNY.....
 NOTA: De conformidad con las condiciones de la Póliza, los Asegurados o sus Embarcadores llenarán este formulario en duplicado y lo remitirán a la Compañía de Seguros
BOLIVAR S.A. en QUITO | ECUADOR o a sus Agentes Autorizados antes de efectuado el embarque o despacho
 La Compañía o el Agente devolverá el duplicado debidamente sellado y firmado

NOTA: El presente formulario es uniforme para todas las compañías de seguros que trabajan en el Ramo de Transportes y ha sido aprobado por la Superintendencia de Bancos con Resolución N° 6928-0, del 16 de junio de 1998

[Firma y Sello de la Compañía de Seguros BOLIVAR]


Anexo 35: Declaración Aduanera Única. DAU A

ADUANA		REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA										17176810		A		
A ADUANA / BANCO													B REFERENDO			
01 N° ORDEN 000677		02 AÑO 10	02 ADUANA TULCAN		CÓDIGO 073	03 RÉGIMEN IMPORTACION A		CÓDIGO 10	04 FECHA/HORA TX 16/12/2010 15:26:28				05 NÚMERO 073-2010-10-026930-6			
06 # VTO. BNO.		06 BANCO		CIUDAD		OFICINA		07 FECHA EMISIÓN		08 TIPO DE DESPACHO Normal		09 FECHA RECEP 16/12/2010				
C CONTRIBUYENTE / AGENTE													10 HORA 15:26:28			
10 IMPORTADOR / EXPORTADOR MALLA MALQUIN GIOVANNY JAVIER								11 TIPO Y N° DOC ID 1715914709001		12 CIUDAD			AFORO AFORO FISICO ADUANA			
13 DIRECCION OLMEDO 1371 Y MIRES								14 TELEFONO		15 NIVEL COMERCIAL 2			19 T. DECLARADO USD (IMP/CIF... 6.811			
16 DECLARANTE / AGENTE VIZCAINO ANDRADE ELIZABETH LUCIA			CÓDIGO 4934	17 SECTOR 2.1			18 CIU 5190									
D RÉGIMEN PRECEDENTE / DEPÓSITO													20 N° DESP. PAR			
20 RÉGIMEN PRECEDENTE		AÑO	SERIES	22 ADUANA RÉGIMEN		23 FECHA ACEPT.		24 FECHA VENCIM.		25 DEPÓSITO		CÓDIGO	26 N° DESP. PAR			
E CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCIÓN													27 N° DESP. PAR			
27 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO PEDRO JESUS PADILLA PERENINA					28 DIRECCION CALLE 41 N°20-52				29 BENEFICIARIO DEL GIRO LOS MISMOS			30 PAIS PROCED/DESTINO COLOMBIA				
31 NATURALEZA TRANSACCION		32 FORMA DE PAGO GIRO DIRECTO		01	33 EX.CIE		34 C.ORG.	35 OT EX.	36 MT.VL 0	37 ALMACEN TRANSBOLIVARIANA		CÓDIGO 8441				
38 TIPO DE TRATAMIENTO 1			39 CÓDIGO DE SOLICITUD DE AFORO			40 COD. DE PROD. ACOG. DESP. URGENTE		41 CÓDIGO DE ENDOSO 00								
F TRANSPORTE													42 N° DESP. PAR			
42 VIA DE TRANSPORTE CARRETERA		CÓDIGO 7	43 FECHA DE EMBARQ 13/12/2010		44 FECHA LLEGADA 15/12/2010		45 CARGA CARGA		CÓDIGO 1	46 BANDERA COLOMBIA	CÓDIGO CO	47 LINEA TRANSPORTE TRANSORIENTE		CÓDIGO 4070		
48 COD. MANIFIESTO 073		AÑO 2010	TIPO MANIF. 03	# MANIFIESTO 027208	49 AG. CARGA / TRANSP. TRANSORIENTE LTDA		CÓDIGO 4070	50 NAVE / LAERA/MAT VEH CBN 485		51 #CONDIC. AEREA/C. PORTE 031307						
52 NOM. NAVE/MATRIC. VEH			53 ADUANA SALIDA		VIA SALIDA 7	54 ADUANA DESTINO		55 TIPO DESTINO		56 PAIS DESTINO		57 T. TRAT.				
G DETERMINACIÓN BASE IMPONIBLE													58 N° DESP. PAR			
59 CONCEPTO		MONEDA	T. CAMB. USD		TOTAL MONEDA TRANSACCIÓN			TOTAL EN DÓLARES USD			TOTAL EN MONEDA NACIONAL					
60 FOB		USD	1.0000000		9,574.56			9,574.56			9,574.56					
61 FLETE		USD	1.0000000		20.00			20.00			20.00					
62 SEGURO		USD	1.0000000		19.21			19.21			19.21					
63 VALOR ADUANA					9,613.77			9,613.77			9,613.77					
64 TOTAL SERIES PARTIDAS 1		65 PESO NETO (kilos)	522.00	66 PESO BRUTO (kilos)	566.00	67 TOTAL BULTOS	11	68 TOTAL CONTENEDORES	08	69 TOTAL U. FISICAS	522.00	70 TOTAL U. COM.	522.00			
H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO													71 N° DESP. PAR			
CLASE	NÚMERO		TIPO	EMISIÓN		FECHA		VIGENCIA		# SR.	PARTIDA	MONEDA	MONTO			
72	031327		11	TRANSORIENTE LTDA		13/12/2010										
73	2421389		05	MINCOMERCIO		30/11/2010										
74	211E		10	FULIETHY		12/11/2010										
75	2120		10	FULIETHY		12/11/2010										
76	0793		03	BOLIVAR		03/12/2010										
77	131403		21	TRANSBOLIVARIANA		14/12/2010										
78	016850724352		63	INEN		13/12/2010		13/02/2011			6402999000					
79																
I DECLARACIÓN DE LA MERCANCIA													80 N° DESP. PAR			
80 N° SUIFJO	1	0000	5402999000-5	ZAPATILLA ZAPATILLA				15X	1118	522.00	20	522.00	522.00	566.00	FULET-Y	
81 TPCI	0	0	PAIS DE ORIGEN	COLOMBIA	CÓDIGO	CO	FOB USD	9,574.56	FLETE USD	20.00	SEGURO USD	19.21	CIF USD	9,613.77		
J OBSERVACIONES													82 N° DESP. PAR			
82 SECUENCIA	83 TIPO OBS.	83 CONTENIDO OBS.														
K FIRMAS Y SELLOS													84 N° DESP. PAR			
FIRMA CONTRIBUYENTE				FIRMA DEL DECLARANTE				OBSERVACIONES				CÓD. Y FIRMA AFORADOR				



Anexo 36: Declaración Aduanera Única. DAU C

ADUANA DEL ECUADOR		REPÚBLICA DEL ECUADOR DECLARACIÓN ADUANERA ÚNICA		17176810	C						
A ADUANA					B REFEREND						
01	Nº Orden	Año	Aduana	Código	Régimen	Código	Fecha/Hora TX	05			
	000677		TULCAN	073	03	10	16/12/2010-15:26:25				
04 IMPORTACION A CONSUMO								05			
C CONTRIBUYENTE / AGENTE											
06	Importador / Exportador		07	Tipo y Nº Doc ID		08	Ciudad				
	MALLA MALQUIN GIOVANNY JAVIER			1 1715914709001							
09	Dirección			10	Teléfono		11	Nivel Comercial			
	OLMEDO 1371 Y MIRES										
12	Declarante / Agente		Código	Almacén / Depósito			Código				
	4934		4934	TRANSBOLIVARIANA			9443				
D VALORES EN ADUANA											
14	Fob USD	15	Flete USD	16	Seguro USD	17	Ajuste USD	18	CIF USD	19	Valor Aduana USD
	9574.56				19.21		0		9613.77		9613.77
E AUTOLIQUIDACIÓN DE TRIBUTOS											
20	CONCEPTO		LIQUIDACIÓN \$(1)		LIBERACIÓN		CANTIDAD A PAGAR \$(1,2)				
	AD / VALOREM		0				0				
	DER. ESPECÍFICO		0				0				
	IMP. CONSUMO ESPECIAL		0				0				
	IMP. VALOR AGREGADO		1159.42				1159.42				
	DERECHO ANTIDUMPING		0				0				
	DERECHOS CONSULARES		0				0				
	SOBRETIEPO PETROLERO		0				0				
	ADICIONAL POR BARRIL DE CRUDO		0				0				
	TASA MODERNIZACIÓN		0				0				
	TASA DE CONTROL		0				0				
	TASA ALMACENAJE		0				0				
	MULTAS (ART 89 Y 91)		0				0				
	INTERESES		0				0				
	IMP. A LA SALIDA DE DIVISAS		0				0				
	FODINFA		48.07				48.07				
	CORPEI		0				0				
	OTROS		0				0				
	SALVAGUARDA		0				0				
	TOTAL AUTOLIQUIDACIÓN		1,207.49				1,207.49				
F BANCO Y ADUANA											
LIQUIDACION DE DAU ELECTRONICO											
Nro DAU	073-2010-10-026930-6-01					Fec Liquidación	17/12/2010				
Declarante	MALLA MALQUIN GIOVANNY JAVIER					Fec Ultimo Dia de Pago	21/12/2010				
Id Autorización:	445844-PRODUBANCO					Fec Cancelación	20/12/2010				
Nro Secuencial	17176810					PAGO CONFIRMADO					
CONCEPTO DEL TRIBUTO	AUTOLIQ(\$)	LIQUIDACION(\$)	LIBERACION/SUSPENSION (\$)		CANTIDAD A PAGAR(\$)						
AD VALOREM	0	4093.38	4093.38		0						
DERECHO ESPECIFICO	0	0	0		0						
IMPUESTO A CONSUMOS ESPECIALES	0	0	0		0						
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	1159.42	1650.63	491.21		1159.42						
DERECHO ANTIDUMPING	0	0	0		0						
MULTAS	0	0	0		0						
TASA DE MODERNIZACIÓN	0	0	0		0						
TASA DE CONTROL	0	0	0		0						
TASA DE ALMACENAJE	0	0	0		0						
FODIN	48.07	48.07	0		48.07						
SALVAGUARDA	0	0	0		0						
INTERES	0	0	0		0						
IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS	0	0	0		0						
TOTAL	1,207.49	5,792.08	4,584.59		1,207.49						
CORPEI :											
Agente: 4934-VIZCAINO ANDRADE ELIZABETH LUCIA											
								Imprimir	Bajar Archivo		

Anexo 37: Declaración Aduanera Valor. DAV

ADUANA DEL ECUADOR		DECLARACIÓN EN ADUANA DEL VALOR DAV (1)			DAV N°. 10003138A	
1. ADUANA						
1.1 Hojas Adicionales	2. Nº Formulario DAV	3. Régimen	4. 1.1 Aduana	5. Código	6. 1.2 RUC / CI / Catastro / Pasap.	7. 2. REGISTRO DE ADUANAS
1 d	2	055-2008-10-051402-0	10	QUITO	1715914709001	1
1.3 Consignatario o Importador				1.4 Nivel Comercial	1.5 Otros (especifique)	
MALLA MALQUIN GIOVANNY JAVIER				Distribuidor / Mayorista	2	
3. PROVEEDOR						
3.1 Nombre/Razón Social		3.2 Condición		3.3 Dirección	ZONA	
BABYTEX, S.A		Distribuidor / Mayorista		1410711		LIBRE COLON
3.4 Ciudad		3.5 País	3.6 Fax	3.6 Teléfono	E-Mail	
COLON		PANAMA	507 446 3239	507 446 3235	055-2008-10-051402-0	
4. TRANSACCIÓN						
4.1 Naturaleza	4.2 Incoterms	Lugar	4.3 Nº de Resolución de Aduana		4.4 Fecha	4.5 Nº de Factura
11	FOB	COLON				14-05-2008
4.7 Nº Contrato u otro Doc.	4.8 Fecha Contrato	4.9 Tipo de Cambio	4.10 Fecha Cambio	4.11 Moneda	4.12 País Origen	Código 4.13 País de Factura
		1.0000000	07/11/2008	USD	CHINA	739 AFBANA
4.14 Forma de Envío		4.15 Nº de Envois	4.16 Modo de Transporte	Código 4.17 Puerto de Embarque	Código 4.18 Puerto de Descarga	Código 4.19 Forma de Pago
Fraccionado <input type="checkbox"/> Único <input checked="" type="checkbox"/>		1/1	AEREA	PANAMA CITY	QUITO	GIRO DIRECTO
5. DESCRIPCIÓN DE LA MERCANCÍA						
Item	5.1 Subpartida (Nandina)	5.2 Descripción Comercial			5.3 Características / Tipo	
1	6104620000-7	JEANS			JEANS DE SRAS	
2	6104620000-7	JEANS			JEANS DE SRAS	
3	6104620000-7	JEANS			JEANS DE SRAS	
4	6403990000-1	SANDALIAS			SANDALIAS P/DAMAS	
5	6403990000-1	SANDALIAS			SANDALIAS P/DAMAS	
Item	5.5 Marca Comercial	5.6 Modelo	5.7 Año	5.8 Estado Mer.	5.9 Cantidad	5.10 U. Com.
1	G.M	GKL-6805		1	2.00	12U
2	G.M	GCL-6945		1	2.00	12U
3	G.M	GKL-6840		1	2.00	12U
4	G.M	GGG-2077		1	3.00	12U
5	G.M	GGG-2075		1	3.00	12U
6. INTERMEDIARIO ENTRE COMPRADOR Y VENDEDOR						
6.1 Se utilizó algún intermediario en la transacción comercial? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>						
6.3 Dirección: 6.4 Ciudad: 6.5 País: 6.6 Tipo de Intermediario:						
7. CONDICIONES DE LA TRANSACCIÓN						
7.1 Existe vinculación con el proveedor?						SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
7.2 Ha influido la vinculación en el precio de mercancías importadas?						SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
7.3 Existen pagos indirectos relativos a las mercaderías?						SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
7.4 Existen cánones o derechos de licencias relativos a las mercaderías importadas que Ud. está obligado a pagar directa o indirectamente como condición de venta?						SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
7.5 Esta la venta condicionada por un acuerdo, según el cual una parte del producto de cualquier reventa, cesión o utilización posterior de las mercancías importadas se revierta directa o indirectamente a su Proveedor extranjero?						SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
7.6 Existen restricciones para la cesión o utilización de las mercancías por el importador, de acuerdo a lo señalado en el Art. 1 del Acuerdo del Valor GATT?						SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
7.7 Depende la venta o el precio, de condiciones o contraprestaciones en relación a las mercancías a valorar?						SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
7.8 Puede determinarse el valor de las condiciones o contraprestaciones?						SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>
8. DETERMINACIÓN DE LA TRANSACCIÓN						
8.1 Base del cálculo			US\$	8.2 Adiciones a importes no incluido en 8.1 y a cargo del comprador		
8.1.1 Precio factura			2,427.00	8.2.1 Comisiones, corretaje, salvo comisiones de compra		
8.1.2 Pagos indirectos, descuentos retroactivos, otros				8.2.2 Envases y embalajes		
Total 8.1			2,427.00	8.2.3 Bienes y servicios suministrados por el impo. gratuitamente o a precio reducido y utilizados en la producc. y venta de las mercancías importadas		
8.3 Deduciones: importe: i incluidos en 8.1			US\$	8.2.4 Cánones y derechos de licencia		
8.3.1 Gastos de entrega posteriores a la importación (transporte, etc)				8.2.5 Producto de cualquier reventa, cesión o utilización posterior que revierta al proveedor extranjero		
8.3.2 Intereses				8.2.6 Gastos de entrega hasta el lugar de importación		
8.3.3 Asistencia técnica, armado, montaje, instalación, entrenamiento, gastos de construcción				8.2.7 Gastos de transporte hasta el lugar de embarque		
8.3.4 Derechos de Aduana y otros impuestos				8.2.8 Gastos de transporte desde lugar de embarque hasta el lugar de importación		
8.3.5 Otros gastos				8.2.9 Gastos de carga, descarga, manipulación		
Total 8.3				8.2.10 Gastos de Seguro		
8.4 Valor en Aduana = 8.1+8.2-8.3			2,701.39	Total 8.2		
8.5 Time carácter estimativo o provisional los casilleros 8.2.4 y 8.2.5			SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>	274.39		
9. DESAGREGACIÓN DEL VALOR EN ADUANA						
9.1 FOB US\$		2,427.00	9.2 Flete US\$	269.00	9.3 Seguro US\$	5.39
10. IDENTIFICACIÓN Y FIRMA DEL DECLARANTE						
10.1 Nombre del importador		MALLA MALQUIN GIOVANNY JAVIER		10.2 Cargo		10.3 Fecha
				IMPORTADOR		07/11/2008
<p style="font-size: small;">Declaro bajo juramento que la información aquí considerada es correcta y ajustada a las disposiciones vigentes. Consciente que cualquier omisión sujeta al origen a los procesos legales y acciones administrativas en la Ley Orgánica de Aduanas.</p>						
						

Anexo 38: Certificado - INEN

 INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN CERTIFICADO DE RECONOCIMIENTO DEL CERTIFICADO DE CONFORMIDAD CON REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO - RTE INEN o NORMA ECUATORIANA - NTE INEN OBLIGATORIA.	
INFORMACION DEL IMPORTADOR Nombre de empresa: MALLA MAQUIN GIOVANNY JAVIER RUC: 1715914709001	Certificado No: INEN-17-10-08854 Lugar y fecha de expedición: Quito D.M. 2018-12-10 Válido hasta:
DATOS DE LA IMPORTACION	
Producto: CALZADO País de Origen o de Embarque: COLOMBIA Marca Comercial: JULIETTY Tipo: Lot# No. Factura o Nota de Pedido: 2120	Subpartido Arancelario: 6402999000 Fabricante: PADILLA PATERMINA PEDRO JESUS Distribuidor: Cantidad: 522 Unidad Medida: PAR NTE INEN No. o RTE INEN No. 013 Prendas de vestir, calzado y accesorios afines
DESCRIPCION DEL PRODUCTO: CALZADO, Partida arancelaria No. 64021999000.	
DATOS DEL CERTIFICADO DE CONFORMIDAD:	
Organismo Emisor o de Inspección: ICONTEC Dirección del Organismo: Bucaramanga, Colombia Acreditado por: Reconocido por OAE (No. y Fecha): DECISION ANDINA 506	Certificado No.: 01001008-01-007/2018/11-23 Fecha de Emisión: 2018-11-23 Fecha de Vigencia: Nombre y Dirección del solicitante en origen: PADILLA PATERMINA PEDRO JESUS, Calle 41 No. 20-52 Bucaramanga, Colombia Norma Técnica: Reglamento Técnico: RTE INEN 013 Responsable de la Emisión del Certificado: GLORIA STELLA SARMIENTO GADMA
INFORME DE ENSAYOS AL PRODUCTO Número de Informe: 057 Fecha de Emisión: Normas Técnicas y/o Reglamento Técnico de Referencia: RTE INEN 013 Nombre del Laboratorio: Responsable de la Emisión: NELSON ENRIQUE HERNANDEZ Acreditado por: Reconocido por OAE (No. y Fecha):	DECLARACION DEL FABRICANTE Nombre del Fabricante: Número: Fecha: Norma Técnica: Reglamento Técnico: Responsable de la Declaración: Certificado ISO 9001 o ISO/TS 16949 No.: Fecha de Emisión: Fecha de Vigencia: Organismo Certificador:
<p style="font-size: small;">Nota: Este producto previo a la Normalización se encuentra sujeto a la comprobación de la conformidad por parte de la OAE, en caso de que se determine que no cumple con los Reglamentos Técnicos o Normas Ecuatorianas pertinentes, la mercadería será considerada de prohibida importación y deberá sujetarse a lo que establece la Ley de Aduanas.</p>	
PH/	
Ing. Enrique Troya Andrade DIRECTOR TECNICO DEL AREA DE VERIFICACION	
Nombre del Funcionario Autorizado	 Firma Funcionario Autorizado
NOTA: No obstante este Certificado, el importador o consignatario es responsable de cualquier defecto o deficiencia de fabricación que aparezca durante el uso o consumo del producto y deberá tomar las acciones correctivas necesarias.	
COPIA PARA IMPORTADOR 17- 015073	

MARCO CONCEPTUAL

Acuerdo Comercial

Convenio, tratado o cualquier otro acto vinculante por el cual dos o más naciones se comprometen a acatar condiciones específicas en su intercambio comercial, lo cual incluye de ordinario concesiones mutuamente benéficas.

ADVALOREM

La expresión aparece también relacionada con los derechos de aduana, muchos de los cuales se calculan al valorar las mercancías.

Admisión de Declaraciones Aduaneras

Acto en virtud del cual la autoridad aduanera comprueba que las declaraciones han sido cumplimentadas en el impreso oficial, están firmadas, contienen todos los datos necesarios para la aplicación de un régimen aduanero y adjuntan los documentos necesarios para la aplicación de dicho régimen.

Aduana de Control

Oficina de aduana designada para controlar la ejecución de las operaciones aduaneras y que vela por el cumplimiento de las condiciones establecidas para el régimen aprobado.

Aforo

Operación que consiste en una, varias o todas las actuaciones siguientes: Reconocimiento de las mercancías; Verificación de su naturaleza y valor; Establecimiento de su peso, cantidad o medida; Clasificación en su nomenclatura arancelaria; y Determinación

Aforo Documental

Verificación de la correcta liquidación de tributos mediante el examen documental comparado de lo consignado en la declaración y en los documentos que se acompañan a la misma.

Aforo Físico

Aforo físico es el acto administrativo de determinación tributaria, mediante el cual, la aduana reconoce físicamente las mercancías para establecer su naturaleza, cantidad, valor y clasificación arancelaria. El aforo físico es obligatorio en los siguientes casos: 1. Si efectuado el pago de los tributos, el declarante activa el mecanismo de selección aleatoria (aforo físico aleatorio).

Análisis de Mercado

Participantes y fuerzas ajenas al mercado que influyen en la capacidad de administración de la misma para desarrollar y sostener tratos exitosos con los clientes meta.

Arancel de Importaciones

Es aquel arancel de aduanas concebido especialmente para las importaciones. En el caso de nuestro país el arancel de importaciones se basa en la NANDINA, aunque por necesidades derivadas del Acuerdo de Cartagena, el código numérico de las sub-partidas, en algunos casos, ha sido incrementado en dos dígitos.

ASOFACAL

Asociación de Fabricantes de Calzado del Ecuador

Autoliquidación

Es la determinación de los tributos aplicables a una operación de comercio exterior practicada por el sujeto pasivo y comprende el cálculo de la base imponible determinada según las normas de valor en aduana de las mercancías y la liquidación del monto de la obligación tributaria con la aplicación de los impuestos aduaneros respectivos, de conformidad con las normas pertinentes.

Autoridad Aduanera

Persona natural que en virtud de la Ley y en el ejercicio de sus funciones, tiene la facultad para exigir y controlar el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes en materia aduanera.

Carta de Crédito

Documento de pago irrevocable otorgado por un banco comercial o entidad financiera, por cuenta de un cliente u ordenante, mediante el cual la entidad que lo otorga se compromete para con otro banco o entidad financiera en el exterior, denominada corresponsal

Canal de Distribución

Es una estructura de negocios de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor. Los productores se mueven a través de los canales de mercadotecnia por medio de la distribución física.

Distribución Física

Involucra el almacenamiento, manejo y movimiento de los bienes dentro de una organización y su envío a los consumidores.

Distribución Selectiva.

Es la que se usa cuando el producto está disponible solo en pocas tiendas. Se usa para productos de especialidad o lujo

E-Commerce.

Es la compra-venta de productos, servicios e información a través medios electrónicos

Importación de Calzado Femenino Colombiano.

Acción de comprar calzado femenino en Colombia y llevarlo a otro país legalmente, pagando todos los tributos e impuestos del país de destino.

Imagen Corporativa.

La identidad o percepción de sí misma, que una organización intenta proyectar a sus públicos, usualmente mediante publicidad corporativa

Línea de Producto de Calzado Femenino.

Consiste en un grupo de productos de calzado femenino que dentro de la empresa comparten las mismas necesidades desde el punto de vista de producción y de marketing.

Fijación del Precio.

Técnica de que consiste en asignar distintos precios según las características del modelo del producto

Logística Importación de Calzado.

Explica el proceso de transporte de la importación de calzado y como llegan los recursos necesarios en el lugar, cantidad y tiempo adecuados.

Logística Integrada.

Cuando cada miembro de la cadena de distribución le da un valor agregado al producto.

Marketing MIX.

Elementos del marketing que dispone una compañía para alcanzar sus objetivos fijados. Estos son: producto, precio, distribución y comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- CHURCHILL Gilbert, “Investigación de mercados” Cuarta edición. México. International Thomson Edition 2001.
- MENESES, Álvarez, Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos, tercera edición, 2001.
- OCAMPO José, Costos y evaluación de proyectos, Primera edición 2002, Editorial Continental, México.
- Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno.
- Registro oficial No 351 del 29 de diciembre del 2010.
 - (<http://www.acicam.org>)
 - (<http://www.aduana.gob.ec>)
 - (<http://www.bce.fin.ec>)
 - (<http://www.comexi.gob.ec>)
 - (<http://www.corferias.com>)
 - (<http://www.derechoecuador.com>)
 - (<http://www.dian.gov.co>)
 - (<http://www.ecuadortrade.org/contenido.ks?contenidoId=1167>)
 - (<http://www.etafashion.com>)
 - (<http://www.inec.gob.ec>)
 - (<http://www.inen.gob.ec>)
 - (<http://www.mipro.gob.ec>)
 - (http://www.podoortosis.com/b_caracteristicas/b02e.htm)
 - (<http://www.proexport.com.co>)
 - (<http://www.profesorenlinea.cl/mediosocial/CalzadoHistoria.htm>)
 - (http://www4.quito.gov.ec.mapas-indicadores-proyección_zonal.htm.)
 - (<http://www.revistadeartes.com.ar/revistadeartes%207/historia.html>)
 - (<http://www.sri.gob.ec>)
 - (<http://es.wikipedia.org/wiki/Calzado>)