



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE
COMERCIO**

**CARRERA INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE:**

**INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

**TEMA: PROPUESTA DE UN MODELO ASOCIATIVO PARA LA
GENERACIÓN DE OFERTA EXPORTABLE DE CALZADO DE
CUERO PARA DAMA PRODUCIDO EN TUNGURAHUA.**

AUTOR: IBADANGO PAUCAR, TATIANA ALEXANDRA;

MALLITAXI HEREDIA, MAYRA FERNANDA

DIRECTOR: ING. GONZALO LARREA

SANGOLQUÍ, 2016



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
DE COMERCIO**

**CARRERA INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACION INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por la Srta. Ibadango Paucar Tatiana Alexandra con cédula de identidad número 172456136-8 y la Srta. Mallitaxi Heredia Mayra Fernanda con cédula de identidad número 172054032-5, bajo mi supervisión, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero en comercio exterior y negociación internacional.

Quito, Febrero 2016

**ING. GONZALO LARREA FALCONY
DIRECTOR DEL PROYECTO**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
DE COMERCIO**

**CARRERA INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACION INTERNACIONAL**

AUTORIA DE RESPONSABILIDAD

**TATIANA ALEXANDRA IBADANGO PAUCAR;
MAYRA FERNANDA MALLITAXI HEREDIA**

DECLARO QUE:

El presente proyecto titulado “Propuesta de un modelo asociativo para la generación de oferta exportable de calzado de cuero para dama producido en Tungurahua.”, ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado el derecho intelectual.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad del proyecto.

Quito, Febrero 2016

Atentamente,

Tatiana Ibadango

C.I 172456136-8

Mayra Mallitaxi

C.I 172054032-5



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE COMERCIO

CARRERA INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Nosotras, Paucar Ibadango Tatiana Alexandra con cédula de identidad número 172456136-8 y Mallitaxi Heredia Mayra Fernanda con cédula de identidad número 172054032-5, autorizamos a quien corresponda para que nuestro proyecto de grado “Propuesta de un modelo asociativo para la generación de oferta exportable de calzado de cuero para dama producido en Tungurahua” sea publicado en la biblioteca virtual de la Institución.

Quito, Febrero 2016

Atentamente,

Tatiana Ibadango
C.I 172456136-8

Mayra Mallitaxi
C.I 172054032-5

DEDICATORIA

A nuestros padres quienes han sido la fuente de inspiración, que con su paciencia, comprensión nos han enseñado a ser perseverantes y entusiastas ante cualquier adversidad sin perder nunca la dignidad, nos han brindado todo lo que hoy somos, y con su amor nos han inculcado valores, principios, empeño y dedicación.

Tatiana Alexandra Ibadando Paucar

Mayra Fernanda Mallitaxi Heredia

AGRADECIMIENTOS

A Dios por brindarnos la salud, la vida, por darnos la sabiduría, inspiración y las fuerzas suficientes para poder alcanzar este nuevo reto, porque él nos levantó para poder seguir y cumplir con nuestro objetivo, fruto de nuestro empeño y dedicación, mismo que ha sido un camino largo por recorrer pero que hoy lo vemos realizado.

Son numerosas las personas a las que debemos agradecer por ayudarnos a culminar nuestra carrera, es poco el decir gracias, pero en el fondo de nuestro ser les estaremos eternamente agradecidas en especial a nuestros padres y director de carrera el Ing. Gonzalo Larrea.

Tatiana Alexandra Ibadando Paucar

Mayra Fernanda Mallitaxi Heredia

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN.....	i
AUTORIA DE RESPONSABILIDAD.....	ii
AUTORIZACIÓN.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTOS.....	v
RESUMEN.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
CAPITULO I.....	1
MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Industrialización por sustitución de importaciones.....	1
1.2 Proteccionismo.....	2
1.3 Teoría de la Ventaja Comparativa.....	3
1.4 Buen Vivir.....	3
1.5 Especialización de la producción.....	3
1.7 Consorcio de exportación.....	5
1.8 Medidas arancelarias.....	6
1.9 Medidas de control de la cantidad.....	6
1.10 Medidas que influyen en los precios.....	6

1.11 Otras medidas:	7
CAPITULO II.....	8
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
2.1 Delimitación del problema	8
2.2 Planteamiento del problema	8
2.3 Formulación del Problema	10
2.4 Objetivos	10
2.4.1 Objetivo general	10
2.4.2 Objetivos específicos.....	11
2.5 Justificación del estudio	11
2.6 Hipótesis.....	13
2.7 Metodología de la investigación.....	13
2.7.1 Tipo de estudio:	13
2.7.2 Métodos de investigación	14
2.7.2.1 Método Deductivo:.....	14
2.7.2.2 Método Inductivo:	15
2.8 Procedimiento para recolección de información	15
2.8.1 Fuentes primarias	15
2.8.2. Fuentes secundarias:.....	16

2.8.3. Análisis documental:	16
CAPITULO III	17
ESTUDIO EMPÍRICO.....	17
3.1 Antecedentes del sector calzado.....	17
3.2 Restricción a las exportaciones de Cuero y pieles	18
3.3 Análisis del entorno del sector cuero y calzado de Tungurahua	18
3.3.1 Análisis situacional Ecuador	19
3.3.2 Análisis del entorno del sector cuero y calzado de la provincia de Tungurahua.....	21
3.4 Impactos y beneficios esperados del Sector Cuero y Calzado	22
3.4.1 Impactos:	22
3.4.2 Beneficios:.....	23
3.5 Instituciones-CALTU	23
3.6 Cadena de valor del Sector Cuero y Calzado	24
3.7 Producción.....	25
3.7.1 Actividades para obtener la Cadena de Valor	27
3.8 Eslabones de la cadena de valor del calzado	29
3.9 Producto.....	30
3.10 Clientes.....	31

3.10.1 Cartera de clientes	32
3.10.2 Mercado peruano	33
3.11 Proveedores	36
3.11.1 Principales empresas proveedoras de materia prima.....	36
3.12 Competencia.....	38
3.13 Producción nacional-abastecimiento y mercados internacionales	41
3.13.1 Producción nacional	41
3.13.2 Abastecimiento de calzado.....	44
3.14 Análisis Externo del sector Calzado.....	45
3.15 Análisis de cifras comerciales nacionales – proyecciones	47
3.16 Mercados internacionales	48
3.17 Determinar el país meta.....	74
3.17.1 Demanda.....	76
3.17.2 Producción nacional Perú	77
3.17.3 Importaciones de Perú	78
3.17.4 Exportaciones de Perú	78
3.17.5 Demanda de Perú 2014.....	79
3.17.6 Demanda de calzado en Costa Rica.....	79

3.17.8 Demanda de calzado en Colombia	81
3.18 Calculo de la demanda insatisfecha.....	82
3.18.1 Demanda insatisfecha.....	82
3.19 Conclusión del país meta.....	83
3.19.2 Ficha Técnica del país definido para la exportación	86
3.19.3 Tipo de cambio de moneda	87
3.19.4 Análisis del perfil del consumidor.....	87
3.20 Oferta Exportable	87
3.21 Requisitos para exportar	88
3.21.1 Requisitos previos a la exportación.....	88
3.21.2 Flujograma del Proceso de Exportación.....	89
3.21.3 Certificados del producto para el mercado definido	90
3.21.3.1 Requisitos para la obtención de Certificados de Origen	90
3.21.4 Pasos para obtener certificado INEN	92
3.22 Logística	93
3.22.1 Compras.....	93
3.22.2 Almacenaje	93
3.22.3 Logística de las mercancías y Transporte interno	94

3.22.4 Empaques, embalajes y unidades de carga para el transporte internacional	94
3.22.5 Términos de negociación INCOTEMS	94
3.22.6 Precio.....	95
3.22.7 Publicidad y Promoción a nivel internacional.....	97
3.23 Estrategias de penetración	98
3.23.1 Estrategias de introducción de nuevos productos:	98
3.23.2 Estrategias de precios:	98
3.23.3 Estrategia de liderazgo en costos:	98
3.23.4 Estrategias de posicionamiento	99
3.24 Comercialización.....	99
3.25 Esquema del modelo asociativo	100
3.25.1 Tipos de asociatividad	100
3.25.2 Ventajas de la asociatividad	100
3.25.3 Desventajas de no tener una asociatividad	101
3.25.4 Propuesta de asociatividad	102
3.25.5 Pasos para la creación de una asociatividad	102
3.25.6 Descripción del modelo asociativo propuesto.....	103
3.26 Consorcio de exportación.....	106

3.26.1 Políticas de constitución	107
3.26.2 Constitución del consorcio	108
3.26.3 Documentos de constitución	108
3.26.4 Empresas asociadas a CALTU	111
3.26.5 Entrevista a expertos	111
3.26.5.1 Análisis de la información obtenida	111
3.27 Recursos a utilizar	112
3.28 Valor agregado	113
3.29 Proyección de las exportaciones asociativas	114
CAPITULO IV	115
DISCUSIÓN.....	115
4.1 Conclusiones	131
4.2 Recomendaciones	133
BIBLIOGRAFÍA	134

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Población de las principales ciudades del Ecuador 2010,	19
Figura 2. Principales mercados de exportación de Ecuador, % Participación 2010.....	20
Figura 3. Esquema de la cadena de valor de la producción del calzado.....	24
Figura 4. Distribución de la demanda de calzado por tipo de calzado.....	25
Figura 5. Esquema de la cadena de valor de la producción del calzado.....	26
Figura 6: Eslabones de la cadena de valor	28
Figura 7. Lista de los países importadores a nivel mundial para el producto de la partida: 6403.20 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado	40
Figura 8: Lista de los países importadores a nivel mundial para el producto de la partida: 6403.51 los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.....	41
Figura 9: producción nacional de calzado	48
Figura 10: Esquema del consorcio de exportación	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Porcentajes de crecimiento del calzado anual.....	18
Tabla 2: Importaciones peruanas de la partida 6403.51.....	34
Tabla 3: Importaciones peruanas de la partida 6403.20.....	35
Tabla 4: Participación de los países socios en las importaciones para Perú 2014.....	38
Tabla 5: Producción nacional de calzado.....	42
Tabla 6: Empresas relacionadas a la fabricación del calzado	43
Tabla 7: Industrias de calzado de mayor importancia	44
Tabla 8: Calzado exportado desde Ecuador al mundo por partida arancelaria período..	45
Tabla 9: Tributos fijos sub-partida 6403.20.....	46
Tabla 10: Tributos fijos sub-partida 6403.51.....	46
Tabla 11: Proyección de la producción nacional de pares de zapatos	47
Tabla 12: Lista de los importadores para el producto seleccionadoProducto: 640320 calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero	51
Tabla 13: Lista de los importadores para el producto seleccionado	62
Tabla 14: Listado de países importadores de calzado, partidas 6403.20 y 6403.51 a nivel mundial	72
Tabla 15: Producción Nacional de calzado en Perú.....	77
Tabla 16: Importaciones de calzado.....	78
Tabla 17: Exportaciones de calzado.....	78
Tabla 18 Valores importados y exportados por Costa Rica en el año 2014.....	80

Tabla 19: Valores de importación y exportación de calzado de Colombia	81
Tabla 20 Mercado meta.....	85
Tabla 21: Botas de cuero.....	96
Tabla 22: Precio de Venta al público de Botas de Cuero con tacón	96
Tabla 23: Precio sandalias.....	97
Tabla 24: Recursos para realizar la propuesta plateada	113
Tabla 25: Como se mencionó en el párrafo anterior, las inversiones del proyecto estarán ligadas directamente al tamaño del mismo.	116
Tabla 26: Costo mensual y anual por par de zapatos y sandalias de las partidas 6403.20 correspondiente a Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero y la partida 6403.51 correspondiente a los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.	117
Tabla 27: Costo de producción por par mensual y anual de las partidas 6403.20 correspondiente a Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero y la partida 6403.51 correspondiente a los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.....	118
Tabla 28: Ganancia de los productores por par a nivel nacional por partida arancelaria.....	119
Tabla 29: Ganancia de los productores por par a nivel internacional entregado a mayoristas, detallistas y consumidor final o PVP por partida arancelaria.....	119
Tabla 30 : Proyección de costos mensuales y anuales correspondiente al Calzado de cuero natural y parte superior de tiras de cuero.	121

Tabla 31 Proyección de costos mensuales y anuales correspondiente a los demás calzados de cuero natural que cubran el tobillo.....	122
Tabla 32 Beneficios por familia y partida arancelaria	125
Tabla 33: Beneficios por familia y partida arancelaria	125
Tabla 34: Valor incremental de la propuesta planteada por par de zapato a ser exportado.....	127
Tabla 35 VAN para el calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero	129
Tabla 36 VAN para los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.....	129

RESUMEN

A partir de la implementación del Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 que hace referencia a la transformación de la matriz productiva y al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) mismas que hoy en día son conocidas como motor en la generación de fuentes de empleo, para la producción de bienes y servicios, esto nos motivó a plantear esta propuesta de un modelo asociativo para la generación de oferta exportable de calzado de cuero para dama producido en Tungurahua, para alcanzar el mejoramiento de las condiciones de vida de los pequeños productores de calzado de la Provincia de Tungurahua. Nuestra investigación incluye un análisis integral de la cadena de valor del Sector Cuero y Calzado en la Provincia de Tungurahua y sus repercusiones en la generación de oferta exportable del calzado de cuero para dama y la evaluación de los posibles mercados de exportación sugeridos. Algunas de las empresas que se dedican a la elaboración de calzado ya cuentan con imagen corporativa, se asocian a la Cámara Nacional de Calzado de Tungurahua, CALTU, donde obtienen beneficios en capacitaciones, participación en ferias y asistencia técnica. El objetivo de la propuesta de un modelo asociativo para la generación de oferta exportable de calzado de cuero para dama producido en Tungurahua es la generación de mayores ingresos para los productores como producto de una comercialización directa hacia mercados externos y de esta manera se mejoren las condiciones de vida y de sus familias.

PALABRAS CLAVES:

- **CALZADO**
- **CUERO**
- **OFERTA EXPORTABLE**
- **MERCADOS EXTERNOS**
- **ASOCIATIVIDAD**
- **VALOR AGREGADO**
- **CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN**

ABSTRACT

From the implementation of the National Plan for Good Living 2013-2017 referred to the transformation of the productive matrix and development of small and medium enterprises (PYMES) same as they are today known, as engine generation sources of employment for the production of goods and services , this led us to consider this proposal of a partnership model for the generation of exportable supply of leather shoes produced in Tungurahua for women to achieve the improvement of living conditions of the small footwear producers in the province of Tungurahua. Our investigation include an integral analysis for value chain of the leather and footwear industry in the Tungurahua province and their aftermath in the generation of exportable offer, leather footwear for women and the evaluation of potential export markets suggested. Some of the companies engaged in the manufacture of footwear already have corporate image, they are associated with the National Chamber of footwear of Tungurahua, CALTU, and same chamber offers training and advice to its members. The objective of the proposal for a partnership model for the generation of exportable supply of leather footwear for women produced in Tungurahua is generating higher incomes for producers as result of direct marketing to foreign markets and thus their living conditions and their families are improved.

KEYWORDS:

- **FOOTWEAR**
- **LEATHER**
- **EXPORTABLE SUPPLY**
- **FOREIGN MARKETS**
- **ASSOCIATIVITY**
- **ADDED VALUE**
- **EXPORT CONSORTIUM**

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Industrialización por sustitución de importaciones

Los países de América Latina a lo largo de la historia han presentado dependencia hacia las grandes economías siendo uno de los casos más puntuales los Estados Unidos y los países europeos, haciendo referencia al comercio internacional, lo que se ha evidenciado con la exportación de bienes primarios y la importación de bienes terminados.

Firtz Gerald (1998) determina que al finalizar la Segunda Guerra mundial las economías debían ser reintegradas y surge la teoría estructuralista de la industrialización representada por la sustitución de importaciones como un modelo de acumulación, la CEPAL destaca que “este modelo está ligado al deterioro de la relación de precios diseñado por Prebisch quien establece dos sectores: el exportador primario y la industria interna con libre competencia, movilidad del trabajo y rendimientos decrecientes”.

El modelo plantea objetivos tales como: aumentar los niveles de empleo, disminuir la dependencia de mercados externos reduciendo los bienes importados por los producidos en el mercado interno, desarrollar los procesos de industrialización a nivel de toda la región, éste se llevaría a cabo en tres etapas:

- 1) La producción de bienes de consumo masivo con poca complejidad tecnológica;
- 2) La producción de bienes intermedios de mediana complejidad;
- 3) Conseguir la industrialización con la producción de bienes de capital.

Las etapas del modelo se caracterizan por la protección del estado central reflejadas con las restricciones de tipo arancelario y no arancelario a las importaciones, la devaluación de la moneda y el financiamiento público a las industrias nacientes.

Las imperfecciones del modelo se presentaron debido a la constante devaluación de la moneda de cada país, generando niveles inflacionarios elevados además del exceso de proteccionismo a la industria nacional lo que no permitió la innovación de bienes por la escasa presencia de competencia.

1.2 Proteccionismo

Es una doctrina que en un contexto amplio pretende el desarrollo de las industrias nacionales por medio de un bloqueo a las importaciones a través de instrumentos de protección comercial tanto de carácter económico, cualitativo como cuantitativo.

Como hace referencia Piqué a lo planteado por Friedrich List en 1841, para alcanzar un desarrollo económico es necesario una política aduanera que permita la formación de una industria competitiva y el estímulo al consumo y la producción internos, además sostuvo que “una política mercantil restrictiva solo puede ser eficaz en una cultura progresiva y en las libres instituciones nacionales”. (Piqué, 1982, pág. 27)

1.3 Teoría de la Ventaja Comparativa

El autor Carbaugh menciona a David Ricardo quien establece la Teoría de la Ventaja Comparativa donde “la nación menos eficiente debe especializarse y exportar el producto en el que es relativamente menos ineficiente y la nación más eficiente debe especializarse y exportar el producto en el que es relativamente más eficiente” (Carbaugh, 2009)

Así mismo, la ventaja comparativa de un país se basa en la teoría del valor trabajo donde supone un solo factor productivo que es la fuerza de trabajo, dejando de lado otros factores los cuales se miden en relación al trabajo invertido en ellos generando el pleno empleo.

1.4 Buen Vivir

El Plan Nacional para el Buen Vivir, (2009-2013) menciona que el Buen Vivir es “la ruptura conceptual que plantean los idearios del Consenso de Washington y con miras desarrollo”.

Esta propuesta ha sido adoptada por las Constituciones del Ecuador 2008 y Bolivia 2009; este nuevo paradigma económico tiene como finalidad promover una estrategia económica incluyente, sustentable y democrática en donde se incorporen a los actores que han sido excluidos por causas del modelo capitalista promoviendo la redistribución de la riqueza.

1.5 Especialización de la producción

El Diccionario de Economía Política, (2014) define a la especialización como la “concentración de la producción en aquellas líneas o productos en los que el individuo o

la firma tiene algunas ventajas, ya sean estas naturales (Comparativas) como es el ganado y las curtiembres para la obtención de la materia prima o adquiridas (Competitivas) como son los productos únicos e innovadores, que se diferencian de las demás empresas al ser producidos elaborados de manera artesanal; otro factor importante es el contar con un proceso productivo eficiente que nos permita producir mismos productos pero a un menor costo con personal altamente calificado que les permite tener una alta productividad y brindar un excelente servicio al cliente.

La ventaja comparativa de David Ricardo está ligada a la especialización ya que esto permite a las partes que intervienen un intercambio comercial mutuamente beneficioso. (Rothbard, 2012)

El estadounidense Michael Porter distingue a la “ventaja nacional” como el motivo por el cual una nación alcanza el éxito en un sector en particular Porter, Michael. La Ventaja Competitiva De Las Naciones. Buenos Aires. Javier Vergara Editor, 1991, 110. Como primer punto cita las condiciones de los factores, referido a las dotaciones de trabajadores especializados e infraestructura adecuada para un determinado sector; que debe ser complementado por las condiciones de la “demanda” interna de esa gama de productos y servicios, sin menospreciar la capacidad exportadora de un sector competitivo también fuera de las fronteras nacionales.

El tercer determinante se analiza desde la existencia o ausencia dentro de una nación de sectores proveedores e industrias complementarias que también sean internacionalmente competitivos. Finalmente, Porter se centra en la “estrategia, estructura y rivalidad de la empresa”, adentrándose en un examen microeconómico de

las formas como las compañías se organizan y gestionan, así como también la “naturaleza de la rivalidad doméstica”, es decir la competencia interna que fomenta la competitividad hacia afuera.

Estos cuatro factores, que el autor relaciona entre sí a través de un diagrama en forma de diamante, es un ensayo de responder al cuestionamiento original sobre los atributos genéricos de una nación para generar un entorno de competitividad. (Porter M. E., 2007)

1.6 Matriz productiva

Brito (2013) señala que una matriz productiva está determinada por la estructura de los sectores de producción de bienes y servicios, organizada en función de la importancia relativa que cada sector tiene en el desarrollo nacional, para generar: inversión, producción, empleo, innovación y exportaciones de bienes y servicios.

1.7 Consorcio de exportación

Un consorcio de exportación es una alianza voluntaria de empresas; en este caso la alianza entre empresas productoras de calzado de la Provincia de Tungurahua, con el objetivo de promover los bienes de sus miembros en el extranjero y de facilitar la exportación de esos productos mediante acciones conjuntas.

Se puede considerar que el consorcio de exportación es un medio formal para la cooperación estratégica de mediano a largo plazo entre empresas que sirve para prestar servicios especializados a fin de facilitar el acceso a los mercados extranjeros. (ONUDI, Consorcio de exportación, 2015).

1.8 Medidas arancelarias

El Art. 76 del COPCI señala que las tarifas arancelarias se podrán expresar en mecanismos tales como:

- ✓ Términos porcentuales del valor en aduana de las mercancías Ad Valórem
- ✓ Términos monetarios por unidad de medida Específicos
- ✓ Combinación de ambos Mixtos

1.9 Medidas de control de la cantidad

Licencias.- Son todas aquellas necesarias para la importación de bienes que requiere la de la presentación de una solicitud distinta a la necesaria para efectos aduaneros.

Cupos.- Es el monto máximo en términos cuantitativos disponibles para la importación.

Prohibiciones.- Son todos los bienes que no pueden ingresar a territorio aduanero.

1.10 Medidas que influyen en los precios

Precios mínimos.- Para su aplicación se toma como referencia los precios en el mercado interno.

Medidas compensatorias.- Son aquellas utilizadas con el fin de neutralizar cualquier subsidio concedido directa o indirectamente a la fabricación, producción o exportación de cualquier mercancía.

1.11 Otras medidas:

Medidas para proteger el medio ambiente.-

Medidas adoptadas para preservar el medio ambiente del país de destino.

Reglamentos técnicos y normas de calidad.-

Establecidas con el fin de proteger la vida y salud de las personas, animales, plantas además del medio ambiente.

Requisitos de etiquetado y envasado.-

Son disposiciones que regulan el tipo y tamaño de los signos que deben estamparse en los embalajes y las etiquetas, y detallan la información que puede o debe proporcionarse al consumidor.

CAPITULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Delimitación del problema

TEMA: Propuesta de un modelo asociativo para la generación de oferta exportable de calzado de cuero para dama producido en Tungurahua.

2.2 Planteamiento del problema

La Provincia de Tungurahua es reconocida por su industria manufacturera del sector cuero a nivel nacional. En el año 2015 existen 240 empresas productoras de calzado en la Provincia, de las cuales sólo dos empresas exportan de manera directa. Existen en la Provincia 25 curtidurías que procesan aproximadamente 400 pieles mensuales cada una. (Salinas, El cuero producción industrial y artesanal en el Ecuador, 2014).

El estudio “Análisis de Competitividad de las artesanías del Ecuador” de la FLACSO (Salinas, El cuero de producción industrial y artesanal en el Ecuador, 2014) el denominado sector cuero, como se lo denomina en forma usual, generaba un total de 800.000 empleos, de los cuales 100.000 en curtiembres, 330.000 en producción de calzado, 80.000 en hormas, plantas y maquinaria y 290.000 en comercialización.

Una de las características de la provincia de Tungurahua es que el Sector Calzado aporta en un 35% a la Producto Interno Bruto, representando el 3% a nivel nacional, (Salinas, Escuela de diseño textil y de moda, 2014), la producción de calzado en la provincia de Tungurahua representa el 50% para el consumo local y el resto es exportado, y de este porcentaje el 40% es producido en el cantón Ambato.

Cabe recalcar que actualmente existe prohibición de exportar pieles en estado natural y sus confecciones ya que ascendieron en el 2012 a: US\$ FOB 26,6 miles de millones y sus principales destinos fueron: Italia, Venezuela, Perú y Colombia, para evitar que la materia prima salga del país en el año 2012, se tomó la medida de prohibir las exportaciones de pieles y cueros en bruto de las sub-partidas arancelarias: 4101.20, 4101.50, 4101.90, 4103.90 por un periodo de dos años. (Morán, 2012)

Las exportaciones del sector calzado según (PROECUADOR, 2014) ascienden a US\$ FOB 38,9 miles de millones y sus destinos principales fueron: Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y Estados Unidos.

Tomando en consideración que la industria manufacturera está en crecimiento por las medidas que ha tomado el gobierno como las salvaguardias y arancel mixto impuestas desde el año 2009, los productores de calzado de Tungurahua pueden unirse o asociarse para generar una oferta exportable y llegar a mercados internacionales, beneficiándose ellos mismos con la percepción de mayores ingresos y un mejor estilo de vida.

El modelo contempla la mejora continua en cuanto a calidad y el encadenamiento productivo; el 60% de la producción es para consumo local y el 40% restante es para la comercialización en mercados internacionales.

Se propone un modelo asociativo de productores de calzado de la Provincia de Tungurahua para mejorar los ingresos de los productores y a la vez servir como estrategia para fomentar la oferta exportable.

Se considera que la producción de cuero y calzado ha tenido un crecimiento sostenido desde el año 2008.

2.3 Formulación del Problema

¿Cuál es la estrategia para que los productores de calzado de la Provincia de Tungurahua mejoren sus condiciones de vida, mediante el cambio de la matriz productiva con la generación de la oferta exportable?

2.4 Objetivos

2.4.1 Objetivo general

Proponer un modelo asociativo de producción y exportación de calzado de cuero de la Provincia de Tungurahua para mejorar las condiciones de vida de los pequeños productores de calzado, mencionado en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 y contribuir al cambio de la matriz productiva con el fomento de exportaciones de calzado.

2.4.2 Objetivos específicos

1. Realizar el diagnóstico situacional a mayo de 2015 del sector manufacturero de cuero y calzado a nivel país y de la Provincia de Tungurahua, que permita conocer la capacidad de producción en pares de calzado al año y la contribución de los productores de la Provincia de Tungurahua.
2. Analizar la cadena de valor para la elaboración del calzado, tomando en cuenta las actividades primarias como la adquisición de materia prima.
3. Realizar un estudio de mercado internacional para determinar la mejor opción de exportación de calzado de cuero producido en la Provincia de Tungurahua, que incluya la elección de un país de destino; el abastecimiento de materias primas; la producción nacional y, los mecanismos idóneos de exportación.
4. Analizar la logística interna y externa, las operaciones, servicio post venta y las actividades de soporte como la infraestructura, recursos humanos, recursos financieros, abastecimiento y actores.
5. Proponer un modelo asociativo adecuado basado en procesos logísticos internos de los productores de calzado de la Provincia de Tungurahua.
6. Discusión de la viabilidad técnica y económica del proyecto de investigación.

2.5 Justificación del estudio

Cabe mencionar que la propuesta de un modelo asociativo de producción de calzado orientada a satisfacer la demanda en mercados internacionales, en la Provincia de Tungurahua, permitirá mejorar la calidad de vida de los productores al percibir mayores ingresos y generar fuentes de empleo a personas de la misma Provincia, además se pretende incrementar la oferta exportable.

Tungurahua es una Provincia conocida por sus trabajos de cuero de alta calidad que con el pasar del tiempo ha adquirido relevancia a nivel nacional.

Los productores cuentan con el apoyo de la Cámara de Productores de Calzado de la Provincia de Tungurahua (CALTU), que asocia actualmente a 2500 productores y les capacita constantemente en cuanto a diseño e innovación; además se cuenta con materia prima propia es decir, con 25 empresas curtidoras que distribuyen la materia prima en la Provincia y el resto del país.

Este proyecto se enfoca a los productores de calzado de Tungurahua dedicados a la elaboración de productos de cuero cada vez son más competitivos y adoptan nuevas estrategias. Sin embargo, en estas organizaciones se requiere de la implementación de diferentes tipos de herramientas basadas en los nuevos enfoques gerenciales (estructura organizacional, calidad total, productividad), entre otros; con el objetivo de alcanzar el éxito a corto, mediano y largo plazo.

La mayoría de producción se la realiza de manera manual, el producto es duradero, de excelente calidad y precio. Para incrementar el volumen de producción es necesario contar con estándares de calidad, productividad, inversión en capacitación y tecnología.

Se justifica la realización de la presente investigación con la participación de dos estudiantes ya que una de ellas realizará el estudio y recopilación de información a nivel país y, la otra persona realizará la investigación internacional, con búsqueda de mercados alternativos para la exportación.

Se realizará una entrevista a representantes de entidades como la Cámara de Calzado de TUNGURAHUA (CALTU).

2.6 Hipótesis

La propuesta de un modelo asociativo de los pequeños productores de calzado de la provincia de Tungurahua, mejorará las condiciones de vida a través del fortalecimiento del proceso productivo, la comercialización y por ende generar oferta exportable en los mercados potenciales.

2.7 Metodología de la investigación

2.7.1 Tipo de estudio:

El modelo de estudio empleado en la investigación es exploratorio-experimental, porque se pretende conocer la factibilidad de exportar el producto, para pasar al estudio descriptivo a través de la formulación de un problema cuyo fin es delimitar los hechos que conforman el problema de investigación el mismo que se enfocará en realizar un análisis de la Industria del cuero en la provincia de Tungurahua para conocer las opiniones de los productores, los desafíos que enfrentan en la actualidad al momento de desenvolverse en su negocio de manera concreta indicando sus rasgos diferenciadores.

Se realizará en base a las siguientes etapas:

1. Se eligen los objetivos, enfoques y las fuentes apropiadas.
2. Recolección de datos.

3. Se clasifican los datos y se establecen semejanzas, diferencias y relaciones significativas.
4. Se realizan observaciones objetivas y exactas.
5. Se interpretan los resultados.

2.7.2 Métodos de investigación

2.7.2.1 Método Deductivo:

La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

El empleo de este método permitirá demostrar una teoría empezando por formular su hipótesis básica, junto a ésta, aparecen una serie de condicionantes, de las cuales se derivan las afirmaciones sobre el fenómeno que queremos explicar, por medio de los siguientes procesos:

- Obtención de Información Primaria de las empresas productoras de calzado de la provincia de Tungurahua.
- Enunciado de leyes de carácter general, a los que se llegará partiendo del proceso de investigación.

- Del procedimiento lógico se concluye que las explicaciones siguen las mismas reglas de deducción.
- Inducción y deducción son métodos de conocimiento que no son incompatibles, sino complementarios.

2.7.2.2 Método Inductivo:

El proyecto se basará en entrevistas, porque con este estudio los involucrados estarán directamente relacionados.

Es importante resaltar que para la presente propuesta de un modelo asociativo se va a hacer uso del Método Deductivo - Inductivo, porque permite que las verdades particulares contenidas en verdades universales se vuelvan explícitas, es decir va de lo general a lo particular, además de la evaluación de experiencias.

2.8 Procedimiento para recolección de información

2.8.1 Fuentes primarias

Se utilizará como instrumento de recolección de información entrevistas a expertos y empresas pertenecientes al sector de calzado, específicamente del cuero en la provincia de Tungurahua, esto permitirá descubrir la oferta exportable actual, precios, modelos, para lo cual se va a utilizar procedimientos generalizados de pregunta con el fin de obtener mediciones cualitativas; Entrevista a la Sra. Liliana Villavicencio representante de CALTU (Cámara Nacional de Calzado);

2.8.2. Fuentes secundarias:

Recopilación de información estadística nacional e internacional; bases de datos especializadas como del Banco Central, Trade-Map, artículos de revistas.

2.8.3. Análisis documental:

Es la búsqueda de información, la misma que después será analizada e interpretada en el estudio, como: leyes, libros e incluso el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 - 2017 y la Constitución de la República del Ecuador.

CAPITULO III

ESTUDIO EMPÍRICO

3.1 Antecedentes del sector calzado

En los últimos años, pocos sectores económicos han tenido un desempeño sobresaliente en la economía ecuatoriana, uno de estos sectores, es la industria manufacturera de cuero y calzado, plástico y caucho, por lo cual, se plantea un estudio del sector cuero y calzado en la provincia de Tungurahua, para mejorar las condiciones de vida de los productores de calzado, con la implementación de un modelo asociativo para la generación de oferta exportable de calzado de cuero para dama producido en la Provincia de Tungurahua.

El 50% de la producción nacional de calzado de cuero proviene de la Provincia de Tungurahua, seguido de las provincias de Pichincha y Azuay. Este sector genera fuentes de empleo, de manera directa e indirecta y está en proceso de desarrollo.

El calzado de cuero se lo realiza de manera manual o artesanal por muchas empresas familiares, pequeñas y medianas, de manera individual, en pequeñas cantidades, por lo que no reciben los suficientes ingresos acordes a su esfuerzo. Si a esto sumamos una atomización en los canales de distribución, o lo que es más grave una venta mediante un canal intermedio, que es el que lucra del esfuerzo de los productores, su rentabilidad es baja y, por ende sus condiciones de vida no son las esperadas.

Una ventaja competitiva del sector calzado de la Provincia de Tungurahua es que los productores se abastecen de la materia prima de la misma Provincia, por medio de la Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador (ANCE).

La actividad económica vinculada con esta Industria se encuentra concentrada en la provincia de Tungurahua.

Tabla 1:**Porcentajes de crecimiento del calzado anual**

AÑO	PRODUCCIÓN PARES	% DE CRECIMIENTO
2008	12 MILLONES	-
2009	15 MILLONES	25%
2010	15 MILLONES	0%
2011	28.8 MILLONES	92%
2012	30 MILLONES	4.17%
2013	31 MILLONES	3.33%
2014	35 MILLONES	12.90%

Fuente: (MIPRO, 2014).

3.2 Restricción a las exportaciones de Cuero y pieles

Para evitar que las empresas sigan exportando cueros y pieles el COMEXI a través de la Resolución 402 aprobada el 22 de marzo de 2012 resuelve suspender por un período de dos años el registro de exportadores de cueros y pieles únicamente para las subpartidas 4101.20, 4101.50, 4101.90, y 4103.90 mismo que el 18 de marzo de 2014 recomienda suspender por cinco años más la exportación de pieles y cueros en bruto. (MIPRO M. d., 2014)

3.3 Análisis del entorno del sector cuero y calzado de Tungurahua

La industria del cuero en el Ecuador data de los años 70, desde entonces se ha mantenido un nivel artesanal, aunque debido al crecimiento de este sector, se ha procedido a la industrialización, se producen alrededor de 350 mil cueros y pieles al año, esta materia prima es utilizada en el mercado interno para la elaboración de calzado, marroquinería y confecciones, aunque también se exporta una parte. (PROECUADOR, Cuero y calzado, s.f.).

En la industria manufacturera del calzado en Ecuador, existe producción de calzado para montaña, exclusivo de cuero, así como también calzado de dama y caballero de cuero natural, las grandes industrias han tecnificado sus procesos para generar una mayor producción, que satisfaga a los consumidores nacionales y extranjeros, las principales ciudades en las que se desarrolla esta industria están: Tungurahua, Azuay y Pichincha.

La industria del calzado ha tenido tiempos difíciles en el inicio de la dolarización porque los precios subían a diario y otra por la fuga de la materia prima, es decir, el cuero a Colombia y Brasil, y también por la competencia del calzado chino a precios bajos, pero esto cambio con la medida de salvaguardias del año 2009. (Ecuador C. , 2010)

A nivel nacional se elaboraban en el año 2008 alrededor de 15 millones de pares de calzado, en el 2011 fue de 28.8 millones de pares de calzado y en el año 2012 fue de 30 millones de pares de calzado, Según cifras de la Cámara Nacional de Calzado de Tungurahua (CALTU), el uso per cápita en el país es de 2,7 pares por habitante, por lo que se necesitan producir 35 millones de pares al año para abastecer el mercado nacional. (Hora L. , La industria del calzado renace en el Ecuador, tras crisis de 2008, 2013)

3.3.1 Análisis situacional Ecuador

Ecuador es un país que se caracteriza por la exportación de petróleo y productos tradicionales como banano, camarón, café, cacao, pero lo que se busca es que el país produzca bienes finales con valor agregado, es decir, diversificar la producción.

El 75% de la población reside en zonas urbanas y un 25% en zonas rurales, entre las principales ciudades del Ecuador, consideradas así por el número de habitantes y por la actividad económica que desarrollan son las siguientes:

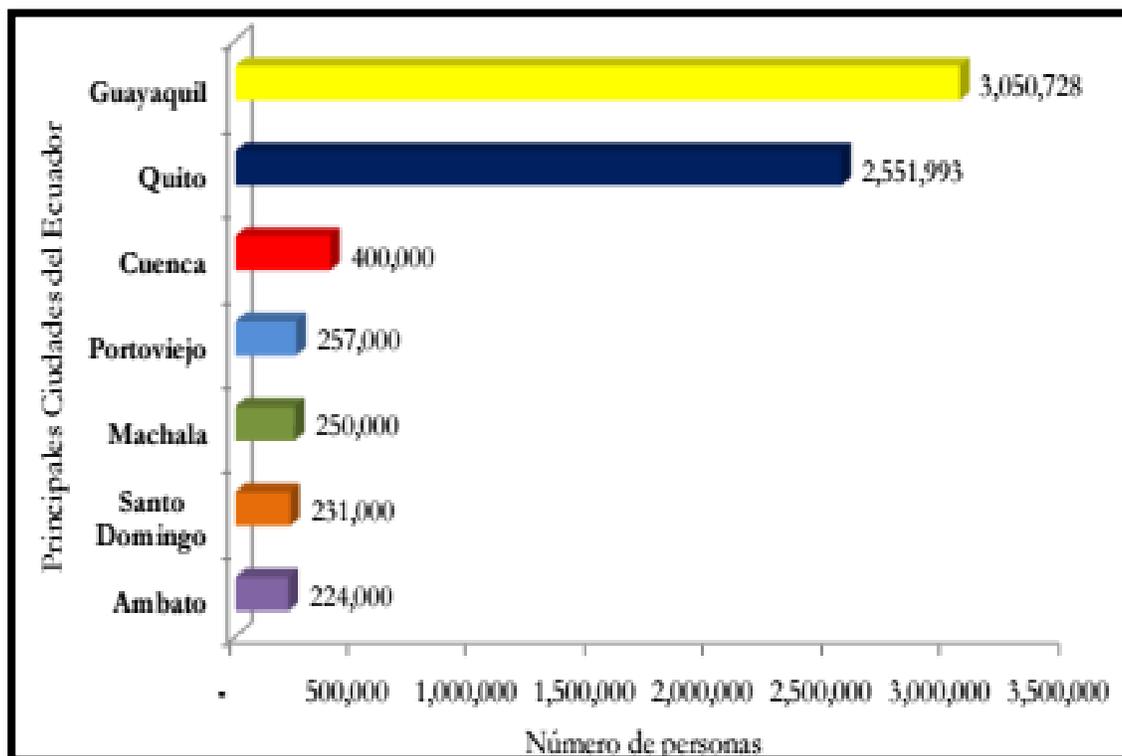


Figura 1. Población de las principales ciudades del Ecuador 2010,

Fuente: (INEC, *Principales ciudades del Ecuador, 2011*)

En la Figura 1 se puede observar que la ciudad de Ambato se encuentra entre una de las principales ciudades del Ecuador, tanto por el número de habitantes como por las actividades económicas que se desarrollan en la misma.

Las exportaciones de Ecuador al mundo son las siguientes:

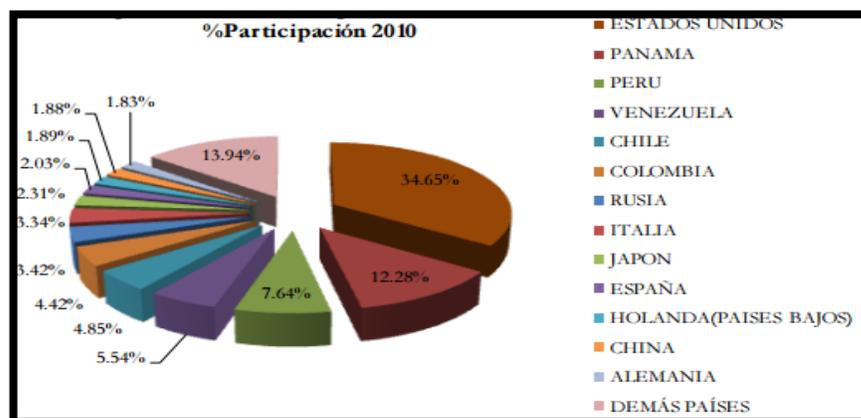


Figura 2. Principales mercados de exportación de Ecuador, % Participación 2010.

Fuente: (BCE, Principales mercados de exportación del Ecuador, % Participación 2010, 2011)

Como se puede observar en la Figura 2 el principal mercado de Ecuador es China, porque se tiene un 34.65% de participación en este mercado, siendo el principal el banano el principal producto exportado a China, seguido de camarones, langostinos. (PROECUADOR, Ficha técnica China, 2015), el segundo país destino de las exportaciones es Estados Unidos con 12.28% de participación de las exportaciones de Ecuador, y en tercer lugar Perú con 7.64% de participación, a este país se exporta principalmente tableros de partículas de madera, cocinas de combustibles gaseosos. (PROECUADOR, Ficha técnica Perú, 2015).

3.3.2 Análisis del entorno del sector cuero y calzado de la provincia de Tungurahua

Tiene una población de 542.583 habitantes en 2013, es la séptima provincia más poblada del Ecuador, cuenta con una extensión de 3.335km² y se encuentra a 2.620 metros sobre el nivel del mar, se desarrollan varias actividades en la que se destaca en primer lugar la elaboración de calzado de cuero, misma que en la actualidad tiene a una

de las principales empresas exportadoras de mercadería al exterior esta empresa es Plasticaucho Industrial S.A. Esta compañía, también ambateña, exporta zapatos de lona, botas de caucho y calzado escolar de cuero a Colombia y Perú. (Lideres, 2012).

En la Provincia se desarrollan varias actividades económicas en el sector manufacturero: industria del cuero 62%, fabricación de carrocerías automotrices 13%, industria textil 9%, producciones de cuero, más específicamente “producción de cueros curtidos o adobados vegetal 8%, industria y procesamiento de alimentos 9%.

El PIB Provincial de Tungurahua es de 1 millón 187 mil dólares al año 2012 y, dentro de la Producción Bruta Provincial de Tungurahua se destaca en primer lugar la industria manufacturera (Valenzuela, 2012).

En el año 2013, el Gobierno Provincial de Tungurahua firmó un convenio de cooperación institucional con el Municipio del cantón Cevallos para la creación del Centro de Fomento Productivo del Calzado, aportando con 150 mil dólares, el propósito de este Centro es optimizar la producción, diseño y fabricación de calzado. (Hora L. , Financian creación de Centro de Fomento Productivo del Calzado, 2013)

El Gobierno Provincial de Tungurahua apoyó la realización de Show Room Piel Moda 2015, que se llevó a cabo el 14, 15 y 16 de mayo en las ciudades de Cuenca, Quito y Ambato, en este evento hubo la participación de varias curtidurías de la provincia de Tungurahua, exhibiendo la materia prima que se puede utilizar para fabricación de calzado, marroquinería y afines. (Tungurahua A. d., 2015).

3.4 Impactos y beneficios esperados del Sector Cuero y Calzado

3.4.1 Impactos:

Los impactos que se esperan al presentar esta propuesta asociativa a los productores de calzado de cuero de la provincia de Tungurahua y estos a su vez acepten formar parte de una asociación conllevará a la obtención de grandes cambios en las condiciones de

vida que tendrán las familias de los productores, porque recibirán mayores ingresos por la producción.

Otro impacto son los impactos ambientales asociados a las actividades industriales que son ocasionados básicamente por el inadecuado manejo de sustancias químicas peligrosas, es por esta razón que el fin con el que se propone este modelo es afectar en menores cantidades al medio ambiente.

3.4.2 Beneficios:

Las principales beneficiados de esta propuesta de modelo asociativo son los productores de calzado de pequeñas y medianas empresas, que se encuentren dentro de las que estén dispuestas a asociarse para crear oferta exportable, mejorar diseños, satisfacer necesidades de los posibles clientes y sobre todo, aquellas empresas que estén dispuestas a mejorar sus condiciones de vida y las de sus familias.

3.5 Instituciones-CALTU

Es una institución fue creada en el año 2003, que promueve el diálogo, la cooperación y, sobre todo el crecimiento del Sector Cuero y Calzado y el fortalecimiento de sus asociados. Mantiene la autonomía en iniciativas de desarrollo, canaliza acciones de la cadena productiva en beneficio del desarrollo del Sector y de la Provincia de Tungurahua para beneficio de los socios.

La CALTU busca establecer convenios internacionales con instituciones que organizan foros, rondas de negocios, ferias para que el Sector Cuero y Calzado, para brindar alternativas de apertura de mercados internacionales e instruir a los empresarios del Sector con conocimientos científicos que conjugados con sus conocimientos técnicos les permitan tener las herramientas necesarias para una buena toma de decisiones e incrementar sus ingresos. (CALTU, 2015)

Actualmente la CALTU cuenta con 70 socios de las diferentes provincias del país.

Otra institución importante en el sector del cuero y calzado en la provincia de Tungurahua es la Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador ANCE que se creó el 24 de abril de 1988, esta provee la materia prima de calidad a micro, pequeños y medianos productores así también a los productores artesanales, para la elaboración del calzado de cuero, con la propuesta planteada se beneficiarán aproximadamente a 25 nuevos socios y sus familias.

3.6 Cadena de valor del Sector Cuero y Calzado

La cadena de valor es el conjunto de actividades relacionadas entre sí, que dan valor agregado al producto en cada una de ellas y por ende incrementan el nivel de satisfacción del cliente final. Permite identificar ventajas competitivas que tiene la empresa.

Para este proyecto de investigación, la Cadena de Valor del Sector Calzado constituye un sistema que asocia las distintas actividades y etapas relacionadas con la fabricación de calzado:

- 1) Manejo del ganado del cual se obtiene el cuero;
- 2) Mataderos y curtiembres;
- 3) Abastecedores de insumos;
- 4) Manufactura de calzado;
- 5) Producción de suelas de distintos materiales, formas y texturas;
- 6) Transporte;
- 7) Comercialización interna y,
- 8) Exportación.

La presencia de las curtiembres en la provincia de Tungurahua permite que los micro, pequeños y medianos productores cuenten con materia prima propia, para la elaboración del calzado de cuero.

En la provincia existe gran apoyo por parte de la (Cámara Nacional de Calzado de Tungurahua) CALTU a los productores de calzado.

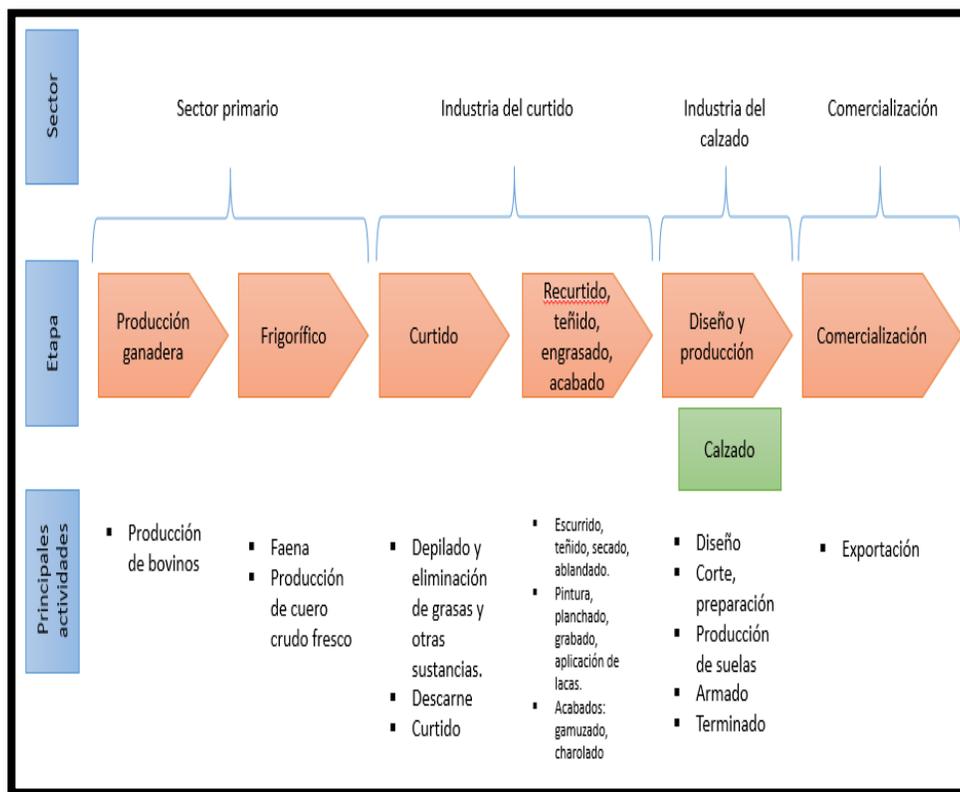


Figura 3. Esquema de la cadena de valor de la producción del calzado.

Fuente: (Producción, 2015)

3.7 Producción

La asociatividad de productores de calzado involucra toda la cadena de valor de esta rama de la producción que implica:

- Criaderos de ganado
- Curtiembres
- Capacitación de la mano de obra
- Líneas de crédito y financiamiento
- Producción Asociativa
- Mercadeo
- Comercialización del producto en el mercado interno y externo

Debe existir un comprometimiento entre los sectores involucrados (productores, comercializadores) para que existan principios de equidad, respeto redistribución y transparencia en todos los procesos.

Tungurahua, Azuay, Imbabura y Cotopaxi son las provincias con mayor producción de las actividades artesanales de curtiembre, productos de cuero y calzado, encabezando la producción de cuero y calzado la provincia de Tungurahua con el 75,6% y los talleres se encuentran en los cantones de Ambato, Quisapincha, Baños y Cevallos.

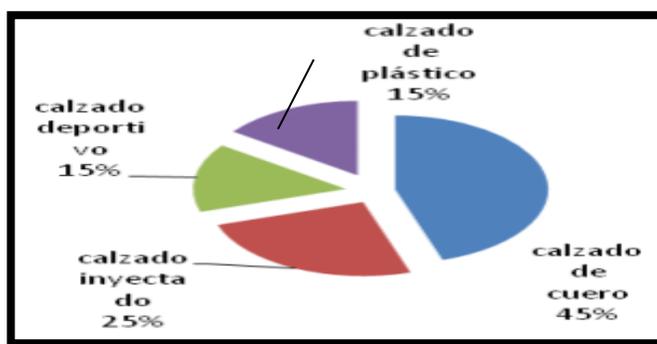


Figura 4. Distribución de la demanda de calzado por tipo de calzado.

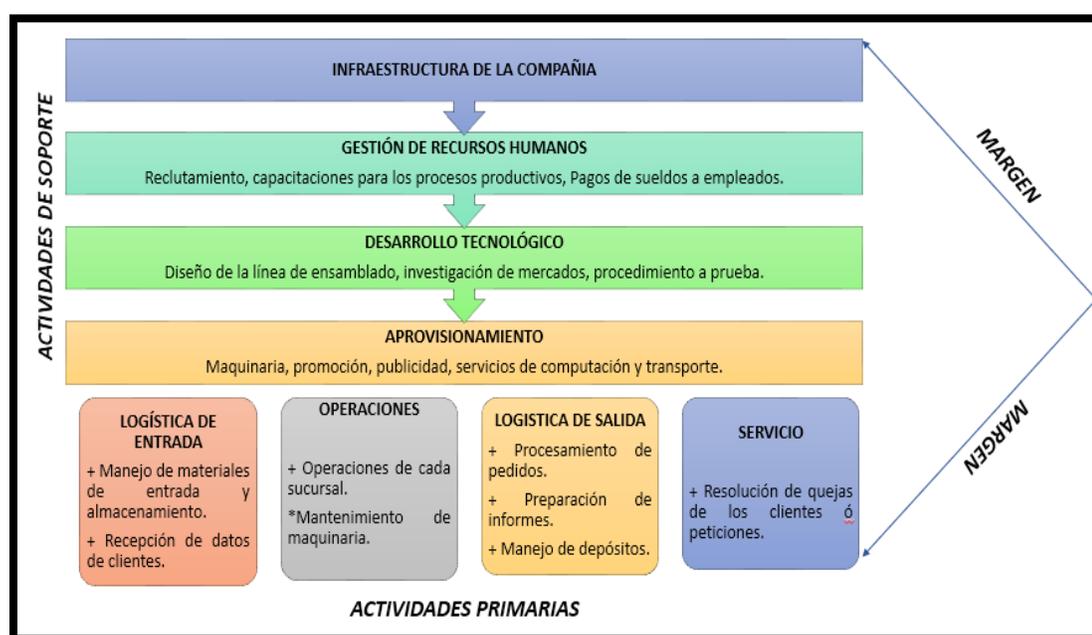
Fuente: (Villavicencio, Producción de calzado, 2015)

El consumo promedio por habitante según la Cámara de Calzado de Tungurahua CALTU y entrevista a (Villavicencio, 2015) es de 2.7 pares de zapatos al año, siendo la demanda anual alrededor de 33 millones de pares de zapatos, de los cuales 45% sería calzado de cuero, 25% calzado inyectado (bota llanera, inyectado en lona), 15% calzado deportivo y 15% calzado de plástico. (Figura 4).

3.7.1 Actividades para obtener la Cadena de Valor

La elaboración de calzado tiene una serie de procesos, empieza desde la producción del ganado para la obtención del cuero, sigue el proceso de faenamiento, curtido en el cual se realiza el depilado, descarte y curtido de las pieles, después se procede al teñido, engrasado del cuero, para utilizar el cuero en la producción de calzado.

Figura 5. Esquema de la cadena de valor de la producción del calzado.



Fuente: (Producción, 2015)

Producción ganadera: la calidad del cuero radica en el buen trato al ganado, para que este no tenga rasgaduras, marcas.

Curtiembre: es el proceso para obtener el cuero, se lo puede realizar de os maneras de forma industrial o artesanal. El proceso industrial tiene 4 etapas:

1. **Proceso de ribera:** selección de la materia prima, tratamiento, curado y desinfectado de las pieles, pelambre y depilado, descarte.
2. **Proceso de curtido:** curtido de sales de cromo, rebajado.

3. **Proceso de teñido:** teñido, engrase, escurrido, ablandado y el secado, color, brillo y textura.

Proceso artesanal se selecciona el ganado y se realiza lo siguiente:

- ✓ Secado, salado, salmuerado
- ✓ **Curtido de la piel:** Reverdecimiento es quitar la sal, encalado es ablandar, depilado
- ✓ **Acabado:** protección con sustancias químicas, color, brillo, texturas.

La provincia de Tungurahua cuenta con 24 curtiembres los mismos que proporcionan cuero para elaborar el calzado.

La compra del cuero sintético y natural se lo realiza por decímetros cuadrados, el costo depende del tipo de textura, calidad, color, grosor y oscila desde los 0,30 centavos de dólar y el de cuero natural cuesta entre 5 y 12 dólares esto incide además en el costo del calzado. Con el primer material un par de zapatos cuesta 12 dólares y con cuero natural 25 dólares en el mercado local.

3.8 Eslabones de la cadena de valor del calzado

La cadena de valor implica la relación que existe entre todos los actores del sector calzado, involucrando a la industria del cuero, que se refiere a la obtención del cuero natural a través de las curtiembres, también se tiene relación con la industria del caucho para obtener suelas, tacones que también forman parte del calzado, además otra industria importante es la del papel o cartón porque está, proporciona las cajas para guardar el producto y de esta manera protegerlo al ser transportado, e incluso productos metálicos que sirven de adorno al calzado son necesarios en la cadena.

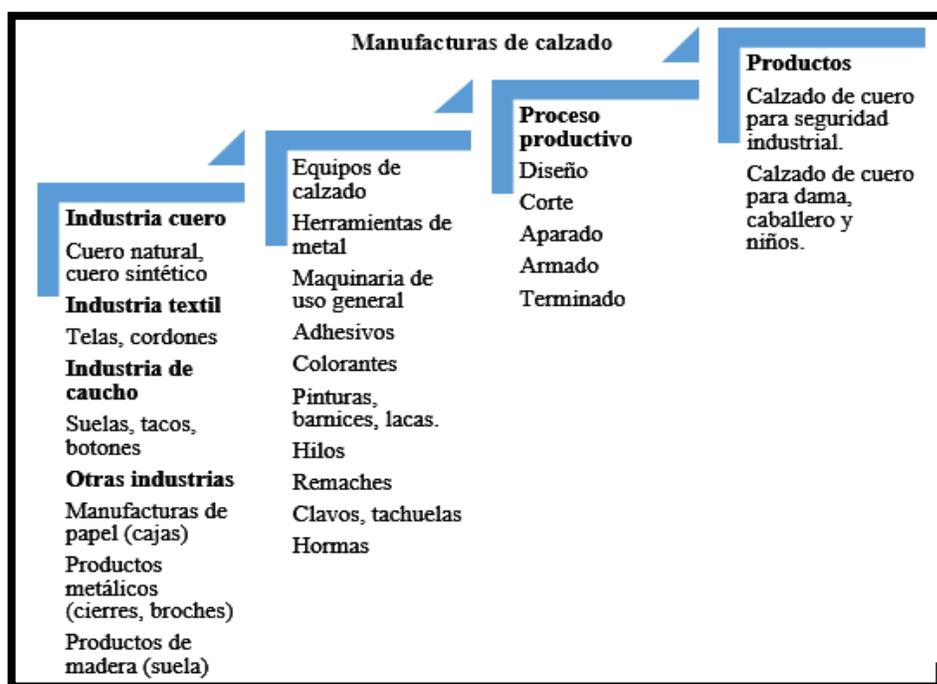


Figura 6: Eslabones de la cadena de valor

Elaborado por: las autoras

Otros eslabones o actores con los que se tiene cierta dificultad es la manufactura del calzado implica la adquisición de máquinas, pinturas, barnices, la dificultad se da en las demoras en los pagos, un problema puede ser la entrega de cheques post-fechaos que

aunque esta forma de pago no es legal, es la más utilizada, al pagar materiales adquiridos.

Después de esto se pasa al proceso de producción, con el diseño del calzado, corte, acabados para tener el producto final, que es el calzado de cuero.

3.9 Producto

En la realización del proyecto el producto final que se desea asociar es el calzado de cuero para dama, el mismo que debe ser elaborado con materia prima de calidad y con variedad de diseños. La elaboración del calzado depende de las tendencias de consumo de las mujeres que en este caso es nuestro segmento.

Los productos pueden ser:

- ✓ Zapatos de tacón alto
- ✓ Zapatos de tacones gruesos
- ✓ Zapatos suecos en altos y bajos
- ✓ Plataformas
- ✓ Sandalias

El calzado puede tener el mismo modelo, pero varía el color, textura, y cuero, de acuerdo al requerimiento del cliente, la elaboración de estos productos varía dependiendo del tamaño de la empresa productora, de su capacidad instalada y del tipo de materiales que se utilizan para la fabricación, además del tipo de maquinaria que se emplee.

Zapato de mujer

A todas las mujeres les gustan los zapatos y más los que se muestran en vitrinas, porque se tienen la posibilidad de apreciar el modelo y la textura de los zapatos, por ejemplo sandalias y zapatos de salón, que permiten que las mujeres puedan elegir una gran variedad como: tachuelas en zapatos: color rosa, con punta y de tacones no tan afilados.

Sandalias con numerosas tiras y pequeños adornos estampados en forma de hojas o modelos más clásicos de Merceditas en blanco con dibujos de flores con color en la punta.

Sandalias en blanco y negro con plataforma y tacón grueso.

El tacón ha sido siempre uno de los elementos más importantes para marcar un estilo en el calzado femenino, los tacones pueden ser: tacones bloque, tacones de madera laminada, tacón piramidal.

Otro tipo de zapatos que encanta a las mujeres es el zapato metálico en oro y plata que genera elegancia y modernidad a quien los utiliza.

Zapatos con punta afilada en colores brillantes o neutros, sean de cualquier altura el tacón, zapatos bajos son una buena inversión.

3.10 Clientes

La producción de calzado de cuero es comercializada a nivel nacional, al consumidor final, empresas mayoristas y detallistas, por ejemplo los productos son entregados a tiendas comerciales como: ETAFASHION, DE PRATI, BATA, aunque estos productos también son enviados a países como Perú, Colombia, Canadá, Costa Rica, Panamá, Estados Unidos.

3.10.1 Cartera de clientes

Según datos estadísticos de TRADEMAP, a continuación se presentan la figura 7 con los países importadores de calzado de cuero de la partida 6403.20 que corresponde al Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero.

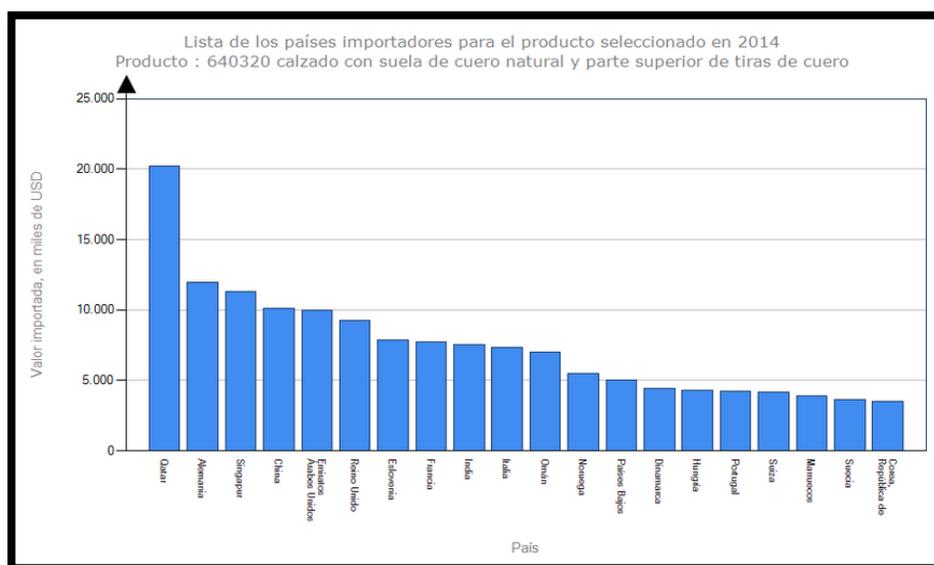


Figura 7. Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero.

Fuente: (TRADEMAP, 2014)

Como se puede observar en la Figura 7, el país que más importó en el año 2014 calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero es Qatar con 20 000 000 dólares, es decir 2204 toneladas de calzado.

De acuerdo a las estadísticas de TRADEMAP de la partida 6403.51 correspondiente a los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo se presenta a continuación la figura 8 con los países importadores.

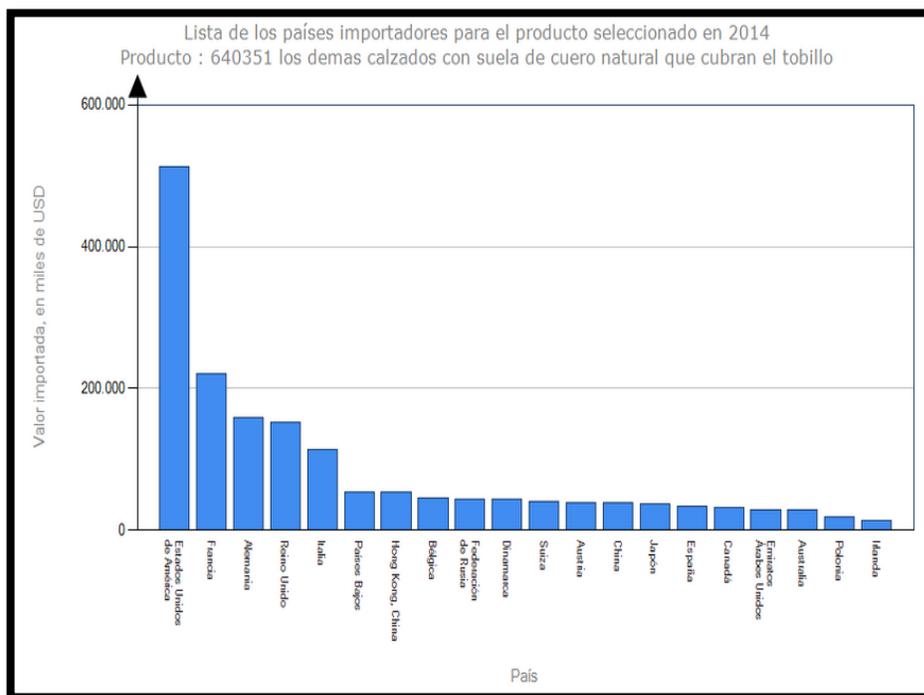


Figura 8. Los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.

Fuente: (TRADEMAP, 2014)

Como se puede observar en la Figura 8, el país que más importó en el año 2014 de la partida 6403.51 los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo es Estados Unidos de América con aproximadamente 512 155 000 dólares, es decir 8.411 toneladas de calzado.

3.10.2 Mercado peruano

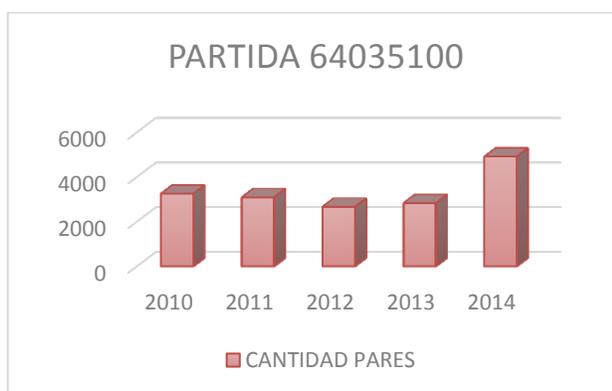
Según datos estadísticos de TRADEMAP, Perú realiza importaciones de la partida 640510 desde varios destinos como Brasil, Argentina, entre otros.

Tabla 2:**Importaciones peruanas de la partida 6403.51****PARTIDA 6403.51**

AÑO	CANTIDAD PARES	TASA DE CRECIMIENTO %
2010	3259	-
2011	3099	-4,91
2012	2676	-13,65
2013	2836	5,98
2014	4919	73,45

Fuente: TradeMap**Elaborado:** autoras

Las importaciones han tenido un crecimiento en el 2013 y 2014, siendo el crecimiento en el 2014 del 73,45% esto puede deberse a que la producción de calzado peruano ha bajado, por el mismo hecho de exportar la materia prima que produce el mismo país.

**Figura 9: importaciones partida 6403.51****Fuente:** (TRADEMAP, 2014)

En esta figura se puede observar el crecimiento que tuvo el año 2014 en cuanto a las importaciones de la partida 640351 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.: Los demás calzados, con suela de cuero natural: Que cubran el tobillo.

En cuanto a las importaciones de la partida 640320 se puede ver en el cuadro los valores.

Tabla 3:

Importaciones peruanas de la partida 6403.20

PARTIDA 6403.20		
AÑO	CANTIDAD PARES	TASA DE CRECIMIENTO %
2010	2488	-
2011	12239	391,92
2012	2024	-83,46
2013	15	-99,26
2014	373	2386,67

Fuente: TradeMap

Elaborado: autoras

Se puede ver que la tasa de crecimiento es alta sin embargo las cantidades de importación han bajado notablemente.



Figura 10: Importaciones partida 6403.20

Fuente: (TRADEMAP, 2014)

3.11 Proveedores

3.11.1 Principales empresas proveedoras de materia prima

Uno de los factores por los que la industria ecuatoriana ha visto la necesidad de innovar es por el ingreso de productos extranjeros al país, como son los productos importados desde China mismos que utilizan cuero sintético y por tal razón existe competencia, esto sucedió entre los años 2005-2008.

Una de las principales razones del alto costo del cuero natural se debe a que su piel proviene de un animal y por ende el tiempo de producción es aún más extenso, por tal motivo Ecuador plantea nuevas estrategias para la producción del cuero es decir mejorar diseños, diversificar la producción y sobretodo actualizar los manuales de los procesos para obtener una notable mejora continua en la calidad.

En cuanto a estas pieles se las considera las más finas para diseñar el calzado de mujer.

A continuación se detallan a las principales provincias productoras de cuero

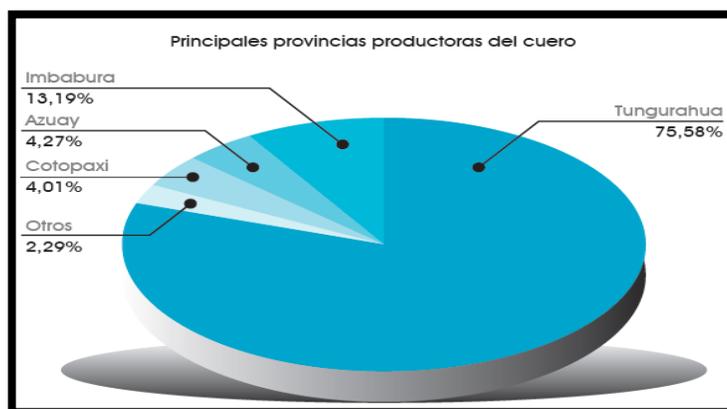


Figura 11. Principales provincias productoras del cuero.

Fuente: (Vásquez, 2014)

Como se puede observar en la Figura 11, la región que se destaca en la producción de cuero está ubicada en la sierra, la provincia con mayor producción de cuero es Tungurahua con un 75.58%, seguida de Imbabura con un 13.19%, es notable destacar que en la provincia de Tungurahua hay suficiente materia prima para abastecer a la misma.

Se estima que a nivel nacional se faenan 932.000 pieles de ganado, de esas 543.000 son tratadas por la Asociación Nacional de Curtidores; 60.000 se destinan a la producción de gelatina y la diferencia es tratada por curtidores no asociados. (productor, 2015)

Ecuador se abastecía de cuero importado de Venezuela, pero esto ocurrió solo hasta el año 2011 con importaciones de 144 toneladas, a partir de este año no se han realizado importaciones de la partida 4101 que pertenece a Cueros y pieles en bruto.

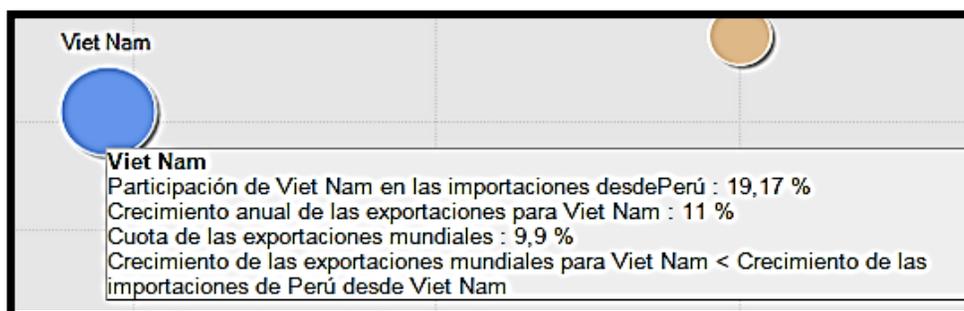
La provincia de Tungurahua cuenta con empresas proveedoras de materias primas, insumos y accesorios para la elaboración final del calzado de cuero, para esto tenemos una lista de empresas que proveen estos implementos a los micro, pequeños y medianos (PYMES) productores de calzado de cuero. (Ver Anexos K, L, y M)

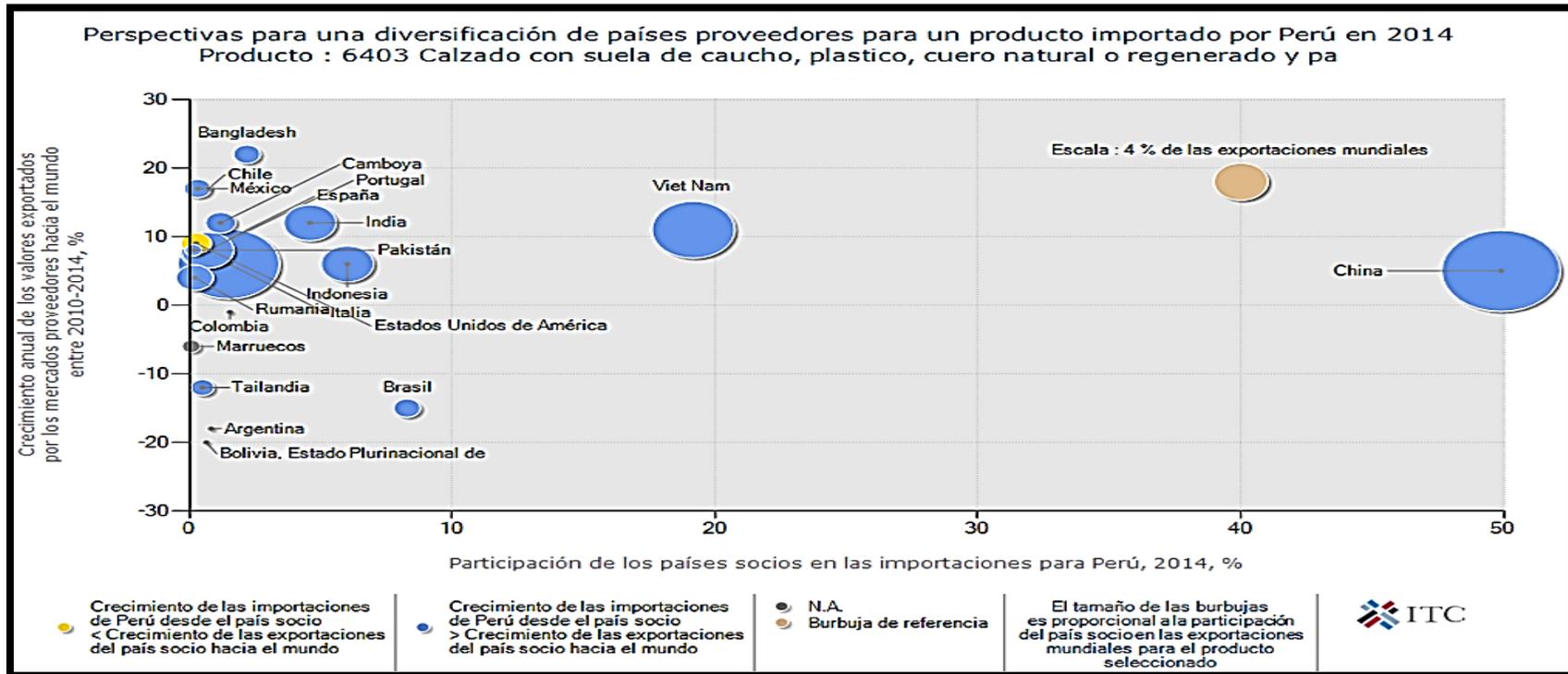
3.12 Competencia

La competencia que presente el calzado ecuatoriano en el mercado internacional peruano es la presencia del calzado Chino, calzado Italiano y calzado de Vietnam, a continuación el detalle de los países participantes en las importaciones de Perú.

Tabla 4:

Participación de los países socios en las importaciones para Perú 2014





Fuente: (TRADEMAP, Participación de los países socios en las importaciones para Perú , 2014)

Como se puede observar en la Tabla 4, del 100% de la participación en el mercado mundial China representa el 49.89% de la participación en las importaciones de Calzado de Perú seguido por Vietnam con el 17.19% e Italia con el 1.51%, los principales calzados importados son de caucho, plástico, cuero natural o regenerado que tienen precios bajos.

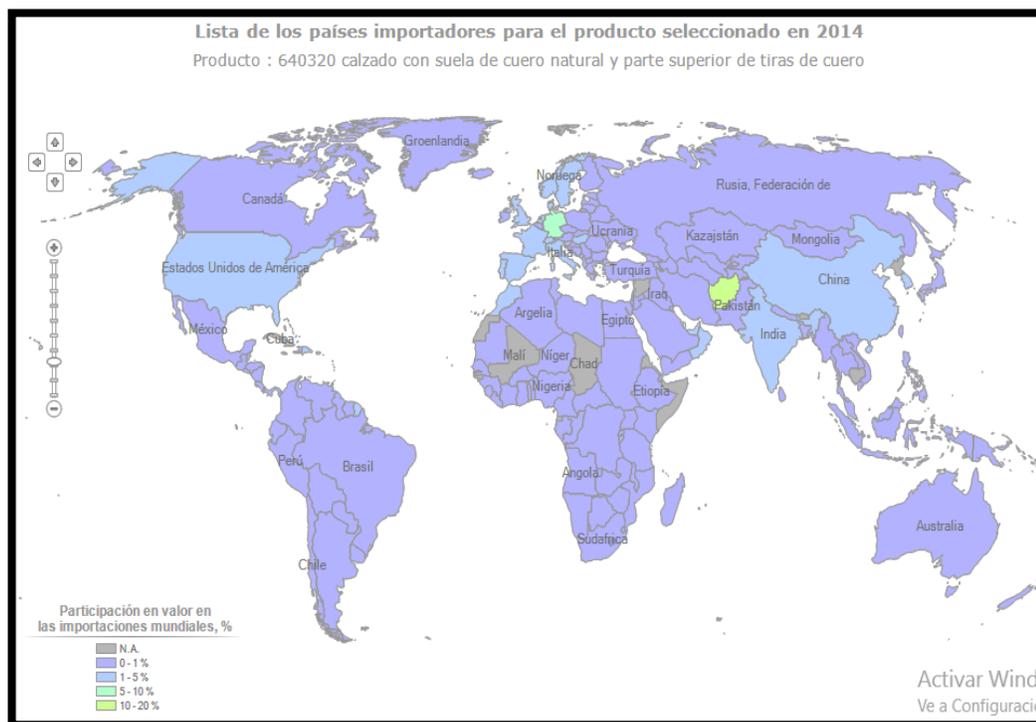


Figura 7. Lista de los países importadores a nivel mundial para el producto de la partida: 6403.20 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado

Fuente: (TRADEMAP, 2015)

Como se observa en la figura 7 en el año 2014 el país que más ha importado del 100% de la participación del mercado es Pakistán con un 11% seguido de Alemania con un 6% y los demás países que no llegan ni al 1% de la participación en la participación en las importaciones.

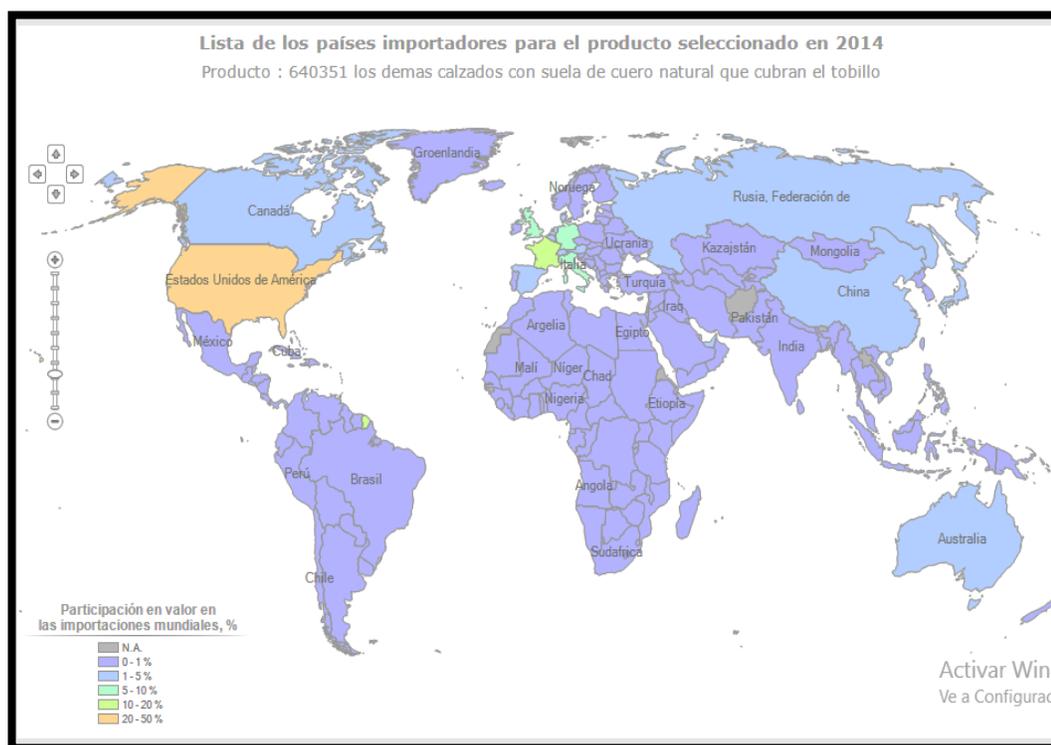


Figura 8: Lista de los países importadores a nivel mundial para el producto de la partida: 6403.51 los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.

Fuente: (TRADEMAP, 2015)

En la figura 8 la participación en las importaciones de botas de cuero de un 100% Estados Unidos ha importado el 26% seguido de Francia con el 11% y los demás países no llegan ni al 1% de la participación en las importaciones.

3.13 Producción nacional-abastecimiento y mercados internacionales

3.13.1 Producción nacional

A nivel nacional las actividades de manufactura que se desarrollan son: fabricación de prendas de vestir con 74,2%, excepto prendas de piel; fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles el 8,2%, excepto prendas de vestir; la fabricación

de calzado representa el 8,2% y el 9,5% restante a otras actividades de manufactura. (Peña, 2012)

Enfocándonos en la fabricación de calzado, a nivel nacional en el año 2014 se produjeron 35 millones de pares de zapatos, elaborados por 5000 productores nacionales de los cuales 2500 pertenecen a la provincia de Tungurahua, es decir 17.5 millones de pares de zapatos; y el resto de otras provincias del país, las zonas más importantes donde se dedican a la elaboración de calzado se encuentran en la tabla N° 5, colocadas según su grado de importancia.

Tabla 5:

Producción nacional de calzado

PROVINCIA	% PRODUCCIÓN
Tungurahua	50
Azuay	18
Imbabura	15
Pichincha	12
Guayas	3
El Oro y otros	2
TOTAL	100

Fuente: CALTU, 2015

De las zonas citadas en la Tabla 5 las más importantes (Tungurahua, Azuay, Imbabura, Pichincha) corresponde al 95% de la producción y el otro 5% le corresponde Guayas, El Oro y otras zonas del país.

La provincia del Guayas comercializa un 90% de la producción de Azuay mediante intermediarios, esto se debe a que los compradores de Guayaquil llegan a adquirir los zapatos por la cercanía que existe entre las provincias y de esta manera tienen suficiente producto para exportar.

La producción de calzado se desarrolla gracias a la participación de curtiembres, empresas manufactureras de partes del calzado como suelas, hormas, plantillas,

empresas que proporcionan maquinarias para el diseño, modelaje del calzado, e incluso materiales como herrajes para el calzado, adornos, según la revista técnica N° 64 elaborada por CALTU en la Tabla 6 se puede observar el número de empresas que se dedican a fabricar el calzado y cuantas proporcionan los materiales y maquinarias.

Tabla 6:

Empresas relacionadas a la fabricación del calzado

Descripción	Lugar	Número de establecimientos
Empresas de calzado	Quito	26
	Ambato	64
	Latacunga	2
	Cuenca	26
	Gualaceo	9
	Chordeleg	10
	Guayaquil	31
	Machala	7
	TOTAL	175
Curtiembres	Quito	2
	Ambato	23
	Latacunga	1
	Cuenca	2
	Guayaquil	2
	TOTAL	30
Manufacturas	Quito	6
	Ambato	3
	Guano	2
	Cuenca	5
	TOTAL	16
Maquinaria	Quito	3
	Guayaquil	1
	TOTAL	4
Materiales	Quito	13
	Ambato	52
	Cuenca	6
	Gualaceo	4
	Guayaquil	15
	TOTAL	90

CONTINÚA 

Químicos	Ambato	12
-----------------	--------	----

Fuente: (Guerra, Panchana , & Valdés, 2015)

Como se puede ver en la tabla 6, Ambato es el cantón que posee más número de establecimientos dedicados a la fabricación del calzado, seguido de Guayaquil, Quito y Cuenca.

3.13.2 Abastecimiento de calzado

El calzado que se comercializa a nivel nacional proviene de varios productores, los mismos que son 45% de cuero en cifras es 15.75 millones de pares de zapatos, 25% inyectado es 8.75 millones de pares de zapatos, 15% deportivo son 5.25 millones de pares de zapatos y 15% de calzado de plástico con 5.25 millones de pares de zapatos.

El calzado que es distribuido a nivel nacional proviene de las siguientes industrias con mayor importancia:

Tabla 7:

Industrias de calzado de mayor importancia

ZONAS	CIUDAD	INDUSTRIA
Sierra	Quito	Calzado Buestán
	Quito	Calzado Bunky
	Quito	Calzado Pony S.A
	Quito	Plásticos Industriales C.A PICA
	Quito	Calzado Anndy
	Quito	Fabrical
	Quito	Industria Ecuatoriana de calzado
	Ambato	Industrias de calzado de Ambato (Ambacalza S.A.)
	Ambato	Torino
	Ambato	Creaciones Anabel
	Ambato	Gamos
	Ambato	Calzado Venus
	Ambato	Calzado Misshell

CONTINÚA 

	Ambato	Elani'sshoes
	Ambato	Calzado Liwi
	Ambato	Shoes Luigi Valdini
	Cuenca	LitargMode Cia. Ltda.
Costa	Guayaquil	Calzado León
	Guayaquil	Calzado Zulay

Fuente: Cámara Nacional de calzado de Tungurahua CALTU

Estas 19 empresas producen calzado en grandes cantidades para el mercado local e internacional, en donde se encuentra calzado de cuero para dama.

3.14 Análisis Externo del sector Calzado

Ecuador cuenta con una ambiciosa política exterior de vocación global que trata de profundizar y extender sus relaciones diplomáticas más allá de sus socios tradicionales, los países del hemisferio occidental y Europa.

Listado de partidas arancelarias de calzado exportado desde Ecuador al mundo en cifras período (2010- 2014).

Tabla 8:

Calzado exportado desde Ecuador al mundo por partida arancelaria período

Lista de los productos exportados por Ecuador ⁱ
at the same aggregating level as the product: 6403 Calzado con suela de caucho, plastico, cuero natural o regenerado y pa

Unidad : miles Dólar Americano

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Descargar: Período (número de columnas) : 5 por página líneas por página : Por defecto (25 por página)

SH6	Código	Descripción del producto	Valor exportada en 2010	Valor exportada en 2011	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014
	6401	Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plastico, c	18.049	24.186	14.994	15.081	16.680
	6404	Calzado con suela de caucho, plastico, cuero natural o regenerado y pa	11.954	11.200	7.688	9.335	7.723
	6406	Partes de calzado (incluidas las partes superiores fijadas a las palmi	3.468	5.822	4.702	5.310	4.023
	6403	Calzado con suela de caucho, plastico, cuero natural o regenerado y pa	1.148	1.186	1.411	2.669	3.870
	6402	Los demas calzados con suela y parte superior de caucho o plastico.	294	580	1.053	660	921
	6405	Los demas calzados.	26	5	32	23	40

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

Fuente: (TRADEMAP, Lista de los productos exportados por Ecuador al mundo, 2014)

De las partidas reflejadas en la tabla 8, se han elegido las partidas 6403.20 y 6403.51 para realizar este proyecto, porque estas partidas hacen referencia al calzado de cuero para dama exclusivamente botas de cuero hasta el tobillo y con tiras de cuero respectivamente.

Tabla 9:

Tributos fijos sub-partida 6403.20

Consulta de tributos fijos de mercancías							
Resultado : 10							
Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Código de Tributo	Código de Forma de Aplicación de Tributo	Fecha de Inicio de Vigencia	Fecha de Fin de Vigencia	Valor del Tributo
6403200000	0000	0000	ARANCEL ADVALOREM	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		10
6403200000	0000	0000	ARANCEL ESPECIFICO	UNIDAD FISICA	23/Jul/2010		6
6403200000	0000	0000	ANTIDUMPING	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		0
6403200000	0000	0000	FONDINFA	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		0.5
6403200000	0000	0000	PORCENTAJE TECHO CC	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		0
6403200000	0000	0000	IVA	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		12
6403200000	0000	0000	SALVAGUARDIA	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		0
6403200000	0000	0000	INCREMENTO ICE	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		0
6403200000	0000	0000	AEC	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		0

Fuente: SENA E consulta de arancel

En la tabla 9 se puede evidenciar la sub-partida 6403.20 tiene un arancel ad-valorem de 10%, un arancel específico de 6% y salvaguardia de 25%.

Tabla 10:

Tributos fijos sub-partida 6403.51

Consulta de tributos fijos de mercancías							
Resultado : 10							
Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Código de Tributo	Código de Forma de Aplicación de Tributo	Fecha de Inicio de Vigencia	Fecha de Fin de Vigencia	Valor del Tributo
6403510000	0000	0000	ARANCEL ADVALOR	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		10
6403510000	0000	0000	ARANCEL ESPECIFI	UNIDAD FISICA	23/Jul/2010		6
6403510000	0000	0000	ANTIDUMPING	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		0
6403510000	0000	0000	FONDINFA	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		0.5
6403510000	0000	0000	PORCENTAJE TECH	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		0
6403510000	0000	0000	IVA	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		12
6403510000	0000	0000	SALVAGUARDIA	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		0
6403510000	0000	0000	INCREMENTO ICE	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		0
6403510000	0000	0000	AEC	BASE IMPONIBLE	23/Jul/2010		0

Fuente: SENA E Consulta de arancel

Al igual que la sub-partida anterior la sub-partida 6403.51 tiene un arancel ad-valorem de 10%, arancel específico de 6%, salvaguardia de 25%.

3.15 Análisis de cifras comerciales nacionales – proyecciones

Ecuador produce calzado en algunas provincias como Tungurahua, Azuay, Pichincha, y Guayas, de estas provincias la que más exporta es Guayas, seguida de Tungurahua, una empresa es Plasticaucho Industrial. Guayas comercializa el calzado que adquiere en Azuay, por la cercanía que existe, los productos adquiridos son sandalias, tacones, plataformas.

Las cifras nacionales de la producción de calzado en Ecuador fueron proporcionadas por la Sra. Lilia Villavicencio, Presidenta de la Cámara de Calzado CALTU, teniendo una producción para el año 2014 de 35 millones de pares de zapatos, entre calzado de cuero, inyectado, de plástico y deportivo.

A continuación se presenta una tabla en donde se proyecta la producción nacional del calzado.

Tabla 11:

Proyección de la producción nacional de pares de zapatos

AÑO	PRODUCCIÓN NACIONAL (millones pares)	
2011	28,8	
2012	30	
2013	31	
2014	35	
2015	36,1	Proyección
2016	38,06	Proyección

Fuente: CALTU

Utilizando la fórmula de mínimos cuadrados se ha podido obtener las proyecciones de producción del calzado nacional para los años 2015 y 2016, esta proyección muestra que la producción seguirá en aumento.

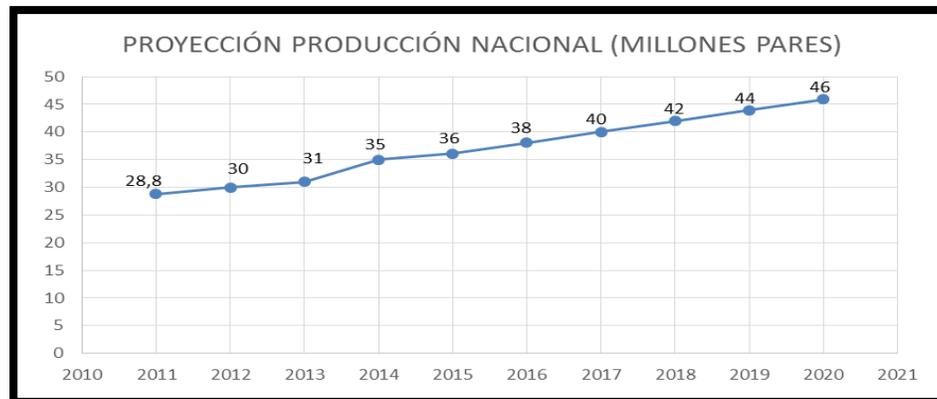


Figura 9: producción nacional de calzado

Elaborado: Autoras

3.16 Mercados internacionales

Este estudio permite determinar el país al cual se exportará el calzado de cuero, para lo cual se debe analizar ciertos indicadores económicos, políticos, legales, entre otros.

Los principales destinos de las exportaciones del sector Calzado son Colombia con el 78.82%, Perú con el 18.58%, y Panamá con 0.64% como se puede ver la figura 10

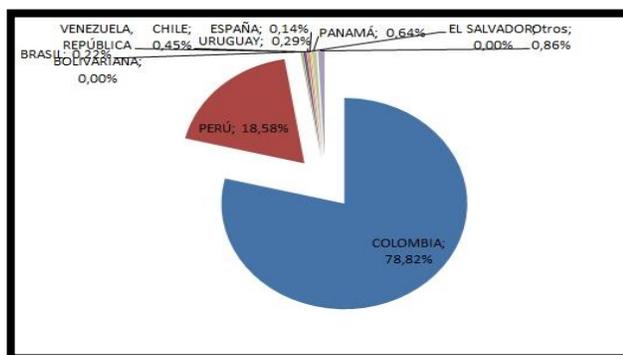


Figura 10. Principales destinos de las exportaciones del sector Calzado

Fuente: (PROECUADOR T. Y., s.f.)

Países importadores de calzado

Este estudio desea apoyar al sector manufacturero con el fin de generar plazas de trabajo; y el crecimiento de las exportaciones al igual los productores deben estar dispuestos a apoyar la creación de mayor valor para los productos. No se debe olvidar que la producción se debe mirar a largo plazo y que es necesario pensar en la manera cómo producir mejores productos para acceder a mejores mercados.

La competitividad social vista como la capacidad de los actores para interactuar, de manera que la relación sea beneficiosa para todos. Para que esto suceda es necesario que exista, en primer lugar, una concertación, un acuerdo entre los productores las instituciones financieras y la Cámara de calzado de Tungurahua (CALTU).

La competitividad económica entendida como la capacidad de los actores para producir y mantener el máximo valor agregado de sus productos en la Provincia de

Tungurahua. Esta competitividad se logra utilizando con eficiencia todos los recursos necesarios para valorizar las ventajas específicas de los productos y servicios locales. De igual manera, es importante mantener y ampliar la participación en los mercados.

La localización en el contexto global como la capacidad de los actores para establecer una relación de beneficio mutuo con otras provincias y con el mundo, con el objetivo de incrementar la producción y diversificarla, garantizando que pueda competir en los mercados internacionales.

Tabla 12:**Lista de los importadores para el producto seleccionado****Producto: 640320 calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero**

Importadores	2011		2012		2013		2014		2015	
	cantidad importada	Unidad	cantidad importada	Unidad						
Mundo	No hay cantidades	No hay cantidades								
Afganistán	589	Toneladas	15.684.534	Pares	10.211.804	Pares	4.385.958	Pares		
Qatar	901	Toneladas	1.638	Toneladas	2.278	Toneladas	2.207	Toneladas		
Omán	155	Toneladas	382	Toneladas	172	Toneladas	1.883	Toneladas		
Filipinas	442	Toneladas	1.277	Toneladas	3.72	Toneladas	1.612	Toneladas		
Congo, República Democrática del	No hay cantidades	No hay cantidades	727	Toneladas	481	Toneladas	530	Toneladas		
Marruecos	16	Toneladas	2	Toneladas	1	Toneladas	410	Toneladas		
Gambia	220	Toneladas	332	Toneladas	238	Toneladas	372	Toneladas		
Italia	142	Toneladas	95	Toneladas	114	Toneladas	330	Toneladas		
Singapur	170	Toneladas	591.022	Pares	153	Toneladas	320	Toneladas		
Honduras	192	Toneladas	256	Toneladas	206	Toneladas	275	Toneladas		
Países Bajos	90	Toneladas	100	Toneladas	76	Toneladas	254	Toneladas		
Botsuana	213	Toneladas	175	Toneladas	220	Toneladas	216	Toneladas		
India	443	Toneladas	269	Toneladas	143	Toneladas	214	Toneladas		
Reino Unido	600	Toneladas	389	Toneladas	303	Toneladas	205	Toneladas		

CONTINÚA 

Zambia	108	Toneladas	79	Toneladas	149	Toneladas	202	Toneladas		
Eslovenia	3	Toneladas	1	Toneladas	2	Toneladas	198	Toneladas		
Emiratos Árabes Unidos	499	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	185	Toneladas	196	Toneladas		
Corea, República de	37	Toneladas	10	Toneladas	15	Toneladas	192	Toneladas	298	Toneladas
Alemania	128	Toneladas	135	Toneladas	188	Toneladas	191	Toneladas		
Uganda	7	Toneladas	27	Toneladas	39	Toneladas	183	Toneladas		
Etiopía	8	Toneladas	2	Toneladas	5	Toneladas	171	Toneladas		
Rumania	33	Toneladas	30	Toneladas	23	Toneladas	141	Toneladas		
Portugal	168	Toneladas	126	Toneladas	167	Toneladas	139	Toneladas		
Kuwait	1	Toneladas	76	Toneladas	0		125	Toneladas		
Noruega	127	Toneladas	107	Toneladas	99	Toneladas	121	Toneladas	77	Toneladas
Dinamarca	93	Toneladas	67	Toneladas	70	Toneladas	118	Toneladas		
Francia	287	Toneladas	227.838	Pares	108	Toneladas	115	Toneladas		
Namibia	133	Toneladas	192	Toneladas	943	Toneladas	105	Toneladas		
Estados Unidos de América	56	Toneladas	60	Toneladas	57	Toneladas	89	Toneladas	147.688	Pares
Hungría	2	Toneladas	61	Toneladas	27	Toneladas	82	Toneladas		
Bahrein	33	Toneladas	36	Toneladas	41	Toneladas	75	Toneladas		
República Dominicana	94	Toneladas	76	Toneladas	65	Toneladas	73	Toneladas		
Kenya	21.053	Pares			0	Toneladas	70	Toneladas		
España	228	Toneladas	56	Toneladas	53	Toneladas	70	Toneladas		
Suecia	44	Toneladas	72	Toneladas	22	Toneladas	56	Toneladas		

CONTINÚA 

Irlanda	46	Toneladas	75	Toneladas	75	Toneladas	56	Toneladas		
Tanzanía, República Unida de	123	Toneladas	144	Toneladas	177	Toneladas	55	Toneladas		
Malawi	35	Toneladas	0	Toneladas	25	Toneladas	54	Toneladas		
Congo	26	Toneladas	37	Toneladas	28	Toneladas	45	Toneladas		
Viet Nam	33	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	43	Toneladas	43	Toneladas		
Malasia	77	Toneladas	14	Toneladas	36	Toneladas	42	Toneladas		
Grecia	246	Toneladas	94	Toneladas	29	Toneladas	41	Toneladas		
Bélgica	65	Toneladas	41	Toneladas	33	Toneladas	40	Toneladas		
Yemen	3	Toneladas	16	Toneladas	8	Toneladas	39	Toneladas		
Bulgaria	8	Toneladas	19	Toneladas	39	Toneladas	38	Toneladas		
Mozambique	283	Toneladas	148	Toneladas	73	Toneladas	38	Toneladas		
Níger	60	Toneladas	115	Toneladas	62	Toneladas	37	Toneladas		
Suiza	39	Toneladas	58	Toneladas	52	Toneladas	37	Toneladas	30	Toneladas
Pakistán	231	Toneladas	1.208.239	Pares	25	Toneladas	32	Toneladas		
Tailandia	36	Toneladas	33	Toneladas	29	Toneladas	30	Toneladas	130.216	Pares
Bahamas	11	Toneladas	15	Toneladas	17	Toneladas	30	Toneladas		
Burkina Faso	25	Toneladas	13	Toneladas	0		29	Toneladas		
Brunei Darussalam	75.34	Pares	10	Toneladas	17	Toneladas	27	Toneladas		
China	31	Toneladas	40	Toneladas	29	Toneladas	27	Toneladas		
Sri Lanka	7	Toneladas	0	Toneladas	1	Toneladas	26	Toneladas		
Camerún	2	Toneladas	6	Toneladas			25	Toneladas		
Guatemala	12	Toneladas	6	Toneladas	5	Toneladas	25	Toneladas		

CONTINÚA 

Hong Kong, China	32	Toneladas	102.342	Pares	23	Toneladas	24	Toneladas		
Turquía	11	Toneladas	4	Toneladas	6	Toneladas	23	Toneladas		
Paraguay	1	Toneladas	4	Toneladas	3	Toneladas	22	Toneladas	0	
Iraq	9	Toneladas	24	Toneladas	11	Toneladas	22	Toneladas		
Nueva Zelandia	26	Toneladas	20	Toneladas	32	Toneladas	21	Toneladas	20	Toneladas
Angola	5	Toneladas	12	Toneladas	19	Toneladas	20	Toneladas		
Austria	27	Toneladas	23	Toneladas	37	Toneladas	19	Toneladas		
Nicaragua	33	Toneladas	40	Toneladas	53	Toneladas	18	Toneladas		
Australia	9	Toneladas	17	Toneladas	18	Toneladas	17	Toneladas	34.821	Pares
Canadá	17	Toneladas	36	Toneladas	23	Toneladas	17	Toneladas	26.905	Pares
Bolivia, Estado Plurinacional de	16	Toneladas	14	Toneladas	12	Toneladas	15	Toneladas		
Polonia	75	Toneladas	2	Toneladas	4	Toneladas	15	Toneladas		
Suazilandia	0	Mixto	44	Toneladas	37	Toneladas	15	Toneladas		
Ruanda	12	Toneladas	9	Toneladas	16	Toneladas	14	Toneladas		
Sudafrica	223	Toneladas	161	Toneladas	68	Toneladas	14	Toneladas		
Bosnia y Herzegovina	2	Toneladas	3	Toneladas	1	Toneladas	14	Toneladas		
Kazajstán	18	Toneladas	9	Toneladas	3	Toneladas	14	Toneladas		
Mauritania	0		49	Toneladas	0		13	Toneladas		
Sudán (Norte + Sur)	1	Toneladas	2	Toneladas	3	Toneladas	13	Toneladas		
Argelia	20	Toneladas	52	Toneladas	43	Toneladas	12	Toneladas		
Ecuador	20	Toneladas	12	Toneladas	11	Toneladas	12	Toneladas		

CONTINÚA 

Panamá	513	Toneladas	11	Toneladas	6	Toneladas	11	Toneladas		
Egipto	21	Toneladas	24	Toneladas	82	Toneladas	10	Toneladas		
Kirguistán	0		0		3	Toneladas	10	Toneladas		
Estonia	1	Toneladas	2	Toneladas	4	Toneladas	9	Toneladas		
Bangladesh	1	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	4	Toneladas	8	Toneladas		
Islandia	23	Toneladas	24	Toneladas	12	Toneladas	8	Toneladas	9	Toneladas
Georgia	1	Toneladas	8	Toneladas	7	Toneladas	6	Toneladas	0	Toneladas
Jamaica	9	Toneladas	6	Toneladas	3	Toneladas	6	Toneladas		
Chipre	4	Toneladas	4	Toneladas	3	Toneladas	6	Toneladas		
República Checa	3	Toneladas	2	Toneladas	1	Toneladas	6	Toneladas		
Papua Nueva Guinea	4	Toneladas	128.994	Pares	7	Toneladas	6	Toneladas		
Sao Tomé y Príncipe	4	Toneladas	1	Toneladas	1	Toneladas	5	Toneladas		
Costa Rica	4	Toneladas	2	Toneladas	6	Toneladas	5	Toneladas		
Aruba	4	Toneladas	4	Toneladas	4	Toneladas	5	Toneladas		
Nueva Caledonia	4	Toneladas	2	Toneladas	2	Toneladas	4	Toneladas		
Israel	3	Toneladas	4	Toneladas	8	Toneladas	4	Toneladas		
Benin	0	Toneladas	13	Toneladas	2	Toneladas	4	Toneladas		
Ghana	10	Toneladas	25	Toneladas	44	Toneladas	4			
El Salvador	6	Toneladas	11	Toneladas	10	Toneladas	3	Toneladas	8	Toneladas
Colombia	8	Toneladas	3	Toneladas	1	Toneladas	3	Toneladas		
Bermudas			No hay cantidades	No hay cantidades	3	Toneladas	3	Toneladas		

CONTINÚA 

Myanmar	0	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	2	Toneladas	3	Toneladas		
Guinea	31	Toneladas	0	Toneladas	9	Toneladas	3	Toneladas		
Guyana	1	Toneladas	1	Toneladas	6	Toneladas	3	Toneladas		
Nepal	7	Toneladas	4	Toneladas	1	Toneladas	3	Toneladas		
Montenegro	0	Toneladas	2	Toneladas	1	Toneladas	3	Toneladas	1	Toneladas
Luxemburgo	7	Toneladas	9	Toneladas	5	Toneladas	3	Toneladas		
Letonia	3	Toneladas	3	Toneladas	2	Toneladas	3	Toneladas		
Zimbabwe	16	Toneladas	12	Toneladas	2	Toneladas	3	Toneladas		
Serbia	7	Toneladas	8	Toneladas	1	Toneladas	2	Toneladas	1	Toneladas
Togo	4	Toneladas	1	Toneladas	2	Toneladas	2	Toneladas		
Turkmenistán	0	Toneladas			0	Toneladas	2	Toneladas		
Libia Estado de			7	Toneladas	9	Toneladas	2	Toneladas		
Macao, China	0	Toneladas	0	Toneladas			2	Toneladas		
Malta	5	Toneladas	8	Toneladas	5	Toneladas	2	Toneladas		
Japón	7	Toneladas	8	Toneladas	7	Toneladas	2	Toneladas	3	Toneladas
Líbano	2	Toneladas	2	Toneladas	1	Toneladas	2	Toneladas		
Lesoto	17	Toneladas	6	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	2	Toneladas		
Cabo Verde	3	Toneladas	2	Toneladas	1	Toneladas	2	Toneladas		
Andorra	1	Toneladas	9	Toneladas	3	Toneladas	2	Toneladas		
Chile	2	Toneladas	4	Toneladas	2	Toneladas	2	Toneladas	4	Toneladas
Croacia	6	Toneladas	8	Toneladas	4	Toneladas	2	Toneladas		
Polinesia Francesa	0	Toneladas	0	Toneladas	4	Toneladas	2	Toneladas		

CONTINÚA 

Finlandia	31	Toneladas	47	Toneladas	2	Toneladas	2	Toneladas		
Islas Feroe	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas	1	Toneladas		
Djibouti	1	Toneladas			0	Toneladas	1	Toneladas		
Gabón	3	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas	1	Toneladas		
Barbados	2	Toneladas	1	Toneladas	0	Toneladas	1	Toneladas	0	Toneladas
Brasil	1	Toneladas	1	Toneladas	0	Toneladas	1	Toneladas	2	Toneladas
Belice	1	Toneladas	1	Toneladas	0	Toneladas	1	Toneladas		
Islas Salomon	1	Toneladas			0	Toneladas	1	Toneladas		
Islas Vírgenes Británicas	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas	1	Toneladas		
Jordania	2	Toneladas	6	Toneladas	1	Toneladas	1	Toneladas		
Côte d'Ivoire	1	Toneladas	0	Toneladas	1	Toneladas	1	Toneladas		
Haití	48	Toneladas			7	Toneladas	1	Toneladas		
Groenlandia	1	Toneladas	1	Toneladas	0	Toneladas	1	Toneladas		
Antillas Holandesas	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas	1	Toneladas		
Lituania	1	Toneladas	1	Toneladas	1	Toneladas	1	Toneladas		
Mauricio	11	Toneladas	33.851	Pares	1	Toneladas	1	Toneladas		
México	2	Toneladas	1	Toneladas	1	Toneladas	1	Toneladas		
Taipei Chino	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas		Toneladas		
Túnez	1	Toneladas	2	Toneladas	6	Toneladas	1	Toneladas		
Tayikistán			4	Toneladas			1	Toneladas		
Samoa	1	Toneladas	2.788	Pares	2	Toneladas	1	Toneladas		
Uruguay	0	Toneladas	0	Toneladas	1	Toneladas	1	Toneladas		
Zona franca							1	Toneladas		
Eslovaquia	1	Toneladas	19	Toneladas	1	Toneladas	1	Toneladas		

CONTINÚA 

Sierra Leona							1	Toneladas		
Rusia, Federación de	2	Toneladas	1	Toneladas	2	Toneladas	1	Toneladas		
Santa Lucía							0	Toneladas		
San Vicente y las Granadinas	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas		
Perú	10	Toneladas	1	Toneladas	0		0	Toneladas		
Senegal	4	Toneladas	2	Toneladas	0		0			
Seychelles	5	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	0	Toneladas	0	Toneladas		
Suriname	3	Toneladas	18	Toneladas	0	Toneladas	0			
Uzbekistán	0	Toneladas	1	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas		
Venezuela, República Bolivariana de	1.505	Toneladas	1.145	Toneladas	607	Toneladas	0	Toneladas		
Tonga	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas	0			
Trinidad y Tobago	24	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	1	Toneladas	0	Toneladas		
Ucrania	0	Toneladas	0		0		0	Toneladas		
Macedonia, Ex República Yugoslava de	4	Toneladas	1	Toneladas	1	Toneladas	0	Toneladas		
Islas Turks y Caicos	18	Toneladas	52	Toneladas			0	Toneladas		
Mongolia	136	Pares	6.074	Pares	0		0	Toneladas		

CONTINÚA 

Moldova, República de	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas	0			
Montserrat			0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas		
Liberia			0	Toneladas	19	Toneladas	0	Toneladas		
Madagascar	3	Toneladas	0		0	Toneladas	0		13	Toneladas
Nigeria	0		0		70	Toneladas	0	Toneladas		
Isla Norfolk			0	Toneladas			0	Toneladas		
Palau			0	Toneladas			0	Toneladas		
Granada			0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas		
Palestina, Estado de	0	Toneladas	0		0	Toneladas	0	Toneladas		
Indonesia	6	Toneladas	2	Toneladas	2	Toneladas	0	Toneladas		
Irán, República Islámica del	1	Toneladas					0			
Lao, República Democrática Popular	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas		
Burundi	0		10	Toneladas	11	Toneladas	0	Toneladas		
Belarús	1	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas		
Armenia	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas
Albania	2	Toneladas	1	Toneladas	2	Toneladas	0	Toneladas		
Antigua y Barbuda	1	Toneladas	9	Toneladas	0	Toneladas	0			
Azerbaiyán	0	Toneladas	0	Toneladas	0		0	Toneladas		
Argentina	0	Toneladas	0		0		0			

CONTINÚA 

Fiji	3	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	0	Toneladas	0	Toneladas		
Dominica	1	Toneladas	1	Toneladas	1	Toneladas				
Gibraltar	0	Toneladas	0	Toneladas						
Kiribati	0		0		0	Toneladas				
Cuba	33	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas				
Guinea Ecuatorial					19	Toneladas				
Islas Cook	0	Toneladas	0	Toneladas						
Comoras	45	Toneladas	42	Toneladas	17	Toneladas				
Mayotte	0	Toneladas								
Bhután	1	Toneladas	3	Toneladas						
Camboya	0		6	Toneladas	11	Toneladas				
Islas Caimanes	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas				
Chad					1	Toneladas				
Corea, República Popular Democrática de					0	Toneladas				
Islas Marianas del Norte	1	Toneladas	56	Pares						
Micronesia, Estados Federados de	0	Toneladas	0	Toneladas	0	Toneladas				
Niue			6	Toneladas						

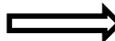
CONTINÚA 

Vanuatu	11	Toneladas	4.108	Pares	1	Toneladas				
Nauru	1	Toneladas								
Malí	0		0	Toneladas	15	Toneladas				
Tuvalu			7	Pares						
Tokelau					0	Toneladas				
República Árabe Siria	0	Toneladas	2	Toneladas						
Islas Wallis y Fortuna					0	Toneladas				
Estados Unidos Minor periferico Islas	6	Toneladas	10.99	Pares	0	Toneladas				
Sahara occidental			3	Toneladas						
Arabia Saudita	397	Toneladas	381	Toneladas	285	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades		
Timor-Leste					457	Toneladas				
Santa Helena			0	Toneladas						
Saint Kitts y Nevis	0	Toneladas			0	Toneladas				
Anguila			0	Toneladas						

Fuente: (TRADEMAP, 2011-2014)

Elaborado: Autoras

Tabla 13:*Lista de los importadores para el producto seleccionado**Producto: 640351 Los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo*

Importadores	2011		2012		2013	2014	2015	
	cantidad importada	Unidad	cantidad importada	Unidad	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada	Unidad
Mundo	No hay cantidades	No hay cantidades	No hay cantidades	No hay cantidades	40.297	37.858		
Estados Unidos de América	7.440	Toneladas	7.494	Toneladas	8.379	8.288	6.420.656	Pares
Reino Unido	6.230	Toneladas	3.081	Toneladas	3.422	4.769		
Italia	1.925	Toneladas	1.845	Toneladas	2.949	2.841		
Alemania	1.965	Toneladas	1.695	Toneladas	2.133	2.465		
Francia	3.875	Toneladas	2.287.622	Pares	2.156	2.285	CONTINÚA 	
Filipinas	1	Toneladas	2	Toneladas	39	1.712		
Países Bajos	1.068	Toneladas	840	Toneladas	1.247	1.121		
Kuwait	2.568	Toneladas	1.881	Toneladas	1.543	1.033		
Hong Kong, China	1.139	Toneladas	833.206	Pares	721	875		
Dinamarca	709	Toneladas	639	Toneladas	789	831		
Australia	1.117	Toneladas	984	Toneladas	996	795	885.111	Pares

CONTINÚA 

Bélgica	1.113	Toneladas	839	Toneladas	908	746		
España	857	Toneladas	811	Toneladas	850	718		
Botsuana	8.166	Toneladas	1.048	Toneladas	1.316	682		
Canadá	454	Toneladas	407	Toneladas	462	528	263.444	Pares
Grecia	710	Toneladas	555	Toneladas	436	466		
Rusia, Federación de	678	Toneladas	475	Toneladas	1.196	406	214	Toneladas
Irlanda	268	Toneladas	190	Toneladas	190	369		
Polonia	248	Toneladas	253	Toneladas	295	366		
Omán	318	Toneladas	381	Toneladas	432	365		
Austria	416	Toneladas	365	Toneladas	351	349		
Emiratos Árabes Unidos	237	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	327	337		
Portugal	318	Toneladas	337	Toneladas	353	281		
Suiza	286	Toneladas	276	Toneladas	329	280	324	Toneladas
Qatar	504	Toneladas	380	Toneladas	349	269		
Bahrein	153	Toneladas	232	Toneladas	219	238		
Azerbaiyán	1.115	Toneladas	512	Toneladas	397	230		
Japón	344	Toneladas	355	Toneladas	334	210	170	Toneladas
Panamá	2.920	Toneladas	295	Toneladas	227	182		
China	78	Toneladas	99	Toneladas	175	180		
Bosnia y Herzegovina	101	Toneladas	82	Toneladas	140	151		

CONTINÚA 

Bolivia, Estado Plurinacional de	48	Toneladas	63	Toneladas	124	147		
Noruega	223	Toneladas	247	Toneladas	197	146	251	Toneladas
Kazajstán	501	Toneladas	355	Toneladas	306	143		
Suecia	116	Toneladas	140	Toneladas	193	117		
Singapur	121	Toneladas	266.941	Pares	95	117		
Serbia	36	Toneladas	33	Toneladas	129	111	27	Toneladas
Rumania	88	Toneladas	101	Toneladas	121	102		
Angola	No hay cantidades	No hay cantidades	No hay cantidades	No hay cantidades	79	95		
República Checa	117	Toneladas	98	Toneladas	74	91		
Nueva Zelandia	99	Toneladas	90	Toneladas	91	91	105	Toneladas
Bulgaria	60	Toneladas	110	Toneladas	199	87		
Corea, República de	194	Toneladas	104	Toneladas	120	85	53	Toneladas
Jordania	31	Toneladas	35	Toneladas	90	84		
Iraq	48	Toneladas	17	Toneladas	44	83		
México	91	Toneladas	56	Toneladas	73	77		
Arabia Saudita	1.676	Toneladas	1.783	Toneladas	1.920	77		
Turquía	211	Toneladas	154	Toneladas	120	68		
Sudafrica	127	Toneladas	88	Toneladas	60	67	92.892	Pares
Líbano	46	Toneladas	59	Toneladas	54	65		
Argelia	95	Toneladas	33	Toneladas	41	65		

CONTINÚA 

Lituania	28	Toneladas	32	Toneladas	93	63		
Luxemburgo	47	Toneladas	59	Toneladas	72	61		
Ucrania	27	Toneladas	16	Toneladas	103	58		
Libia Estado de	12	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	44	52		
Letonia	39	Toneladas	51	Toneladas	51	51		
Croacia	145	Toneladas	118	Toneladas	117	51		
Congo	6	Toneladas	48	Toneladas	11	44		
Honduras	19	Toneladas	33	Toneladas	41	44		
Estonia	16	Toneladas	124	Toneladas	20	41		
Georgia	43	Toneladas	27	Toneladas	66	40	29	Toneladas
Costa Rica	49	Toneladas	50	Toneladas	30	40		
Chile	59	Toneladas	50	Toneladas	51	38	24	Toneladas
Chipre	60	Toneladas	42	Toneladas	33	37		
Zambia	4	Toneladas	16	Toneladas	36	36		
India	84	Toneladas	71	Toneladas	45	34		
Sri Lanka	4	Toneladas	1	Toneladas	1	34		
Finlandia	50	Toneladas	66	Toneladas	44	34		
Namibia	38	Toneladas	34	Toneladas	63	32		
Ecuador	12	Toneladas	23	Toneladas	43	31		
Suazilandia	0	Mixto	8	Toneladas	54	29		
Eslovenia	55	Toneladas	37	Toneladas	35	28		
Malasia	18	Toneladas	17	Toneladas	21	27		
Malta	20	Toneladas	21	Toneladas	16	27		
Eslovaquia	18	Toneladas	44	Toneladas	68	23		
El Salvador	44	Toneladas	55	Toneladas	50	22	28	Toneladas

CONTINÚA 

Etiopía	1	Toneladas	1	Toneladas	9	21	5	Toneladas
Brasil	4	Toneladas	7	Toneladas	17	21	10	Toneladas
Gabón	11	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	31	20		
Taipei Chino	37	Toneladas	13	Toneladas	16	19		
Montenegro	19	Toneladas	28	Toneladas	29	18	19	Toneladas
Camerún	29	Toneladas	27	Toneladas		18		
Macedonia, Ex República Yugoslava de	35	Toneladas	47	Toneladas	40	17		
Zona franca	3	Toneladas	5	Toneladas	0	16		
Guatemala	57	Toneladas	22	Toneladas	26	16		
Sudán (Norte + Sur)	0	Toneladas	4	Toneladas	13	15		
Tailandia	6	Toneladas	7	Toneladas	9	14	4.069	Pares
Burkina Faso	3	Toneladas	1	Toneladas	5	14		
Turkmenistán	12	Toneladas	20	Toneladas	13	14		
Hungría	18	Toneladas	11	Toneladas	14	14		
Guinea	0		35	Toneladas	0	13		
Malawi	9	Toneladas	9	Toneladas	30	13		
Marruecos	30	Toneladas	7	Toneladas	12	13		
Colombia	40	Toneladas	25	Toneladas	19	13		
Guinea Ecuatorial	0	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	0	13		
Yemen	5	Toneladas	35	Toneladas	0	13		
Ghana	23	Toneladas	28	Toneladas	36	12		
Belarús	11	Toneladas	8	Toneladas	9	12		

CONTINÚA 

Nicaragua	19	Toneladas	22	Toneladas	15	12		
Kirguistán	47	Toneladas	104	Toneladas	246	12		
Islandia	18	Toneladas	15	Toneladas	8	12	9	Toneladas
Túnez	17	Toneladas	22	Toneladas	15	11		
Egipto	4	Toneladas	5	Toneladas	11	11		
Zimbabwe	11	Toneladas	3	Toneladas	5	10		
Mozambique	77	Toneladas	14	Toneladas	2	10		
Nepal	2	Toneladas	2	Toneladas	0	8		
Kenya	16.913	Pares			16	8		
Guyana	1	Toneladas	0	Toneladas	1	7		
Togo	0	Toneladas	0		1	7		
República Árabe Siria	8	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	0	7		
Suriname	0		18	Toneladas	6	7		
Ruanda	11	Toneladas	1	Toneladas	18	6		
Tanzanía, República Unida de	13	Toneladas	1	Toneladas	9	6		
Venezuela, República Bolivariana de	72	Toneladas	176	Toneladas	219	6		
Andorra	9	Toneladas	9	Toneladas	4	6		
República Dominicana	14	Toneladas	9	Toneladas	9	6		
Chad	3	Toneladas	1.905	Pares	10	5		
Madagascar	1	Toneladas	5	Toneladas	0	5	0	Toneladas

CONTINÚA 

Moldova, República de	4	Toneladas	15	Toneladas	88	5		
Níger	8	Toneladas	6	Toneladas	7	5		
Uzbekistán	4	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	5	5		
Perú	3	Toneladas	3	Toneladas	3	5		
Senegal	2	Toneladas	16	Toneladas	8	5		
Uruguay	3	Toneladas	5	Toneladas	12	4		
Mongolia	3.870	Pares	13.265	Pares	6	4		
Lesoto	6	Toneladas	4	Toneladas	No hay cantidades	4		
Côte d'Ivoire	1	Toneladas	4	Toneladas	1	4		
Bangladesh	119	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	3	4		
Armenia	4	Toneladas	4	Toneladas	12	3	4	Toneladas
Gambia	20	Toneladas	6	Toneladas	12	3		
Macao, China	3	Toneladas	3	Toneladas		3		
Santa Lucía						3		
Sao Tomé y Príncipe	3	Toneladas	2	Toneladas	2	2		
Paraguay	4	Toneladas	2	Toneladas	2	2	1	Toneladas
Viet Nam	0	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	2	2		
Uganda	19	Toneladas	2	Toneladas	4	2		
Malí	11	Toneladas	0		3	2		
Nigeria	1	Toneladas	21	Toneladas	33	2		
Cuba	21	Toneladas	11	Toneladas	18	2		

CONTINÚA 

Barbados	4	Toneladas	2	Toneladas	1	2	3	Toneladas
Bahamas	2	Toneladas	2	Toneladas	1	2		
Albania	10	Toneladas	15	Toneladas	6	2		
Belice	7	Toneladas	13	Toneladas	3	2		
Argentina	0	Toneladas	1	Toneladas	0	1		
Bermudas			No hay cantidades	No hay cantidades	1	1		
Congo, República Democrática del	50	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	6	1		
Islas Feroe	1	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	1	1		
Aruba	2	Toneladas	1	Toneladas	1	1		
Nueva Caledonia	1	Toneladas	2	Toneladas	1	1		
Papua Nueva Guinea	3	Toneladas	24.405	Pares	5	1		
Liberia	0	Toneladas			0	1		
Groenlandia	2	Toneladas	0	Toneladas	0	1		
Indonesia	13	Toneladas	4	Toneladas	2	1		
Irán, República Islámica del	1	Toneladas				1		
Trinidad y Tobago	54	Toneladas	0	Toneladas	1	1		
Sierra Leona					4	1		
Somalia	13	Toneladas	1	Toneladas	6	1		

CONTINÚA 

San Pedro y Miquelón			No hay cantidades	No hay cantidades		1		
San Vicente y las Granadinas	0		0		0	0		
Timor-Leste					2	0		
Seychelles	0	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	0	0		
Tayikistán	0	Toneladas	0	Toneladas	0	0		
Tonga	0		0	Toneladas	0	0		
Rancho de naves y aeronaves	0	Toneladas	0	Toneladas	0	0		
Estados Unidos Minor periférico Islas	1	Toneladas	52	Pares	0	0		
Islas Wallis y Fortuna	0	Toneladas				0		
Samoa	0	Toneladas	0		0	0		
Haití	21	Toneladas	0	Toneladas	40	0		
Jamaica	2	Toneladas	0		0	0		
Israel	109	Toneladas	55	Toneladas	21	0		
Corea, República Popular Democrática de	0	Toneladas	0	Toneladas	1	0		

CONTINÚA 

Palau			0			0		
Pakistán	0	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	0	0		
Vanuatu	0		1	Toneladas		0		
Niué	0	Toneladas	0	Toneladas		0		
Mauritania	0		0	Toneladas	0	0		
Mauricio	1	Toneladas	569	Pares	0	0		
Montserrat			0	Toneladas	0	0		
Antillas Holandesas	52	Toneladas	3	Toneladas	2	0		
Fiji	0	Toneladas	No hay cantidades	No hay cantidades	0	0		
Polinesia Francesa	1	Toneladas	1	Toneladas	1	0		
Djibouti			292	Pares	0	0		
Palestina, Estado de	15	Toneladas	3	Toneladas	1	0		
Gibraltar	0	Toneladas	1	Toneladas	1	0		
Islas Cook	0	Toneladas	0	Toneladas		0		
Dominica	0	Toneladas	0	Toneladas	0	0		
Antigua y Barbuda	0	Toneladas	1	Toneladas	0	0		
Islas Vírgenes Británicas	0	Toneladas	0	Toneladas	0	0		
Brunei Darussalam	4.558	Pares	0	Toneladas	0	0		
Camboya	0		0		0	0		

CONTINÚA 

Myanmar			0	Toneladas		0		
Burundi	207	Toneladas	5	Toneladas	0	0		
Cabo Verde	2	Toneladas	1	Toneladas	1	0		
Islas Caimanes	1	Toneladas	0	Toneladas	0	0		
República Centrosafricana	1	Toneladas	0		0	0		
Terr. Brit. del Océano Índico	3	Toneladas						
Bhután	0	Toneladas	1	Toneladas				
Mayotte			208	Pares				
Kiribati	0		0	Toneladas	0			
Islas (Malvinas) Falkland			6	Toneladas				
Nauru					0			
Isla Norfolk			0	Toneladas				
Islas Marianas del Norte	0	Toneladas	2	Pares				
Guinea-Bissau	0	Toneladas	1	Toneladas				

Fuente: (TRADEMAP, 2011-2014)

Elaborado: Autora

Tabla 14: Listado de países importadores de calzado, partidas 6403.20 y 6403.51 a nivel mundial

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	PAISES	2010		2011		2012		2013		2014	
			CANTIDAD IMPORTADA	UNIDAD	CANTIDAD IMPORTADA	UNIDAD	CANTIDAD IMPORTADA	UNIDAD	CANTIDAD IMPORTADA	UNIDAD	CANTIDAD IMPORTADA	UNIDAD
6403.20	Calzado con suela de caucho natural y parte superior de tiras de cuero.	COLOMBIA	1099	Pares	29583	Pares	816	Pares	2086	Pares	5564	Pares
		COSTA RICA	1003	Pares	1852	Pares	2	Toneladas	3615	Pares	5	Toneladas
		ESTADOS UNIDOS	356437	Pares	83742	Pares	106352	Pares	99465	Pares	80663	Pares
		PERU	2644	Pares	12239	Pares	2024	Pares	0	Pares	373	Pares
		REINO UNIDO	1013229	Pares	723557	Pares	512376	Pares	408236	Pares	337230	Pares
6403.51	Los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.	COLOMBIA	10291	Pares	35570	Pares	28273	Pares	10876	Pares	14021	Pares
		COSTA RICA	4039	Pares	9270	Pares	50	Toneladas	5886	Pares	40	Toneladas
		ESTADOS UNIDOS	5431194	Pares	5572233	Pares	6392791	Pares	6297219	Pares	6636672	Pares
		PERU	84877	Pares	48989	Pares	77541	Pares	88111	Pares	4919	Pares
		REINO UNIDO	2703370	Pares	3321287	Pares	3406776	Pares	4385770	Pares	4026573	Pares

Fuente: (TRADEMAP, 2015)

Como se puede evidencia en las tablas 13 y 14 se muestras todos los países importadores de calzado de cuero de tiras y botas de los cuales a continuación se presenta una tabla en donde se ha seleccionado a 4 países como son Colombia, Costa Rica, Estados Unidos, Perú y Reino Unido y así analizarlos para poder tomar una decisión de la mejor alternativa para exportar.

3.17 Determinar el país meta

Para establecer cuál será el país meta se debe tener en consideración algunos aspectos como:

- Quien va a comprar (país)
- El precio
- La cercanía

En este proyecto tomaremos a Perú, Colombia y Costa Rica.

- **Precio:** según datos de importaciones de TRADEMAP, se pueden obtener los precios de las sub-partidas 6403.20 y 6403.51 que corresponden al calzado de cuero.

Perú

Partida 6403.20 Precio \$ 9000/373 pares = 24.06 dólares

Partida 6403.51 Precio \$ 291000/6919 pares = 42.20 dólares

Colombia

Partida 6403.20 Precio \$ 71000/5564 pares = 12.76 dólares

Partida 6403.51 Precio \$ 569000/14021 pares = 40.58 dólares

Costa Rica

Partida 6403.20 Precio \$ 103000/3615 pares = 28.49 dólares en el 2013

Partida 6403.51 Precio \$ 342000/5886 pares = 58.18 dólares

Conclusión: Según datos de TRADEMAP se obtuvieron los precios del calzado de las dos sub-partidas mencionadas, los cuales en el caso de Perú y Colombia son menores, el precio más alto se encuentra la sub-partida 640351.

➤ **Cercanía**

Distancia entre Ecuador y Colombia es de 832.54 Km en avión.



Fuente: calculadora de distancia

La distancia entre Ecuador y Perú es de 890,09 km



Fuente: calculadora de distancia

La distancia entre Ecuador y Costa Rica es de 1.427,70 km



Fuente: calculadora de distancia

Mediante las imágenes se puede observar las distancias entre Ecuador-Colombia, Ecuador-Perú y Ecuador-Costa Rica, Colombia es el país más cercano, seguido de Perú esto hace que el costo del flete aéreo sea menor para ambos países, Costa Rica tiene un valor más elevado.

3.17.1 Demanda

Actualmente existen 118 empresas importadoras de Calzado con suela de cuero de la sub-partida 6403.20 calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero a nivel mundial y 560 empresas importadoras de Calzado de cuero y 877 empresas importadoras de Calzado de cuero (comercio) de la sub-partida 6403.51 que importan

los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo. (TRADEMAP, 2015)

Demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado necesita o requiere para satisfacción de sus necesidades específicas a un determinado precio.

También se entiende como demanda al llamado Consumo Nacional Aparente que es la cantidad de un determinado bien o servicio que le mercado requiere.

Se puede expresar también así:

Demanda = producción nacional + importaciones – exportaciones

3.17.2 Producción nacional Perú

Según datos de estadísticas sectoriales de Perú, la producción de calzado: calzado de goma y calzado de plástico, se da de la siguiente manera:

Tabla 15:

Producción Nacional de calzado en Perú

AÑO	PARES
2012	2 968 686
2013	2 858 337
2014	15 000 000

Fuente: Ministerio de la Producción - Viceministerio de MYPE e Industria. Perú.

Perú también se ha dedicado a la producción de cuero y calzado en la provincia de El Porvenir, sin embargo la importación del calzado asiático ha hecho que la producción en el 2014 sea de 15 millones de pares de zapatos al año.

3.17.3 Importaciones de Perú

Según datos de TRADEMAP las importaciones realizadas por Perú son:

Tabla 16:

Importaciones de calzado

AÑO	CANTIDAD PARES
2012	39 032 854
2013	43 757 737
2014	42 270 969

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

3.17.4 Exportaciones de Perú

Según datos de TRADEMAP las exportaciones de calzado son las siguientes:

Tabla 17:

Exportaciones de calzado

AÑO	CANTIDAD PARES
2012	2 528 169

CONTINÚA 

2013	2 871 766
2014	3 354 343

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

3.17.5 Demanda de Perú 2014

Producción nacional + importaciones – exportaciones = Consumo

15 millones + 42.2 millones – 3.4 millones = **53.8 pares de zapatos = DEMANDA**

3.17.6 Demanda de cazado en Costa Rica

La producción de calzado en Costa Rica es baja, este negocio se encuentra en extinción debido a las importaciones que se realizan, pocas pequeñas y medianas empresas se dedican a elaborar este producto, que compiten con productos asiáticos a bajos costos, un claro ejemplo es la empresa Calzado Lucre que paso de producir 50 pares de zapatos diarios a producir bajo pedido, y otra empresa es

Del Barco que cuenta con 22 empleados y su producción mensual es de 2000 pares de zapatos, ya que esta empresa exporta sus productos a Panamá, El Salvador y Trinidad y Tobago. (Rica, 2013)

Mediante los datos obtenidos, Costa Rica produce aproximadamente la primera empresa produce 12.000 pares al año y la segunda empresa 24.000 pares de zapatos al año.

Tabla 18

Valores importados y exportados por Costa Rica en el año 2014

PARTIDAS	IMPORTACIÓN	EXPORTACIÓN
	EN PARES	PARES
6401	346052,3	25320,9
6402	4421949,9	2301,9
6403	860526,95	6138,4
6404	845948,25	2685,55
6405	821778,3	6905,7
TOTAL	7'296.255,7	43.352,45

Fuente: TRADEMAP

$$\text{DEMANDA} = 36.000 + 7'296.255,7 - 43.352,45$$

$$\text{DEMANDA} = 7'288.903,25 \text{ PARES}$$

En Costa Rica se consume en promedio 2.5 pares de zapatos al año según (Madrigal & Mora, 2004) y tiene una población de 4,872 millones de habitantes según datos del Banco Mundial.

Costa Rica tiene un **Consumo aparente** de 12 millones de pares de zapatos al año aproximadamente, y una **Demanda insatisfecha** 7 millones de pares de zapatos.

3.17.8 Demanda de calzado en Colombia

Colombia busca ser el tercer productor de cuero, calzado y marroquinería para el 2018 después de Brasil y México a través de un programa de Transformación productiva, actualmente se producen 45 millones de pares de zapatos al año de los 100 millones que se comercializan en el país.

Tabla 19:

Valores de importación y exportación de calzado de Colombia

PARTIDAS	IMPORTACIÓN EN	EXPORTACIÓN
	PARES	PARES
6401	3.221.770	296.180
6402	30.285.823	698.249
6403	5.554.399	810.119
6404	17.845.780	192.885
6405	128.556	47.885
TOTAL	57.036.328	2.045.318

Fuente: TRADEMAP

DEMANDA = 45 millones + 57 millones – 2 millones

DEMANDA = 100 millones de pares

Colombia tiene un consumo promedio de 1.5 pares de zapatos al año (Suárez, 2014) y una población de 48.32 millones de habitantes según el Banco Mundial, dando como consumo aparente de 72.48 millones de pares de zapatos al año.

Al ser la demanda mayor al consumo aparente, esto significa que no hay demanda insatisfecha en el mercado colombiano.

3.18 Calculo de la demanda insatisfecha

3.18.1 Demanda insatisfecha

Es aquella en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

Para este proyecto se analizaran 3 países para determinar que demanda insatisfecha podemos cubrir, entre los cuales están: Colombia, Costa Rica, Perú

La mayoría de la población es muy sensible al diseño y al precio. Debido a la alta rotación de diseños que esto produce, a los productores centroamericanos les resulta costoso estar innovando, por lo que se enfocan en zapatos clásicos de colores neutros.

En lo que se refiere al calzado para dama, la preferencia se da por las sandalias de estilo casual y de materiales sintéticos, mientras que para caballero predomina el calzado casual o de vestir, preferiblemente en cuero.

Existe una gran variedad de calzados según sus usos, materiales y tendencias de diseño del momento, desde alpargatas, botas, sandalias, zapatos de plataforma, zapatos deportivos, y zapatos de tacón. (Guatemala, 2012)

$\text{Demanda insatisfecha de Perú} = \text{Demanda} - \text{Consumo Aparente}$

El consumo aparente se obtiene del Número de habitantes por el consumo promedio de pares de zapatos al año, en este caso Perú tiene una Población de 30.38 millones de habitantes (2013) según ONU y un consumo promedio de 2.2 pares de zapatos al año. (Salas, 2014)

$\text{Consumo aparente} = 66.84 \text{ millones de pares de zapatos al año}$

$\text{Demanda} = 53.8 \text{ millones de pares de zapatos}$

$\text{Demanda insatisfecha de Perú} = 53.8 \text{ millones} - 66.84 \text{ millones}$

$\text{Demanda insatisfecha} = -13.04 \text{ millones de pares de zapatos}$

Según estos datos el mercado peruano tiene una demanda insatisfecha que puede ser cubierta por el calzado ecuatoriano.

3.19 Conclusión del país meta

A continuación se presenta un breve análisis de Colombia, Perú y Costa Rica, el precio de venta al público y la cercanía entre Ecuador y estos tres países con el fin de obtener como resultado el país meta para la exportación de calzado de cuero para dama

de las partidas 6403.20 que corresponde al Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero y la partida 6403.51 que corresponde a los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.

El flete y gastos aéreos al exportar a Perú es de 7765,00 dólares a comparación de Colombia que el costo es de 8548,94 dólares y para exportar a Costa Rica el costo se duplica a 18445,66 dólares mensuales haciendo que el producto se encarezca aún más.

Otro punto de vista importante es que Perú y Costa Rica tienen demanda insatisfecha, 13.04 millones y 5 millones de pares respectivamente, haciendo hincapié en que Colombia no tiene demanda insatisfecha; en cuestión de cercanía Ecuador- Perú se encuentra a 890.09 km a comparación con Costa Rica que es de 1427.70 km, adicional en precio serían competitivos ya que el costo de producción por calzado oscila desde los 20 dólares hasta los 40 dólares teniendo un margen de utilidad del 100% por par.

Al analizar los 3 puntos como son demanda insatisfecha, distancia y precio la mejor alternativa es exportar a Perú, por la cercanía que existe con Ecuador, porque existe una demanda insatisfecha que puede ser cubierta por el calzado ecuatoriano., en este caso con la producción de 25 productores de la provincia de Tungurahua, que producirán 300 pares mensuales cada uno, siendo 7500 pares mensuales y 90000 anuales, es decir que la propuesta aportará a la oferta exportable con un 3 % del total de la demanda anual.

Con la propuesta de asociatividad, los productores de calzado de la provincia de Tungurahua venderán su producto al mercado internacional, permitiendo tener mayores

ingresos, por ejemplo un par de zapatos en el mercado nacional está en los 25,00 dólares y en Perú el mismo par de zapatos está en 40 o 50 dólares.

Para la distribución del producto en Perú, se utilizara el canal de distribuidor, el producto se entregara a distribuidores es decir almacenes, locales comerciales para que estos a su vez lo distribuyan a pequeños comerciantes o al cliente peruano directamente.

Para tener más clara la elección de Perú como nuestro país meta detallamos la siguiente tabla, la demanda insatisfecha, el flete, la distancia y los precios.

Tabla 20

Mercado meta

PAIS	DEMANDA INSATISFECHA MILLONES	FLETE POR KG	DISTANCIA KM	PRECIO POR PARTIDA DOLARES	
				6403.20	6303.51
Bogotá- Colombia	S/O	1.05	832.54	12.76	40.58
Lima-Perú	13.04	1.20	890.09	24.06	42.20
San José- Costa Rica	5	2.15	1427.70	28.49	58.18

FUENTE: Elaborado por las autoras

Como se puede observar en la tabla la mejor alternativa para exportar es Perú debido a la existencia de una gran demanda insatisfecha de 13.04 millones de calzado, el valor del flete es adecuado ya que no encarecerá tanto al producto, la cercanía es la adecuada y estaríamos compitiendo de manera leal con el mercado Peruano en cuanto a precios ya que nos encontramos dentro del margen de precios de venta que tienen nacionalmente.

3.19.2 Ficha Técnica del país definido para la exportación

El territorio peruano presenta tres regiones bien definidas: costa, sierra y selva o amazonia, aquí se destacan las actividades de manufactura; Extracción de petróleo, gas y minerales; Financiera y seguros; Telecomunicaciones y otros servicios de información, son las que presentan una mayor participación en el Año Base 2007, en comparación con la que tenían en el Año Base 1994.

Tiene una población de 30.38 millones de habitantes según el CENSO realizado el 2013, en donde una de las principales prioridades de Perú en su política exterior es fortalecer las relaciones con las naciones vecinas y con todos los países de América Latina, dejando de lado las diferencias ideológicas.

Perú cuenta con acuerdos comerciales que cubren más del 90% de su comercio exterior, y las autoridades peruanas ya han señalado que evalúan la posibilidad de estudiar posibles acuerdos adicionales con diversos países, además impulsó la creación de la Alianza del Pacífico junto con Chile, Colombia, México y participa actualmente en las negociaciones del Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP).

Entre los principales productos exportados por Ecuador a Perú en el año 2014 son los demás tableros de partículas de madera comprendidos en la partida 4410.19 representando el 32.85%, seguido de las demás cocinas de combustibles gaseosos ubicados en la partida 7321.11.19 representando el 16.21%

El crecimiento del PIB fue de 5,021% en 2013, aunque descendió hasta el 2,35% en 2014, en donde esto representado en dólares fueron 211.500 millones de dólares (FMI), siendo la quinta mayor economía de América del Sur. (Ficha Técnica de Perú, 2015).

3.19.3 Tipo de cambio de moneda

Actualmente el tipo de cambio que utilizan los ciudadanos Peruanos son los nuevos soles (PEN) que a la fecha 29 de febrero del presente es 0.2838490 (BCE, 2015).

3.19.4 Análisis del perfil del consumidor

El consumidor peruano consume un promedio de 2.2 pares por habitante, siendo para el 2013 una población de 30.38 millones de habitantes, el consumo promedio de pares de zapatos al año es de 66.84 millones de pares de zapatos.

3.20 Oferta Exportable

Oferta exportable se entiende como la cantidad de producto que es requerida por un país extranjero, el mismo que cumpla con los requerimientos necesarios para ingresar al otro país y satisfacer necesidades de los clientes, el producto debe ser competitivo tanto en calidad como en precio.

Para conocer la oferta exportable de un país se puede aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{Producción nacional} + \text{importaciones} - \text{Consumo Nacional} = \text{Oferta Exportable}$$

Para determinar si Ecuador tiene oferta exportable de calzado, se han tomado datos de año 2014.

Producción nacional = 35 millones de pares de zapatos

Importaciones = 11 millones de pares de zapatos

Consumo nacional = 43 millones de pares de zapatos

Aplicando la fórmula:

35 millones pares + 11 millones pares – 43 millones pares = 3 millones pares
=OFERTA EXPORTABLE

Realizando la operación matemática se encontró que Ecuador tiene la capacidad oferta exportable 3 millones de pares de zapatos que puede enviar al extranjero.

3.21 Requisitos para exportar

3.21.1 Requisitos previos a la exportación

Para realizar cualquier tipo de exportación el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENAЕ dice que para los ecuatorianos como para los extranjeros residentes en el país, personas naturales o jurídicas debe cumplir con los siguientes requisitos:

1. Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
2. Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAЕ).

Una vez registrado como exportador, cabe recalcar que todas las exportaciones deben presentar una Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarla según las

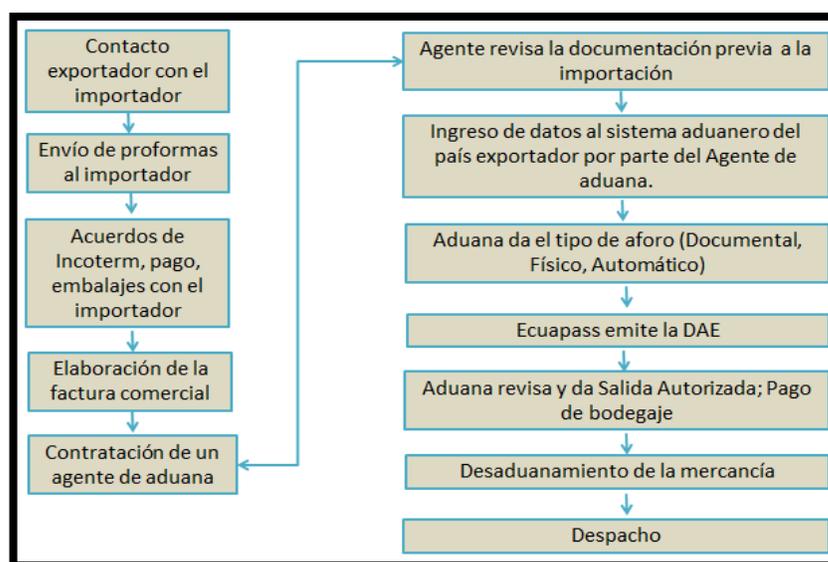
instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmite la exportación.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

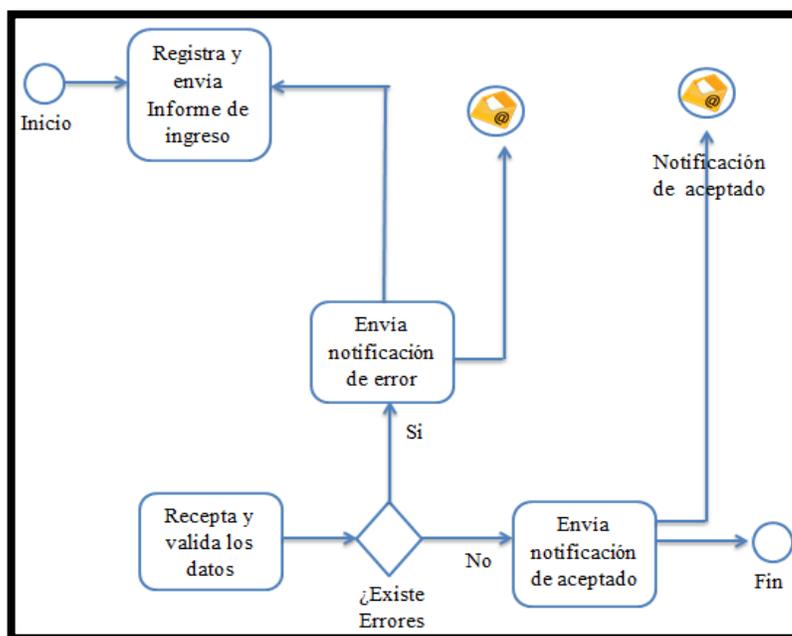
- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte. (NEGOCIOS, n.d.)

3.21.2 Flujograma del Proceso de Exportación

Este flujograma explica el proceso de exportación.



Elaborado por: las autoras



Elaborado por: las autoras

3.21.3 Certificados del producto para el mercado definido

Para que los productos tengan acogida en el mercado internacional debe tener certificado de origen mismo, que servirá para gozar y acogerse a una preferencia arancelaria establecida según acuerdos comerciales negociados por Ecuador con ciertos países que estén dentro de la CAN, ALADI, o MERCOSUR.

3.21.3.1 Requisitos para la obtención de Certificados de Origen

Para obtener el Certificado de Origen ahora se lo puede realizar de manera online en la Cámara de comercio de Guayaquil o a su vez en el MIPRO y realizar los siguientes pasos:

- A. Ingresar a ECUAPASS (<https://portal.aduana.gob.ec/>)

- B. Digitar el nombre de usuario y la clave (la misma que les proporcionó el SENAE)
- C. Elegir Ventanilla Única Ecuatoriana
- D. Elegir Certificado de Origen y DJO
- E. Seleccionar Certificado de Origen
- F. Ingresar a CO
- G. Ingresar en Información
- H. Seleccionar en Información de la Entidad: Cámara de Industrias de Guayaquil
- I. Consignar los datos del Certificado de Origen
- J. Verificar que el certificado esté aprobado
- K. A partir de este momento, los certificados aprobados hasta las 11h30 pueden ser retirados a partir de las 12h00 (no necesitan imprimirlos, la Cámara los entregará impresos y firmados, para que luego la empresa consigne también sus respectivas firmas). Los certificados aprobados después de las 11h30 deben ser retirados a partir de las 15h30
- L. El Certificado de Origen No Preferencial, seguirá tramitándose hasta segunda orden; a través del sistema en línea <http://www.industrias.ec:8880>

3.21.4 Pasos para obtener certificado INEN

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACION

REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 013:2006

ETIQUETADO Y ROTULADO DE TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR, CALZADO Y ACCESORIOS AFINES.

DETALLE	NORMA CON LA QUE DEBE CUMPLIR
Cuero	Norma INEN 1810
Suela	Norma INEN 1813
Cuero forro	Norma INEN 1811
Tallas del calzado	Norma INEN 1949,1950,1951
EMPACADO	ETIQUETADO
El calzado se lo debe entregar en el lugar de venta en cajas de cartón, con un par de zapatos en cada una.	La etiqueta debe contener: a) Razón social del fabricante y marca comercial. b) Denominación del producto. c) Número del modelo, talla, color, clase de calidad. d) Norma de referencia.
EMBALAJE	CALZADO DEBE ENTREGARSE
Cada embalaje debe contener: a) Razón social del fabricante y marca comercial. b) Denominación del producto. c) Cantidad de pares. d) País, ciudad, dirección del fabricante.	a) Cajas de cartón. b) Bolsas con agarraderas o sin ellas. c) No debe contener leyendas, ni descripciones que no puedan ser comprobadas.

FUENTE: (INEN, 2006)

3.22 Logística

3.22.1 Compras

Las compras de materia prima como el cuero es realizado en el mercado nacional a las principales curtidurías y tenerías de la provincia con los cuales se manejan sistemas de créditos, créditos, también plantillas, suelas, adornos, hormas, moldes e incluso maquinarias para el calzado como: maquina selladora neumática ara cuero, conformadora de talones al calor.

Aunque algunos materiales también son importados, como adornos, esto depende del tipo de calzado que se desea elaborar, como por ejemplo el calzado ortopédico que fabrica la empresa LIWI, que pertenece a la presidenta de CALTU.

La importación de insumos para el calzado tiene una sobre tasa arancelaria del 25%, aquí se encuentran adornos para el calzado, entre otros, y un 15% adicional solamente para contrafuertes, punteras.

El cuero se adquiere por decímetros, cada decímetro cuesta 0.25 centavos, aunque el sector artesanal lo adquiere por pies.

Se puede mencionar que las compras van a variar dependiendo del tamaño de la empresa.

3.22.2 Almacenaje

Cada productor de calzado de la provincia de Tungurahua lo hace según su capacidad instalada, que puede ser 16 pares por semana cada pequeño productor, al mes son 64 pares, y por los 25 socios son 1600 pares mensuales, estos son almacenados en bodegas que tiene cada productor para después ser entregado a sus clientes sean estos intermediarios o finales.

Con la asociatividad el almacenaje seria en la bodega común de la asociatividad.

3.22.3 Logística de las mercancías y Transporte interno

La logística internacional al igual que el transporte interno es muy importante en el mundo comercial y de las negociaciones, debido a que es un elemento imprescindible para la movilización de las mercancías, en donde todo proceso logístico implica costo, tiempo y calidad, permitiendo que la mercancía llegue en menor tiempo y costo, a través de un buen almacenamiento de materias, inventario, de productos terminados y canales de distribución, todas las empresas tienen su logística nacional e internacional diseñada de acuerdo a las necesidades de cada una.

3.22.4 Empaques, embalajes y unidades de carga para el transporte internacional

Para comercializar los pares de zapatos es necesario utilizar cajas de cartón, las mismas que para su exportación deberán ser embaladas y paletizadas para a su vez ser enviadas en contenedores a Perú.

Envase

La asociatividad debe elaborar un solo envase, que son las cajas de cartón para el calzado, además tener la misma etiqueta con la marca del consorcio formado para el efecto.

Embalaje

Es la manera de transportar la mercadería, para este proyecto sería paletizar las cajas.

3.22.5 Términos de negociación INCOTEMS

Los Incoterms determinan el alcance de cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional, son denominados cláusulas de precio, delimita responsabilidades entre el comprador y vendedor.

En el proyecto se recomienda el término **CFR (costo y flete)**, esto implica que el vendedor debe pagar los costos y el flete necesario para entregar los artículos en el aeropuerto de Quito. No obstante, los riesgos de pérdida y daño de la mercancía, así como cualquier costo adicional que se genere desde el momento en que los artículos sean entregados a bordo del barco, se transfieren del vendedor al comprador, cuando los productos ya se han embarcado.

3.22.6 Precio

Para fidelizar a los clientes, tendremos en cuenta política de precios con ellos como son:

- **Descuentos por cantidad:**

Reducción del precio para los clientes que adquieran el producto en grandes cantidades.

Por 3 pares de zapatos que lleven, reciben un descuento del 20% en el 4 par.

- **Descuento por temporada:**

Reducción del precio para los clientes que adquieran productos fuera de temporada de un 10 a un 20%, para estimular la demanda y evitar acumulación de inventario.

El precio depende del tipo de materiales que se utiliza en la elaboración del calzado este puede ir desde 18 dólares hasta 40 dólares, a esto se le sumaria costos de transporte y seguro para que llegue al país de destino.

Ejemplo Botas de Cuero con flete internacional:

Se exportan 7.500 pares de Botas de cuero con tacón con un peso aproximado de 13275 kg. a Perú ¿Cuánto se deberá pagar por Flete en Perú? A continuación se detallan los gastos aéreos y el PVP, enviado en la aerolínea DHL:

Tabla 21:***Botas de cuero***

PAIS	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO MINIMO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Lima- Perú	Inland	1	130,00	130,00	1560,00
	Montacargas	1	90,00	90,00	1080,00
	Flete	1	7545,00	7545,00	90540,00
	Total Gastos aéreos		7765,00	7765,00	93180,00

FUENTE: Investigación propia**ELABORADO: Autores**

En la tabla 21 se muestra los gastos aéreos de cada uno de los países objeto de estudio en donde el flete de menor costo es de Perú siendo 7765,00 dólares mensuales por lo cual es beneficioso para nuestro producto ya que no encarece tanto al producto.

Tabla 22:***Precio de Venta al público de Botas de Cuero con tacón***

PAIS	GASTOS AÉREOS	PARES	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL	COSTO & FLETE	PVP
Lima- Perú	7765,00	7500	18	135000	135130	18,02

FUENTE: Investigación propia**ELABORADO: Autores**

En la tabla 22 se puede observar que en la venta de Botas de cuero el flete para Perú es de 135130 dólares considerando flete y seguro y el PVP es de 18,02 dólares.

Ejemplo Sandalias:

Se exportan 1.600 pares de sandalias de plataforma con un peso aproximado de 480 kg. A Perú. ¿Cuánto se deberá pagar por Flete a Perú? A continuación se detallan los gastos aéreos y el PVP enviado en la aerolínea KUEHNE+NAGEL:

Tabla 23:

Precio sandalias

PAIS	PESO KG	PARES	PRECIO POR KG	GASTOS AEREOS	PRECIO UNTARIO	VALOR TOTAL	COSTO & FLETE	PVP
Lima- Perú	480	1600	1,2	1920	18	34560	36480	22,80

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO: Autores

En la tabla 23 se puede observar que en la venta de Botas de cuero el flete para Perú es de 36480 dólares considerando flete y seguro y el PVP es de 22,80 dólares.

3.22.7 Publicidad y Promoción a nivel internacional

Publicidad:

- 1.- Darse a conocer en revistas especializadas.
- 2.- A través del internet con la página web.
- 3.- En ferias nacionales e internacionales.

3.23 Estrategias de penetración

3.23.1 Estrategias de introducción de nuevos productos:

Rápida penetración en el mercado:

El consorcio aplicará precios bajos de los productos y baja inversión en promoción.

3.23.2 Estrategias de precios:

Penetración:

El consorcio aplicará un precio bajo en sus productos y una alta calidad en los mismos.

Reacción:

El precio de los productos va a ir aumentando de acuerdo al ingreso de nuevos competidores.

Guerra de precios:

El consorcio brindará un mejor producto, al menor precio posible.

3.23.3 Estrategia de liderazgo en costos:

El consorcio pretende atraer a clientes por tener precios más bajos y accesibles del mercado ya que se busca reducir los costos en el proceso productivo, pero sin descuidar la calidad de los productos y agregando cada vez más valor agregado.

3.23.4 Estrategias de posicionamiento

La asociatividad contará con estrategias como:

- **Estrategias de liderazgo en costos:**

El consorcio atraerá a sus potenciales clientes por ofrecer sus productos a un precio promedio más bajo del mercado sin descuidar la calidad de los productos, el valor agregado e innovación de los mismos.

- **Estrategia de diferenciación:**

La diferenciación es un factor importante dentro del posicionamiento ya que el consorcio se distinguirá por los productos que estos ofrezcan en cuanto a calidad, diseño y a los recursos utilizados para la elaboración del calzado, esta diferenciación no depende de crear valor al producto sino de comunicar las ventajas de nuestros productos a nuestros potenciales clientes.

3.24 Comercialización

La comercialización del calzado de cuero para mujer se encuentra en tiendas comerciales en todo el país, aunque también en tiendas de la misma provincia de Tungurahua, un cantón en el que se encuentran la mayoría de tiendas de zapatos es Cevallos.

A nivel internacional se realizará la exportación de los productos al mercado Peruano mensualmente 7500 pares, anualmente 90000 pares mismos que serán elaborados por los 25 pequeños productores de la Provincia de Tungurahua, con una tasa de crecimiento del

2% anual y con un precio de venta al detallista de peruanos a 35 dólares teniendo un margen de utilidad del 82.30%, al consumidor final 38.45 dólares cada par con margen de utilidad del 100%, a continuación el detalle.

3.25 Esquema del modelo asociativo

Concepto de Asociatividad

La asociatividad es una forma de unir esfuerzos para obtener un beneficio en común, esta asociatividad permite compartir conocimientos y tecnología para mejorar el producto en común, esta acción conjunta permite contar con acceso a servicios, compras de insumos e incluso el financiamiento.

Además de crear productos diferenciados gracias a la cooperación de todos los miembros, teniendo la oportunidad de ingresar a nuevos mercados, aumentar el poder de negociación con clientes y proveedores.

3.25.1 Tipos de asociatividad

La asociatividad puede dividirse en diferentes tipos, a continuación el detalle de cada uno de estos partiendo desde la asociatividad:

3.25.2 Ventajas de la asociatividad

- Incremento de la producción y productividad.
- Mejora el acceso a tecnologías de productos o procesos y a financiamiento.
- Se comparte riesgos y costos.

- Intercambiar experiencias y conocimientos que permitan comprender mejor la situación, encontrar las herramientas para mejorarla.
- Mayor poder de negociación.
- Reducción de costos por manejo de economías de escala
- Mejora de la calidad y diseño.
- Mejora la gestión de la cadena de valor (mayor control).
- Mejora la gestión del conocimiento técnico – productivo y comercial
- Dialogar con las autoridades como una contraparte válida y representativa de los intereses del sector.

3.25.3 Desventajas de no tener una asociatividad

- Las agencias ofrecen capacitación y entrenamiento a grupos, más no a individuos.
- No poder solicitar un préstamo o crédito, puesto que no pertenece a una firma reconocida.
- Los pequeños productores que ofrecen limitadas cantidades de productos, por lo general no reciben un buen precio por sus productos en el mercado local.
- La compra de insumos resulta más cara, puesto que los vendedores no le ofrecerán un descuento por la compra de materia y otros insumos, y si se lo ofrecen, éste será mínimo.

3.25.4 Propuesta de asociatividad

En este capítulo se establecerá el tipo de asociatividad, que mejor les convenga a los productores de calzado, en este caso la mejor opción que nosotras proponemos es la creación de un consorcio de exportación, para de esta manera unir la producción de los productores y exportar a Perú.

La idea es agrupar la producción de calzado de cuero femenino, porque si hay oferta exportable de este producto, esta asociatividad va a ser ubicada en Ambato.

3.25.5 Pasos para la creación de una asociatividad

1. Identificar el objetivo en común y el propósito de la creación de la asociatividad.
2. Estar al tanto de los estatutos de la creación y disolución de la asociatividad así también el retiro de sus miembros.
3. Tener predisposición, voluntad para asociarse y hacer cambios en sus diseños, en la adquisición de materia prima.
4. Conocer las ventajas de asociarse, estas pueden ser:
 - a. Descuentos por volumen de compra en materia prima para la producción.
 - b. Margen de utilidad.
 - c. Capacitaciones
 - d. Participación en ferias nacionales e internacionales.
5. Conocer los compromisos y obligaciones de la asociatividad como:
 - a. Pagar a tiempo las cuotas establecidas en el grupo.
 - b. Concurrir a reuniones permanentes.
 - c. Asistir a las votaciones para elegir al representante de la misma.

- d. Frecuentar las capacitaciones, talleres, etc.
 - e. Participar activamente en una comisión designada.
6. Asociarse para obtener mayores beneficios como:
- a. Alcanzar nuevos mercados.
 - b. Ampliar las economías de escala.
 - c. Acelerar los procesos de aprendizaje mutuo.

3.25.6 Descripción del modelo asociativo propuesto

El modelo propuesto es una red horizontal que permitirá que las empresas se colaboren unas a otras en ciertas actividades, las mismas que se encuentran en el mismo lugar geográfico y tienen un entorno favorable.

Para conseguir que la asociatividad se ponga en marcha son necesarias las siguientes etapas:

Etapas 1

Las empresas asociadas debe estandarizar sus procesos y determinar el mismo diseño del producto, para esto cada empresa podría presentar un diseño diferente y elegir el que sea más innovador al momento de analizar cada uno de ellos.

Etapas 2

El abastecimiento de los materiales para elaborar el calzado debe ser el mismo para que la calidad se la misma, y establecer el volumen de producción de cada producto en base a su capacidad instalada.

Etapa 3

La comercialización: durante esta etapa las actividades que se pueden someter a la asociatividad son:

- Recepción de pedidos
- Despacho o entrega de productos
- Transporte de los productos
- Servicio post-venta
- Investigación de mercados

Al comprar insumos en forma colectiva pueden acceder a descuentos que de manera individual no podrían por el volumen que se solicitará, también se puede adquirir equipos y otros activos requeridos por las empresas.

Redes de Cooperación:

Conjunto de empresas que comparten información, procesos, ofertas, sin renunciar al funcionamiento independiente, no subordinación ya que mantienen diversos vínculos de cooperación para realizar acciones conjuntas.

Articulación Comercial:

Relación existente entre empresas ofertantes y demandantes la cual puede tener agente intermediario, bróker o gestor de negocios.

Alianza en Cadenas Productivas:

Son acuerdos entre actores que cubren etapas y operaciones de producción, transformación, distribución y comercialización de un producto o línea de productos (bienes o servicios).

Alianza en Clústeres:

Los actores están concentrados geográficamente y se basan en una actividad productiva particular, aquí también están comprendidas las instituciones que proveen servicios de soporte empresarial.

Joint Venture:

Es una sociedad creada por dos o más empresas con personalidad jurídica independiente, esta cooperación implica la aportación de fondos, tecnología, personal, bienes industriales, capacidad productiva y servicios.

Consortios:

De acuerdo al Art. 445 de la Ley General de Sociedades establece que el consorcio es aquél en el que dos o más personas se asocian para participar en forma activa en un determinado negocio o empresa con el fin de obtener un beneficio económico, estos se pueden formalizar legalmente sin que las empresas pierdan su personería jurídica. (Rodríguez, 2008).

La mejor alternativa para la propuesta planteada será la creación de un consorcio de exportación, el mismo que se detalla a continuación:

3.26 Consorcio de exportación

Un consorcio de exportación es una alianza de empresas que promueven los bienes y servicios de sus miembros en el extranjero y facilitan la exportación de esos productos mediante acciones conjuntas. Se puede considerar que el consorcio de exportación es un medio formal para la cooperación estratégica que sirve para prestar servicios especializados a fin de facilitar el acceso a los mercados extranjeros.

Por tal motivo el consorcio es la mejor alternativa a comparación de los otros tipos de asociatividad ya que es el única forma en donde los productores perderán su razón social para formar una sola de manera voluntaria en donde las microempresas que tienen un fin en común, este tipo de asociatividad tiene mayor ventaja al momento de ingresar o salir de la misma contando con exoneración de impuestos por 5 años que además de ser un medio formal para la cooperación estratégica de mediano a largo plazo facilita el ingreso y salida de cada uno de los miembros, incrementando la producción, mejorando el acceso a tecnología, intercambiando experiencias y conocimiento, mejorando continuamente la calidad, el diseño y la innovación.

Las acciones conjuntas y todos los esfuerzos harán posible un beneficio común, es decir a través de capacitaciones continuas y la adquisición de nueva maquinaria se logrará que los productores elaboren productos de alta calidad para ser exportado, esta acción permitirá tener beneficios como compras de insumos con un porcentaje de

descuento más alto e incluso de financiamiento, gracias a la cooperación de todos los miembros tendrán la oportunidad de ingresar a nuevos nichos de mercado y aumentar el poder de negociación con clientes y proveedores.

No solo correría con los riesgos un pequeño productor sino que ahora se compartirían entre los miembros al igual que los costos, tendrían un margen de utilidad mayor al de las ventas nacionales en la actualidad, su marca se difundiría rápidamente gracias a los productos innovadores que ellos ofrecen con materia prima de calidad con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor final a precios bajos, diseños exclusivos e innovadores.

3.26.1 Políticas de constitución

Para la creación del consorcio pueden participar empresas grandes que ya tengan conocimiento de mercados extranjeros, empresas pequeñas que quieren acceder a nuevos mercados y de esta manera tener nuevas oportunidades comerciales, los productos que estas empresas ofrecen deben adaptarse a los mercados que desean penetrar y ofrecer una gama suficiente de productos.

Los productores de calzado deben estar conscientes del compromiso que adquieren al formar parte del consorcio, en el aspecto financiero y dedicarle tiempo.

Los productores deben ser iguales entre si desde el punto de vista jurídico, sin importar el tamaño que tengan, en consecuencia las acciones deben repartirse en forma igualitaria todos los miembros para una repartición equilibrada del poder y compromiso.

3.26.2 Constitución del consorcio

Se deberá registrar a la empresa como anónima o de responsabilidad limitada, aunque la sociedad anónima tiene una ventaja porque es más flexible al momento de ingresar o retirarse del consorcio.

Al estar constituidos como una empresa pueden acceder a beneficios exoneración de impuestos los 5 primeros años.

3.26.3 Documentos de constitución

➤ Estatuto del consorcio

Se deben especificar el nombre el grupo, la ubicación, su duración, sus fines, la composición de sus fondos, tareas y responsabilidades de sus miembros, órganos, métodos por el que se elegirá al Presidente, mecanismos que permitan que las empresas ingresen al consorcio o abandonen y las condiciones en las que se les podría excluir el consorcio, el mismo que contará con una sola personería jurídica.

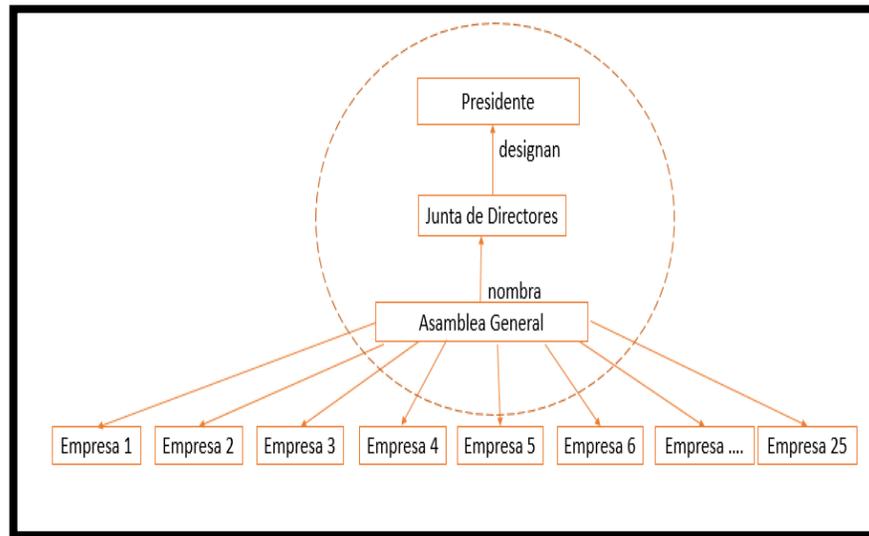


Figura 10: Esquema del consorcio de exportación

Fuente: (ONUDI, Guía de consorcios de exportación, 2004)

➤ **Acuerdo de los accionistas**

Estipula relaciones entre los accionistas que no están previstas en el estatuto oficial de la empresa, esto es para no recurrir a enmiendas en el estatuto.

➤ **Reglamento interno**

Se especifican procedimientos para abordar problemas que puedan surgir en las operaciones del consorcio, derechos y obligaciones.

➤ **Tamaño del consorcio**

Este estará conformado por 25 productores de calzado entre pequeños y medianos.

➤ **Financiación del consorcio**

La financiación se basa en los miembros del consorcio, esta puede ser de dos formas: una contribución única para garantizar el capital del consorcio, cuotas anuales de los miembros y cobros por servicios concretos.

Cuando el consorcio está establecido se hacen contribuciones al capital, estas son inversiones para establecer una oficina y acceder a mercados internacionales, las ganancias se reflejarán a mediano o largo plazo y contribuirán al rendimiento de las exportaciones.

En este caso el aporte de los 25 productores puede ser de 5.000 dólares cada uno.

➤ **Nombre del consorcio**

Se elabora un contrato de constitución del Consorcio en el que se debe establecer el nombre, Consorcio de exportadores de Calzado “**CONEXCAL**”, definiendo el objetivo del consorcio que será exportar el calzado de cuero para dama, que sea de calidad y en varios diseños que satisfaga necesidades del mercado extranjero.

➤ **Funcionamiento del consorcio**

Es necesario arrendar o comprar una oficina para el funcionamiento del consorcio y además alquilar un galpón de 2000 metros cuadrados para acopiar los zapatos y en este lugar empacarlos y exportarlos, el consorcio se consolidará y tendrá una sola marca llamada **AMVASHOES** que represente a los 25 miembros, y también elaborar las cajas o empaques para que el producto sea exportado.

3.26.4 Empresas asociadas a CALTU

En la actualidad existen 70 empresas asociadas a la Cámara de Industrias de Tungurahua de Ambato. (Villavicencio, 2015) (Ver anexo M).

3.26.5 Entrevista a expertos

CALTU (Cámara de productores de calzado de Tungurahua)

La entrevista realizada a la Sra. Lilia Villavicencio fue enriquecedora ya que nos informó que el mercado del calzado ha ido evolucionando a tal grado que para el año 2014 las exportaciones de calzado fueron de 35 millones de pares.

3.26.5.1 Análisis de la información obtenida

De acuerdo a la entrevista realizada a la Sra. Lilia Villavicencio, presidenta de la Cámara Nacional del Calzado presenta como resultado lo siguiente:

Gracias al dinamismo del Sector Cuero y Calzado hoy en día CALTU es un gran ejemplo para las demás asociaciones porque además de ser una asociatividad es una entidad sin fines de lucro visionaria que hoy por hoy se está fortaleciendo gracias al apoyo de cada uno de sus colaboradores y al apoyo de los pequeños empresarios que se sumaron siendo 25 nuevos empresarios que han apoyado el 20 de agosto del presente a la compra de una terreno de 148 mil metros en un millón de dólares, mismo que sobrepasa las 14 hectáreas.

CALTU está uniendo esfuerzos para lograr con esta nueva asociatividad la creación de la ciudad del calzado, en donde el calzado más representativo que tiene a nivel

nacional CALTU es el calzado de cuero ocupando el 45% de la participación del mercado; se van a reubicar a las empresas para que las personas ingresen a conocer el proceso productivo y dinamicen el desarrollo de la industria dando un nuevo enfoque, dentro de este proyecto hay 25 empresas mix, como son empresarios pequeños y medianos de fabricación de hormas, empresas importadoras de maquinaria y abastecedoras de cuero, y productoras de calzado en sí, esto da a relucir que si es posible la asociatividad porque existe la predisposición de asociarse no en su mayoría pero si como fuente de apoyo para lograr nuevos retos. (Ver anexo N)

3.27 Recursos a utilizar

Para la propuesta planteada se utilizará ciertos recursos como son económicos, humanos para obtener datos e información y desarrollar la misma.

Un recurso muy importante es el recurso humano, el mismo que permitirá que el proyecto se lleve a cabo.

En donde uno de los factores más importantes de la propuesta es el recurso humano como se presenta a continuación:

Humanos:

CARGO O FUNCION	NUMERO DE PERSONAS	SUELDO	BENEFICIOS DE LEY	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO ANUAL
Gerente General	1	1500	276	1776,00	21312
Bodeguero	2	800	214,38	1014,38	12172,56
Asistente de comercio	1	600	423,9	1023,90	12286,8
Despachador	2	800	276	1076,00	12912

CONTINÚA 

TOTAL	6	3700	1190,28	4890,28	58683,36
--------------	---	------	---------	---------	-----------------

FUENTE: propia

Para que la propuesta plateada de resultado se apoyara con recursos humanos para la investigación de la factibilidad de exportación al mercado meta seleccionado, a continuación se desglosa los posibles gastos del consorcio.

Tabla 24:

Recursos para realizar la propuesta plateada

PARTIDAS	MENSUAL POR PAR		MENSUAL POR LOS 7500 PARES		ANUAL POR LOS 7500 PARES	
	6403.20	6403.51	6403.20	6403.51	6403.20	6403.51
Arriendo de oficina y bodega	2000,00		2000,00		24000	
Logística nacional	0,70	2,20	5250,00	16500,00	63000	198000
Logística internacional	1,75	4,25	13125,00	31875,00	157500	382500
Personal			4890,28		58683,36	

FUENTE: propia

3.28 Valor agregado

El calzado producido en esta provincia se lo realiza con cuero natural de calidad adquirido en las curtiembres de la misma provincia, el diseño de los zapatos es muy importante que llamen la atención de los consumidores, es por eso que hay variedad de modelos como sandalias, plataformas, tacones en punta o redondos, tacón grueso o fino para todos los gustos.

Además algo muy importante es el precio que es accesible a los consumidores y la presentación de los mismos es excelente.

3.29 Proyección de las exportaciones asociativas

Las exportaciones que realizara el consorcio de exportación dependerá del mercado internacional, si se tiene una buena relación con intermediarios peruanos, el número de productos que se exporten aumentará, si el consorcio se plantea incrementar la producción en un 5% cada año, el siguiente año se exportarán 94500 pares de zapatos, todas las proyecciones dependen de la política que establezca el consorcio de exportación, esto puede plantearse en un plan que establezca el consorcio entre todos sus socios.

Los beneficios que tendrán los socios son mayores ingresos al exportar su producto, de percibir en el mercado local 15 dólares por ejemplo por las sandalias en el mercado extranjero recibirán 30, descontando todos los gastos y costos implicados en la producción y exportación estarían ganando 15 dólares de manera neta por cada par de sandalias, siendo así que estarían ganando 4500 mensuales cada productor, este valor puede ser reinvertido, o adquirir nueva maquinaria para aumentar la producción.

CAPITULO IV

DISCUSIÓN

El objetivo fundamental de este proyecto es determinar si con la propuesta de modelo asociativo de calzado de mujer conjuntamente con la exportación al mercado peruano los pequeños productores de calzado de Tungurahua mejoraran su calidad de vida y la de sus familias, para lo cual se analizará el impacto económico del consorcio creado por los productores asociados tanto impactos directos como impactos indirectos.

En el capítulo III se analizó los antecedentes del sector calzado en los últimos años dando como resultado que el 50% de la producción nacional del Calzado es proveniente de la provincia de Tungurahua seguida de Pichincha y Azuay. Este calzado tiene gran acogida en el mercado nacional ya que lo realizan de forma manual y artesanal y es deseado en mercados internacionales.

Gran parte de las exportaciones ecuatorianas están compuestas por productos primarios sin transformación, con los incentivos incorporados por el gobierno se ha generado exportaciones con valor agregado.

La economía ecuatoriana se ha especializado en la producción de materias primas pero que con la implementación del Plan Nacional para el buen vivir 2013-2017 esta tradición ha ido desapareciendo de manera progresiva haciendo que ya no se exporte simplemente materia prima, sino producto terminado de calidad y dando plus o valor agregado al mismo e innovando para que los productos sean aún más reconocidos por potenciales mercados internacionales.

Los principales destinos de exportación de calzado de las partidas 6403.20 Calzado con suela de caucho natural y parte superior de tiras de cuero y la partida 6403.51 los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo son Colombia con el 78.82%, Perú con el 18.58%, y Panamá con 0.64% para lo cual se realizó un estudio de mercados internacionales analizando a Colombia, Perú, Costa Rica.

El país meta al cual se dirigirá la oferta exportable de los pequeños productores de calzado de Tungurahua es Perú porque cuenta con un consumo aparente de 66.84 millones de pares de zapatos al año y una demanda de 53.8 millones de pares de zapatos anuales por ende Perú tiene una demanda insatisfecha de 13.04 millones de pares de zapatos anualmente y el valor del flete es más accesible al de los otros países y la cercanía entre territorios es de gran ayuda, además los precios del calzado son competitivos con los del mercado Peruano siendo sus precios oscilantes desde 99 a los 160 nuevos soles peruanos es decir el precio oscila desde los 30 a los 50 dólares (LEUKA, 2015), ingresando el producto ecuatoriano como potencial competencia al contar con mercancías innovadoras.

El precio oscilará dependiendo de los materiales utilizados para la producción estos precios pueden estar en un rango de 30 a 45 dólares por par dándole un margen de utilidad del 100%.

Los 25 miembros del Consorcio van a aportar para la creación del mismo con 125000 dólares invirtiendo 5000 dólares cada socio, distribuyendo los gastos de la siguiente manera:

Tabla 25:

Como se mencionó en el párrafo anterior, las inversiones del proyecto estarán ligadas directamente al tamaño del mismo.

	PARTIDA 6403.20 Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero y la partida ANUAL	PARTIDA 6403.51 Los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo. ANUAL
INVERSION	125000,00	125000,00
INGRESOS	2787979,20	3714979,20
EGRESOS		
Sueldos	58683,36	58683,36

CONTINÚA 

Arriendo	24000,00	24000,00
COSTOS	1350000,00	1800000,00
Beneficio anual	1480295,84	1957295,84
Beneficio mensual	123357,98	163107,98
Beneficio por familia	4934,32	6524,32
Beneficio por par	16,44	21,74

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO: Autores

Tabla 26:

Costo mensual y anual por par de zapatos y sandalias de las partidas 6403.20 correspondiente a Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero y la partida 6403.51 correspondiente a los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.

DESCRIPCION	PARTIDA	CUESTA PRODUCIR	COSTO MENSUAL DE 300 PARES NACIONAL	COSTO MENSUAL POR 25 PRODUCTORES	COSTO ANUAL POR 300 PARES
Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero.	6403.20	15	4500	112500	1350000
Los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.	6403.51	20	6000	150000	1800000

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO: Autores

Cada productor de calzado invierte 20 dólares en la producción por par de los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo y 6000 dólares mensuales en la producción de los 300 pares, los pequeños productores invierten 20 dólares en cada par de calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero es así que mensualmente invierten 5400 dólares en la producción de los 300 pares.

Tabla 27:

Costo de producción por par mensual y anual de las partidas 6403.20 correspondiente a Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero y la partida 6403.51 correspondiente a los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.

DESCRIPCION	PARTIDA	PRECIO POR CALZADO	CANTIDAD	COSTO DE PRODUCCION	FLETE	SEGURO	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO SIN UTILIDAD	UTILIDAD	PVP
Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero.	6403.20	15	7500	112500	7545	1200.45	121245	16.17	16.17	32.33
		15	90000	1350000	90540	14405.4	1454945	16.17	16.17	32.33
Los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.	6403.51	20	7500	150000	7545	1575.45	159120	21.22	21.22	42.43
		20	90000	1800000	90540	18905.4	1909445	21.22	21.22	42.43

FUENTE: Investigación propia

A cada pequeño productor le cuesta elaborar su calzado de tira de cuero a 15 dólares y el calzado de cuero que cubra el tobillo a 20 dólares en donde al incrementar el valor del flete sube a 16.17 dólares por para en las sandalias y a 21.22 dólares por par de calzado que cubra el tobillo.

Tabla 28:

Ganancia de los productores por par a nivel nacional por partida arancelaria

DESCRIPCION	PARTIDA	CUESTA PRODUCIR	PRECIO DE VENTA NACIONAL	GANANCIA POR PAR EN DOLARES	GANANCIA MENSUAL NACIONAL CADA PRODUCTOR 300 PARES	GANANCIA MENSUAL NACIONAL 25 PRODUCTORES	GANANCIA ANUAL NACIONAL 25 PRODUCTORES	GANANCIA POR PAR PORCENTUAL
Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero.	6403.20	15.00	20.00	5.00	6000.00	150000.00	1800000.00	33%
Los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.	6403.51	20.00	25.00	5.00	7500.00	187500.00	2250000.00	67%

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO: Autores

Como se puede observar en la tabla 28 a nivel nacional los productores únicamente ganan cinco dólares por par es decir de los 15 que cuenta las sandalias en el mercado lo venden a 20 y el calzado de cuero venden a 25 dólares es decir únicamente ganan el 33 y 67% de toda su producción respectivamente a nivel nacional.

Tabla 29:

Ganancia de los productores por par a nivel internacional entregado a mayoristas, detallistas y consumidor final o PVP por partida arancelaria.

DESCRIPCION	PARTIDA	CUESTA PRODUCIR	PRECIO DE VENTA INTERNACIONAL	GANANCIA POR PAR EN DOLARES	GANANCIA MENSUAL INTERNACIONAL CADA PRODUCTOR 300 PARES	GANANCIA MENSUAL INTERNACIONAL 25 PRODUCTORES	GANANCIA ANUAL INTERNACIONAL 25 PRODUCTORES	GANANCIA POR PAR PORCENTUAL
Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero.	6403.20	15						
Mayoristas			23.00	8.00	6900.00	172500.00	2070000.00	53%
Detallistas			26.00	11.00	7800.00	195000.00	2340000.00	73%
PVP			30.00	15.00	9000.00	225000.00	2700000.00	100%
Los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.	6403.51	20						
Mayoristas			35.00	15.00	10500.00	262500.00	3150000.00	75%
Detallistas			38.00	18.00	11400.00	285000.00	3420000.00	90%
PVP			40.00	20.00	12000.00	300000.00	3600000.00	100%

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO: Autores

Como se puede observar en la tabla 29 los pequeños productores en el mercado Internacional venden el calzado de la partida 6403.20 correspondiente a calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero a los mayoristas a un precio de 23

dólares obteniendo como utilidad del 53% a los detallistas 26 dólares con una utilidad del 73% y a los consumidores finales o PVP a un precio de 30 dólares con un margen de utilidad del 100%.

Proyección de los costos

Tabla 30 :

Proyección de costos mensuales y anuales correspondiente al Calzado de cuero natural y parte superior de tiras de cuero.

DESCRIPCION	PARTIDA	DETALLE	MENSUAL	ANUAL	2016	2017	2018	2019	2020
Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero.	6403.2	COSTO PRODUCCION	112500,00	1350000	1377000,00	1404540,00	1432630,80	1461283,42	1490509,08
		UTILIDAD 33,35%	37518,75	450225	459229,50	468414,09	477782,37	487338,02	497084,78
		TOTAL	150018,75	1800225	1836229,50	1872954,09	1910413,17	1948621,44	1987593,86
		PVP NACIONAL	20,00	20,00	20,40	20,81	21,23	21,65	22,08
		SEGURO	1135,8	13629,60	13902,19	14180,24	14463,84	14753,12	15048,18
		FLETE	1080	12960	13219,20	13483,58	13753,26	14028,32	14308,89
		CIF	114715,80	1376589,60	1404121,39	1432203,82	1460847,90	1490064,85	1519866,15
		GASTOS AEREOS	1450,00	17400,00	17748,00	18102,96	18465,02	18834,32	19211,01
		TOTAL	116165,80	1393989,60	1421869,39	1450306,78	1479312,92	1508899,17	1539077,16
		COSTO	15,49	15,49	15,80	16,11	16,44	16,77	17,10
		UTILIDAD 100%	15,49	15,49	15,80	16,11	16,44	16,77	17,10
		PVP INTERNACIONAL	30,98	30,98	31,60	32,23	32,87	33,53	34,20
		TOTAL MENSUAL	232331,6	2787979,2	2843738,78	2900613,56	2958625,83	3017798,35	3078154,31
		TOTAL ANUAL	2787979,2						

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO: Autores

Tabla 31 Proyección de costos mensuales y anuales correspondiente a los demás calzados de cuero natural que cubran el tobillo.

DESCRIPCION	PARTIDA	DETALLE	MENSUAL	ANUAL	2016	2017	2018	2019	2020
Los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.	6403.51	COSTO	150000,00	1800000,00	1836000,00	1872720,00	1910174,40	1948377,89	1987345,45
		UTILIDAD 25%	37500,00	450000,00	459000,00	468180,00	477543,60	487094,47	496836,36
		TOTAL	187500,00	2250000,00	2295000,00	2340900,00	2387718,00	2435472,36	2484181,81
		PVP NACIONAL	25,00	25,00	25,50	26,01	26,53	27,06	27,60
		SEGURO	2260,8	27129,60	27672,19	28225,64	28790,15	29365,95	29953,27
		FLETE	1080	12960,00	13219,20	13483,58	13753,26	14028,32	14308,89
		CIF	153340,80	1840089,60	1876891,39	1914429,22	1952717,80	1991772,16	2031607,60
		GASTOS AEREOS	1450,00	17400,00	17748,00	18102,96	18465,02	18834,32	19211,01
		TOTAL	154790,80	1857489,60	1894639,39	1932532,18	1971182,82	2010606,48	2050818,61
		COSTO	20,64	20,64	21,05	21,47	21,90	22,34	22,79
		UTILIDAD 100%	20,64	20,64	21,05	21,47	21,90	22,34	22,79
		PVP INTERNACIONAL	41,28	41,28	42,10	42,95	43,80	44,68	45,57
		TOTAL MENSUAL	309581,6	3714979,2	3789278,784	3865064,36	3942365,647	4021212,96	4101637,219
		TOTAL ANUAL	3714979,2						

FUENTE: Investigación propia**ELABORADO:** Autores

Como se puede evidenciar en las tablas 31 y 32 las sandalias elaboradas con cuero tienen un costo de producción mensual de 112500 dólares para los 7500 pares elaborados por el consorcio conformado por los 25 pequeños productores, siendo que cada productor realiza 300 pares mensuales y vendiendo el producto a nivel nacional a 20 dólares con un margen de utilidad del 33.35% mensualmente de ganancia mientras que a nivel internacional el mismo producto se lo vende a 30,98 dólares teniendo un margen de utilidad del 100% pudiendo distribuir a los mayoristas detallistas y PVP a 23, 26, y 30 dólares individualmente ganando en cada par 8, 11 y 15 dólares, de la misma manera se hace un comparación con la producción de calzado de cuero que se vende en el mercado nacional a 25 dólares siendo el costo de producción de 20 dólares y teniendo un margen de utilidad del 25% mensualmente, en la elaboración de este producto se invierte alrededor de 150000 dólares mensuales a comparación de la venta en el mercado meta que es Perú en donde el precio oscila desde los 35, 38 y 40 dólares siendo repartido a mayoristas, detallistas y PVP teniendo como ganancia en cada par 15, 18, y 20 dólares respectivamente.

Para que la propuesta de asociatividad se lleve a cabo será necesario la creación de un consorcio de exportación que es una alianza voluntaria de empresas que tienen un fin en común para facilitar la exportación de sus productos mediante acciones conjuntas, además de ser un medio formal para la cooperación estratégica de mediano a largo plazo ya que la creación de un consorcio de exportación, permitirá que los pequeños productores de calzado de cuero para dama, puedan exportar sus productos sin la

necesidad de utilizar intermediarios, que son quienes obtienen mayor ganancia por los productos.

Se deben establecer políticas del consorcio porque es una persona jurídica diferente a la cual pertenecen los socios, que deben ser conocidos por todos los socios, se deberá registrar como anónima o responsabilidad limitada esta segunda tiene un gran ventaja al momento de ingresar o salir del mismo, tienen exoneración de impuesto por 5 años.

Para la conformación del Consorcio se propone el nombre de “**CONEXCAL**” que hace referencia al consorcio de exportadores de calzado mismo que se funcionará la marca de todos los productores en una sola siendo esta **AMVASHOES** misma que se encontrará conformado por 25 miembros socios con un financiamiento propio por socio de 5000 dólares cada uno así mismo formando un capital de 125000 dólares, contar con un centro de acopio de 2000 metros cuadrados y 6 empleados, en donde todos deben estandarizar los procesos para que el producto final tenga la misma calidad, se puede utilizar diferentes diseños de calzado, varios colores y texturas, ya sean zapatos de tacón alto o bajo, sandalias, plataformas, botas, botines, en donde cada pequeño productor realiza aproximadamente 300 pares de zapatos de mujer al mes y en conjunto realizan 7500 pares mensuales, anualmente 90000 pares siendo esta la oferta anual, aportando con un 3% en la oferta exportable e incrementando el costo en un 2% anual.

Los productores van a tener mayores ingresos por cada par de sandalias y zapatos, lo cual contribuye a cada una de las familias, el 100% de la venta de calzado sandalias que es 1480295,84 dólares de ganancia se dividirá entre los 25 socios dando como resultado que a cada socio le corresponde 3947,46 repartiendo el 80% para cada la reinversión de

un nuevo lote de producción y el 20% que es 986,86 dólares cada pequeño productor obtendrá como ganancia neta, si los pequeños productores se inclinan a la producción de calzado de cuero que cubran el tobillo de la venta de este calzado que es 1957295,84 dólares se repartirá entre los 25 socios dando como resultado que a cada socio le corresponde 6524,32 repartiendo el 80% que es 3947,46 dólares para la reinversión y los 1304,86 que es el 20% como ganancia neta para cada familia de 5 integrantes aproximadamente es decir 100 personas beneficiadas mensualmente, como muestra las siguientes tablas:

Tabla 32

Beneficios por familia y partida arancelaria

PARTIDA 6403.20	BENEFICIO POR FAMILIA	80%	20%
Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero.	4934,32	3947,46	986,86

FUENTE: Investigación propia**Tabla 33:**

PARTIDA 6403.51	BENEFICIO POR FAMILIA	80%	20%
Los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.	6524,32	5219,46	1304,86

Beneficios por familia y partida arancelaria

FUENTE: Investigación propia

Actualmente el sector Manufacturero acoge a 6500 puestos de trabajo, con la propuesta planteada se pretende acoger a 2321 puestos de trabajo aproximadamente.

En cuestión de impuestos los pequeños productores calificados como artesanos estarían exentos del pago de impuestos de acuerdo a ley del régimen tributario interno. (SRI, 2009).

Tabla 34:

Valor incremental de la propuesta planteada por par de zapato a ser exportado.

DESCRIPCION	PARTIDA	CUESTA PRODUCIR	PRECIO DE VENTA NACIONAL	PRECIO DE VENTA INTERNACIONAL	GANANCIA POR PAR	COSTOS INDIRECTOS NACIONAL	GANANCIA NACIONAL POR PAR	COSTOS INDIRECTOS INTERNACIONAL	VALOR INCREMENTAL POR PAR A NIVEL INTERNACIONAL
Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero.	6403.20	15							
Mayoristas			18,00	23,00	5,00	0,70	4,30	1,75	5,55
Detallistas			20,00	26,00	6,00	0,70	5,30	1,75	8,55
PVP			25,00	30,00	5,00	0,70	4,30	1,75	12,55
Los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.	6403.51	20	PRECIO DE VENTA NACIONAL	PRECIO DE VENTA INTERNACIONAL	GANANCIA POR PAR	COSTOS INDIRECTOS NACIONAL	GANANCIA NACIONAL POR PAR	COSTOS INDIRECTOS INTERNACIONAL	VALOR INCREMENTAL POR PAR
Mayoristas			28,00	35,00	7,00	2,20	4,80	4,25	8,55
Detallistas			32,00	38,00	6,00	2,20	3,80	4,25	11,55
PVP			35,00	40,00	5,00	2,20	2,80	4,25	13,55

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO: Autores

Como se puede observar en la tabla 34 el valor incremental de cada producto oscila entre los 5 dólares hasta los 13 dólares por par de zapato lo cual es beneficioso para cada uno de los pequeños productos ya descontando todos los gastos internos y externos por par, desglosado de la siguiente manera para la partida 6403.20 correspondiente a calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero va a ganar en cada par de zapato vendido a detallistas 8 dólares lo que representa mensualmente a los pequeños productores 60000 dólares mensuales repartido entre los 25 socios y para la partida 6403.51 correspondiente a los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo vendido a los mismo detallistas van a ganar 11 dólares por par lo que representaría mensualmente 82500 dólares de igual manera repartido entre los 25 pequeños socios.

Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto es el resultado de relacionar los flujos descontados con la tasa de oportunidad del capital y la inversión inicial, de manera que se reflejen en valores de hoy los flujos futuros y se calculan sacando la diferencia entre los ingresos y los egresos o en su defecto el flujo neto de caja expresado en moneda actual a través de una tasa de descuento específica.

Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su VAN, es igual o superior a cero, en función de los resultados se puede establecer decisiones tomando como instrumento esta tasa.

- ✓ Si el VAN es \geq a 0 El proyecto es conveniente
- ✓ Si el VAN es = a 0 El proyecto es indiferente
- ✓ Si el VAN es \leq a 0 Se rechaza el proyecto

La siguiente fórmula matemática nos ayudará a determinar el VAN del proyecto.

$$VPN(i) = \frac{\sum_{j=1}^n I}{(1+i)^j} - I_0$$

donde

I = Flujo del Período;

i = Tasa de descuento;

j = Período

I₀ = Inversión Inicial

A continuación el siguiente cuadro muestra el cálculo del VAN para el proyecto, cabe indicar que se tomó la tasa de descuento que es de 5,14% de la tasa pasiva de la información del Banco Central del Ecuador.

Tabla 35

VAN para el calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero.

EL VALOR PRESENTE NETO			
TASA DE DESCUENTO		5,14%	
		(1+i)	
PERIODO (j)	FLUJO	COEF	VA
0	-2787979,20		-2787979,20
1	2843738,78	1,0514	2704716,36
2	2900613,56	1,11	2623940,17
3	2958625,83	1,16	2545576,34
4	3017798,35	1,22	2469552,86
5	3078154,31	1,28	2395799,80
		VAN	9.951.606,33

FUENTE: Investigación propia

ELABORADO: Autores

Tabla 36

VAN para los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo.

EL VALOR PRESENTE NETO		
TASA DE DESCUENTO		5,14%

PERIODO (j)	FLUJO	(1+i) COEF	VA
0	-3714979,20		-3714979,20
1	3789278,78	1,0514	3604031,56
2	3865064,36	1,11	3496397,37
3	3942365,65	1,16	3391977,66
4	4021212,96	1,22	3290676,45
5	4101637,22	1,28	3192400,59
		VAN	13.260.504,43

TIR Económico:

Tasa interna de retorno (TIR)

Tasa que iguala los flujos de ingresos y egresos futuros de una inversión. Corresponde a la rentabilidad que obtendría un inversionista de mantener el instrumento financiero hasta su extinción, bajo el supuesto que reinvierte los flujos de ingresos a la misma tasa.

La tasa interna de retorno o de rentabilidad es el tipo de descuento que hace igualar a cero el VAN, para el cálculo de esta tasa se utiliza el programa Excel que facilita este cálculo tomando como referencia desde el año 0 hasta el año 5 del flujo neto de caja actualizado, la función financiera TIR arroja este dato para la partida 6403.20

TIR 60%

Y para la partida 6403.51 tiene un TIR de:

TIR 50%

Como muestra el TIR del proyecto es del 60%, para la partida 6403.20 y 50% para la partida 6403.51 valores que son mayores a cero, lo que significa que el proyecto es viable, y se acepta este proyecto.

4.1 Conclusiones

- La investigación realizada permitió determinar que el Ecuador si cuenta con oferta exportable de calzado, es así que al formarse la asociatividad en este caso consorcio esta puede incrementarse para satisfacer necesidades de otro país y mejorar la calidad de vida de los pequeños productores de calzado de Tungurahua y sus familias.
- El país meta en este caso es Perú por dos motivos, por la cercanía que tenemos el costo del flete es más económico y la segunda por el precio del calzado que oscila entre los 30-40 dólares.
- Los productores de calzado de cuero están en la capacidad de enfocarse en el calzado de dama porque existe una diversidad de estilos, como zapatos de tacón, sandalias, botas, botines.

- La asociatividad estará conformada por 25 pequeños productores de calzado mismos que aportará cada uno con 5000 dólares, para crear el consorcio de exportación y acopiar la mercadería para ser enviada al Perú.
- Los impactos incrementales se ven reflejados en el precio del producto.
- Otra ventaja de crear el consorcio es que se va a exportar un promedio de 7500 pares mensuales, que individualmente venderían 200 mensuales o menos a nivel nacional.
- El producto de exportación es de calidad, aunque ganaría reconocimiento en el mercado peruano, al reinvertir el 20% de la utilidad del consorcio en obtener normas de calidad ISO 9001.

4.2 Recomendaciones

- Es recomendable aplicar un modelo asociativo en el sector calzado, porque esto permitirá que los productores incrementen sus ingresos y a la vez su producción.
- Impulsar la creación y desarrollo de este sector manufacturero, ya que son empresas que han incitado el ahorro en cuanto a materia prima por contar con curtiembres propias y la inversión por parte de los emprendedores en la creación y desarrollo de los pequeños y medianos productores generando fuentes de empleo que favorecerá a reducir los índices de desempleo y pobreza.
- Se recomienda que los productores de calzado formen el consorcio y de esta manera puedan tener acceso a descuentos en la adquisición de materia prima, insumos e incluso maquinaria, porque esta sería adquirida en volumen y por ende el precio sería menor, que comprar individualmente.

BIBLIOGRAFÍA

(PROMPYME), C. d.-m. (2010). *Oferta exportable*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/cesararroyo/como-exportar-2363018>

ALADI. (2014). *ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN*. Obtenido de <http://www.aladi.org/>

Arimany, L. (noviembre de 2010). *La cadena de valor*. Obtenido de <http://www.luisarimany.com/la-cadena-de-valor/>

BCE. (28 de julio de 2011). *Principales mercados de exportación del Ecuador, % Participación 2010*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/10/PROEC-FC2011-ECUADOR.pdf>

BCE. (09 de SEPTIEMBRE de 2015). *NUEVOS SOLES PERUANOS*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/260-consulta-por-monedas-extranjeras>

Blacutt, M. (2000). *El desarrollo local*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1252/index.htm>

Brito, J. (2013). Obtenido de http://britograndes.blogspot.com/2013_07_01_archive.html

Bruzzone, D. (s.f.). *Economía y fianzas internacionales*. Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/60-ventaja-absoluta-y-ventaja-comparativa>

- Bumeram, S. (2006). *Economía y finanzas internacionales*. Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/60-ventaja-absoluta-y-ventaja-comparativa>
- CALTU. (2014). 22-23.
- CALTU. (2015). Obtenido de <http://www.caltuecuador.com/>
- CAN. (2015). *Acuerdo de Libre Comercio entre Perú - Comunidad Andina*. Obtenido de http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=95&Itemid=118
- CAPIT. (10 de Julio de 2015). *Cámara de la pequeña industria de Tungurahua*. Obtenido de <http://www.pymesecuador.org/cpt-cuero-calz.htm>
- Carbaugh, R. (2009). *Economía Internacional* (Novena ed.). México DF: Cengage Learning.
- Carranza, L. F. (Junio de 2008). *Perfil consumidor peruano*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/57344247/Perfil-consumidor-peruano>
- Carvajal, P. (2010). *PORTER*. Obtenido de http://www.nubelo.com/files/uploadResources/0000084477/portfolioFiles/thumb_TRABAJO_FINAL_CARIBEAN.pdf
- CEI. (Agosto de 2010). *Asociatividad*. Obtenido de http://www.cei.org.ni/images/file/manual_asociativ.pdf

CEI, C. d. (Agosto de 2010). *Asociatividad*. Obtenido de http://www.cei.org.ni/images/file/manual_asociativ.pdf

Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro, P. y. (Marzo de 2011). *FLACSO ECUADOR*. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/wgksn2ckftv2mex9rh3s2uijscz1z8.pdf>

CEPAL. (1999). Obtenido de <http://prebisch.cepal.org/es/sigloXXI/terminos-intercambio>

Cifras, E. e. (2014). Obtenido de <http://visualizador.ecuadorencifras.gob.ec/Directorio/Inicio.swf>

Diccionario de Política Económica. (2014). *Diccionario Económico*. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/dic/E.htm#especialización>

diplomática, O. d. (diciembre de 2014). Obtenido de http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/PERU_FICHA%20PAIS.pdf

Directorio de empresas. (s.f.). Obtenido de <http://visualizador.ecuadorencifras.gob.ec/Directorio/Inicio.swf>

Economía. (Febrero de 2015). *Perú ocupa primer lugar en clima de negocios en América Latina*. Obtenido de http://www.rpp.com.pe/2015-02-12-peru-ocupa-primer-lugar-en-clima-de-negocios-en-america-latina-noticia_768872.html

Ecuador, C. (18 de Julio de 2010). *La industria del calzado en Ambato y en Ecuador.*

Obtenido de <http://www.calzadoecuador.com/component/content/article/2-uncategorised/1-la-industria-del-calzado-en-ambato-y-en-ecuador>

Ecuador, R. d. (2013-2017). *Plan nacional para el buen vivir.* Ecuador.

ecuadorinmediato.com. (19 de agosto de 2010). *Ecuador produce 28 millones de pares*

de zapatos al año. Obtenido de http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=132341&umt=ecuador_produce_28_millones_pares_zapatos_al_ano

Emprendedores. (Agosto de 2014). *Qué es un estudio de mercado.* Obtenido de

<http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

Fernández, N. M. (septiembre de 2008). *Red de Revistas Científicas de América Latina,*

el Caribe, España y Portugal. Obtenido de <https://drive.google.com/viewerng/viewer?url=http://www.redalyc.org/pdf/310/31011437006.pdf>

FitzGerald, V. (27 de JUNIO de 1998). *Publicaciones.* Recuperado el 2014, de CEPAL:

<http://www.cepal.org/publicaciones/xml/9/19229/valpy.htm#15/>

FLACSO. (11 de Marzo de 2011). Obtenido de

<https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/wgksn2ckftv2mex9rh3s2uijscz1z8.pdf>

- Flores, E. (2014). *Ultimas noticias Andes*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/economia/pib-ecuatoriano-acercara-100000-millones-dolares-2014.html>
- Garcia, J. (2007). *Marketing internacional*. Mexico: McGrawhill.
- German, R. (Septiembre de 2012). *NOTICAMARA DE INDUSTRIAS DE TUNGURAHUA*. Obtenido de <http://www.cit.org.ec/files/NOTICAMARA-No.-1.pdf>
- German, R. (Octubre de 2012). *NOTICAMARA DE INDUSTRIAS DE TUNGURAHUA*. Obtenido de <http://www.cit.org.ec/files/NOTICAMARA-No.-2.pdf>
- Guatemala, E. d. (2012). *Perfil del calzado en Costa Rica, El Salvador, Nicaragua y Honduras*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_CALZADO_CENTROAM%C3%89RICA.pdf
- Guerra, G., Panchana , O., & Valdés, C. (2015). Directorio clasificado de empresas. *Cueros, revista técnica, Edición N° 64*, 150.
- Hora, L. (15 de Mayo de 2013). *Financian creación de Centro de Fomento Productivo del Calzado*. Obtenido de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101506764/-1/Financian_creaci%C3%B3n_de_Centro_de_Fomento_Productivo_del_Calzado.html#.VYV82_1_Oko

Hora, I. (6 de junio de 2013). *La industria del calzado renace en el Ecuador, tras crisis de 2008*. Obtenido de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101517340/-1/La_industria_del_calzado_renace_en_el_Ecuador,_tras_crisis_de_2008.html#VQ3StfmG-T8

Hora, L. (6 de Junio de 2013). *La industria del calzado renace en el Ecuador, tras crisis de 2008*. Obtenido de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101517340/-1/La_industria_del_calzado_renace_en_el_Ecuador,_tras_crisis_de_2008.html#VYWT__1_Okp

IDITS, I. d. (Agosto de 2006). *Sector textil*. Obtenido de http://www.idits.org.ar/Nuevo/Servicios/Publicaciones/SectorTextil/Inf_sectorial_textil_2006_Mza-IDITS.pdf

IMCO. (2012). *competitividad*. Obtenido de http://imco.org.mx/videos_es/que_es_competitividad_-_imco/

INEC. (2010). *FASCÍCULO PROVINCIAL TUNGURAHUA*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>

INEC. (2010). *Senso de la población Tungurahua*. Obtenido de Fuente: <http://vototransparente.ec/apps/elecciones->

2014/images/planes_trabajo/TUNGURAHUA/PREFECTO%20Y%20VICEPRE
FECTO//LISTAS%2021-3-7/LISTAS%2021-3-7.pdf

INEC. (28 de Julio de 2011). *Principales ciudades del Ecuador*. Obtenido de
<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/ficha-comercial-de-ecuador-2011/>

INEC. (2011). *Resultados definitivos del V Censo de la población*. Obtenido de
[http://vototransparente.ec/apps/elecciones-
2014/images/planes_trabajo/TUNGURAHUA/PREFECTO%20Y%20VICEPRE
FECTO//LISTAS%2021-3-7/LISTAS%2021-3-7.pdf](http://vototransparente.ec/apps/elecciones-2014/images/planes_trabajo/TUNGURAHUA/PREFECTO%20Y%20VICEPREFECTO//LISTAS%2021-3-7/LISTAS%2021-3-7.pdf)

INEN. (2006). *REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 013:2006*.
Obtenido de
[https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ca
d=rja&uact=8&ved=0CCMQFjABahUKEwj614Kpx43HAhWNEZIKHaLUckA
&url=http%3A%2F%2Faforoenlinea.com.ec%2Fvoc%2FRTE%2520INEN%252
013.pdf&ei=1rS_VfqUKY2jyASiqauABA&usg=AFQjCNFZ-
6U7wEdQJjTC66nknSsvk](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCMQFjABahUKEwj614Kpx43HAhWNEZIKHaLUckA&url=http%3A%2F%2Faforoenlinea.com.ec%2Fvoc%2FRTE%2520INEN%252013.pdf&ei=1rS_VfqUKY2jyASiqauABA&usg=AFQjCNFZ-6U7wEdQJjTC66nknSsvk)

J, J. H. (2011). *Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES ropa de vestir de
curero para exportación*. Obtenido de FLACSO-MIPRO:
[https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/bc0c28zhw1qd44db7yor1
ux67pdzje.pdf](https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/bc0c28zhw1qd44db7yor1ux67pdzje.pdf)

Jácome, H. (11 de Marzo de 2011). *Cadena de producción de calzado*. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/wgksn2ckftv2mex9rh3s2uijpsz1z8.pdf>

Jácome, H. (11 de Marzo de 2011). *Estructura de costos de producción de calzado de cuero*. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/wgksn2ckftv2mex9rh3s2uijpsz1z8.pdf>

LEUKA. (2015). Catalogo de Calzado Peruano. <http://leuka.com.pe/catalogo-damas/index.html#/0>.

Lideres, R. (2012). Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/produccion-calzado-pisa-fuerte-pais.html>

Madrigal, J., & Mora, G. (2004). *Patrones de consumo en Costa Rica*. Obtenido de <http://www.inec.go.cr/A/MS/Encuestas/Encuesta%20Ingresos%20y%20Gastos/Simposio%20de%20Ingresos%20y%20Gastos/Publicaciones/03.%20Patrones%20de%20Consumo,%20cap%C3%ADtulo%202.pdf>

MCIC. (Mayo de 2011). *Agenda para la transformación productiva territorial: Provincia de Tungurahua*. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-TUNGURAHUA.pdf>

MCPEC. (3 de junio de 2014). *MINISTRO RICHARD ESPINOSA INAUGURÓ LA SEGUNDA FERIA INTERNACIONAL DE CALZADO Y COMPONENTES (FICCE) 2014*. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/ministro-richard-espinosa-inauguro-la-segunda-feria-internacional-de-calzado-y-componentes-ficce-2014/>

MCPPEM. (Mayo de 2011). *Agenda para la transformación productiva territorial provincia de Tungurahua*. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-TUNGURAHUA.pdf>

Medina, A. (2010). *El Comercio*. Obtenido de <http://edicionimpresa.elcomercio.com/es/30025736bf00c3c2-8555-4b4b-ae2b-5b4f8ae2358c>

Ministerio de coordinación de la producción, e. y. (Mayo de 2011). *Agenda territorial de Tungurahua*. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-TUNGURAHUA.pdf>

MIPRO. (junio de 2014). *BP. 126 – El MIPRO promueve la innovación del calzado en el austro ecuatoriano*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/bp-126-el-mipro-promueve-la-innovacion-del-calzado-en-el-austro-ecuadoriano/>

MIPRO, M. d. (21 de Marzo de 2014). *Resolución N°008-2014*. Obtenido de [http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-](http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/Resolucion-008_2014.pdf)

[content/uploads/downloads/2014/04/Resolucion-008_2014.pdf](http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/Resolucion-008_2014.pdf)

Moran, R. (22 de Marzo de 2012). *Resolución N°47 Comité de Comercio Exterior*.

Obtenido de [http://comercioexterior.gob.ec/wp-](http://comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/09/RESOLUCION-47.pdf)
[content/uploads/downloads/2013/09/RESOLUCION-47.pdf](http://comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/09/RESOLUCION-47.pdf)

NEGOCIOS, E. D. (s.f.). *TRAMITACION DE LAS EXPORTACIONES*. Obtenido de

[http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-](http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-negocios/comercio-exterior/)
[negocios/comercio-exterior/](http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-negocios/comercio-exterior/)

Noboa, F. (febrero de 2006). *Ventaja competitiva*. Obtenido de

<http://www.fabrizionoboa.net/pdf/fn002.pdf>

Núñez, A. M. (20 de Enero de 2014). *LA JOINT VENTURE CONTRACTUAL EN EL*

ÁMBITO. Obtenido de

https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&ved=0CFUQFjAJ&url=http%3A%2F%2Fwww.reei.org%2Findex.php%2Frevista%2Fnum27%2Farchivos%2Festudio_MICHAVILA_Ana.pdf&ei=62BAVaXaMzLsATz7oD4CA&usg=AFQjCNFTMXjDLTvVmTtcuaWhmbemQ3L4hQ&sig2=n8SL

ONUDI. (2004). *Guía de consorcios de exportación*. Viena: ONUDI.

ONUUDI. (2015). *Consorcio de exportación*. Obtenido de <http://unidoexportconsortia.itcilo.org/es/the-unido-export-consortia-programme-spanish/bfque-es-un-consorcio-de-exportacion>

Ortiz, J. (2006). Guía descriptiva para la elaboración de protocolos de investigación. *Salud en Tabasco*, 530 - 540.

Peña, A. (16 de Octubre de 2012). *Análisis sectorial*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info6.pdf>

Piqué, A. (1982). *Las ideas económicas de Federico List (1789-1846)*. Buenos Aires. Obtenido de http://www.uca.edu.ar/uca/common/grupo12/files/ipel_007.pdf

Porter, M. (Enero de 1999). *Los clusters y la competencia*. Obtenido de <http://www.academia.edu/2918006/Clusters>

Porter, M. (2002). *Ventaja competitiva*. Grupo Patria cultural.

PRODUCCIÓN POR PROVINCIAS DE MAYOR PARTICIPACIÓN, S. P. (2010).

Obtenido de file:///C:/Users/Home/Downloads/4.-Web_Manufactura+y+Miner%C3%ADa+Principales+Ramases+de+Prod.pdf

Producción, M. d. (2015). *Cadena del calzado*. Obtenido de www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/download/66090/320766/version/1/file/descargar.pdf

productor, E. (17 de Julio de 2015). *Ecuador: La producción de cuero disminuye en un 50%*. Obtenido de <http://elproductor.com/2015/07/17/ecuador-la-produccion-de-cuero-disminuye-en-un-50/>

PROECUADOR. (2009). *Cuero y Calzado*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cuero-y-calzado/>

PROECUADOR. (2014). <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cuero-y-calzado/>.

PROECUADOR. (2014). *Sub-partida arancelaria*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/subpartida-arancelaria/>

PROECUADOR. (Febrero de 2015). *Ficha técnica China*. Obtenido de www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/Ficha-Técnica-China-Febrero-2015.pdf

PROECUADOR. (Enero de 2015). *Ficha técnica Perú*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/Ficha-T%3%A9cnica-Per%3%BA-Enero-2015.pdf>

PROECUADOR. (s.f.). *Cuero y calzado*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cuero-y-calzado/>

PROECUADOR. (s.f.). *Cuero y Calzado*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cuero-y-calzado/>

PROECUADOR, T. Y. (s.f.). *Principales destinos de las exportaciones del sector calzado*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/MERCADOS-CALZADO.jpg>

Rica, E. d. (Noviembre de 2013). *Mercado costarricense del calzado*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/614340986rad2C11B.pdf>

Rimary, L. (s.f.). *Cadena de valor*. Obtenido de <http://www.luisarimany.com/sites/default/files/images/cadena%20de%20valor.gif>

Rodríguez, F. B. (Julio de 2008). *Las redes empresariales y la dinámica de la empresa*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512008000200002

Rodriguez, J. C. (2008). *Proyectos de cooperacion*. Obtenido de http://www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf

Rothbard, M. (30 de Abril de 2012). *La ley ricardiana de la ventaja comparativa*. Recuperado el 11 de Enero de 2016, de MISES HISPANO: <http://www.miseshispano.org/2012/04/la-ley-ricardiana-de-la-ventaja-comparativa/>

Salas, L. (21 de Enero de 2014). *Cadena Azaleia proyecta tener 50 tiendas en el 2016.*

Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/negocios/cadena-azaleia-proyecta-tener-50-tiendas-2016-noticia-1704091>

Salinas, V. (2014). *El cuero producción industrial y artesanal en el Ecuador.* Cuenca:

Universidad del Azuay.

Salinas, V. (2014). *Escuela de diseño textil y de moda.* Obtenido de

<https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&uact=8&ved=0CEEQFjAG&url=http%3A%2F%2Fdspace.uazuay.edu.ec%2Fbitstream%2Fdatos%2F3849%2F1%2F10454.pdf&ei=97BaVdDeKcyIsQT3n4GoBg&usg=AFQjCNFKvJjFZnC5g0a8rCzKh-HzJff2bw>

SENPLADES. (2009-2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir.*

SENPLADES. (2009-2013). *PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR.*

Silvia Piñones, L. A. (2006). *Alianzas Productivas en Agro cadenas Experiencias de la*

FAO en América Latina. Obtenido de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/009/ag861s/ag861s00.pdf>

slideshare. (19 de Noviembre de 2010). *Diamante de porter.* Obtenido de

<http://es.slideshare.net/depdepublicaciones/el-diamante-de-porter>

SRI. (23 de DICIEMBRE de 2009). *LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO.*

Recuperado el 23 de DICIEMBRE de 2015, de <http://www.sri.gob.ec/de/servicios-artesanales>

Suárez, J. F. (05 de Febrero de 2014). *Mercado de calzado en Colombia mueve 3,2 billones de pesos*. Obtenido de http://www.elcolombiano.com/mercado_de_calzado_en_colombia_mueve_32_billones_de_pesos-LWEC_280847

TECNICA, P. F. (2015). *Ficha Técnica de Perú*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_ft2015_peru/

TRADEMAP. (s.f.). Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx

TRADEMAP. (2014). *Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx

TRADEMAP. (2014). *Lista de los productos exportados por Ecuador al mundo*. Obtenido de http://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx

TRADEMAP. (2014). *Los demás calzados con suela de cuero natural que cubran el tobillo*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx

TRADEMAP. (2014). *Participacion de los países socios en las importaciones para Perú*. Recuperado el 13 de 01 de 2016, de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_Graph.aspx

TRADEMAP. (2015). Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx

- TRADEMAP. (NOVIEMBRE de 2015). *Lista de los importadores para el producto 6403.20 Y 6403.51.* Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx
- Tungurahua, A. d. (2 de Junio de 2015). *Sector curtidor de Tungurahua se promociona a nivel nacional.* Obtenido de <http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/proyectos-hgpt/produccion/agenda-de-competitividad-de-tungurahua>
- Tungurahua, A. p. (2011). *Ministerio de coordinación de la producción, empleo y competitividad.* Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-TUNGURAHUA.pdf>.
- Tungurahua, C. d. (16 de Octubre de 2012). Obtenido de <http://www.cit.org.ec/files/NOTICAMARA-No.-2.pdf>
- Tungurahua, F. p. (2010). *Resultados del Censo.* Obtenido de Fuente: http://vototransparente.ec/apps/elecciones-2014/images/planes_trabajo/TUNGURAHUA/PREFECTO%20Y%20VICEPREFECTO//LISTAS%2021-3-7/LISTAS%2021-3-7.pdf (INEC, 2011)
- Tungurahua, N. c. (septiembre de 2012*15). Obtenido de <http://www.cit.org.ec/files/NOTICAMARA-No.-1.pdf>

Valenzuela, J. (15 de Septiembre de 2012). *NOTI Cámara de Industrias de Tungurahua*.

Obtenido de <http://www.cit.org.ec/files/NOTICAMARA-No.-1.pdf>

Valenzuela, J. (Septiembre de 2012). *NOTICAMARA DE INDUSTRIAS DE*

TUNGURAHUA. Obtenido de <http://www.cit.org.ec/noticamara.html>

Vásquez, V. S. (2014). *El cuero producción industrial y artesanal en el Ecuador*.

Obtenido de

<https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CB0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fspace.uazuay.edu.ec%2Fbitstream%2Fdatos%2F3849%2F1%2F10454.pdf&ei=7xugVeSDEsbQerzAlrgF&usg=AFQjCNFKvJjFZnC5g0a8rCzKh-HzJff2bw&sig2=p22GmUJCHP>

Veletanga, G. (s.f.). *Economía y finanzas internacionales*. Obtenido de

<http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/71-teoria-de-la-ventaja-absoluta-de-adam-smith>

Villavicencio, L. (26 de Agosto de 2015). (T. Ibadango, Entrevistador)

Villavicencio, L. (26 de Agosto de 2015). Producción de calzado. (T. Ibadango,

Entrevistador)

zapatos, C. y. (2013). *Zapato casual para mujer*. Obtenido de

<http://www.calzadosyzapatos.com/tipos/zapato-casual.html>

Zonaeconomica. (Enero de 2012). *Estudio Financiero*. Obtenido de

<http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>