



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERIA EN FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR
CARRERA: INGENIERIA COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE CUERO CURTIDO (WET BLUE)
HACIA EL MERCADO DE SHANGHÁI-CHINA POR LA EMPRESA
CURTIEMBRE ALDAS, CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE
TUNGURAHUA.

AUTORA:

LILIANA LIZBETH FIALLOS FIALLOS

RIOBAMBA – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certifico que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la señorita Liliana Lizbeth Fiallos Fiallos, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido se autoriza su presentación.

Ing. Franqui Fernando Esparza Paz

DIRECTOR

Eco. Carmita Isabel Ajitimbay Muñoz

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Liliana Lizbeth Fiallos Fiallos, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 17 de Noviembre del 2017

Liliana Lizbeth Fiallos Fiallos

C.C.: 180438866-6

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado a Dios por mantenerme firme en la senda del conocimiento, y no decaer ni rendir mi pensamiento durante este gran esfuerzo que comprendió mi carrera universitaria.

Dedico mi esfuerzo a mi madre, por su espléndido trabajo al ser un complemento de apoyo en cada escalón académico de mi vida. Por brindarme su experiencia y al enseñarme que la constancia, perseverancia y el uso de valores dan sus beneficios, por lo cual he logrado llegar a la culminación de una gran etapa de mi vida y convertirme más que en un profesional en una persona de bien.

AGRADECIMIENTO

Mis agradecimientos primordialmente a Dios por haber permitido otorgarme la oportunidad de concluir satisfactoriamente el trabajo de titulación sin ningún problema en el trayecto, por permitirme levantarme a pesar de las dificultades por la fortaleza y el valor de avanzar cada día más.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, la Facultad de Administración de Empresas, a los docentes de la Carrera de Ingeniería Comercio Exterior, por haber sido fuente de conocimiento que ha permitido alcanzar el logro de mi carrera profesional con su ayuda y apoyo académico incondicional, agradeciendo a mis amigos hermanos y hermanas que a lo largo de mi carrera coseche su amistad que siempre perduraran en mis recuerdos más anhelados de mi vida académica y social; Siendo pilares fundamentales en cada momento de felicidad y tristeza la cual perduraran en nuestros corazones.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido	vi
Índice de tablas	ix
Índice de gráficos.....	xi
Índice de anexos.....	xii
Resumen.....	xiii
Abstract.....	xiv
Introducción	1
CAPITULO I: PROBLEMA	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1 Formulación del problema.....	4
1.1.2 Delimitación del Problema	4
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.2.1 Justificación teórica	5
1.2.2 Justificación practica.....	5
1.2.3 Justificación académica	5
1.2.4 Justificación metodológica	6
1.3 OBJETIVOS	6
1.3.1 Objetivo general.....	6
1.3.2 Objetivos específicos	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN	7
2.1.1 Historia del cuero a nivel mundial.....	11
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	13
2.2.1 Proyecto.....	13
2.2.2 El impacto del proyecto	13
2.2.3 Exportación.....	13
2.2.4 El comercio exterior.....	13
2.2.5 Formas de exportar	14

2.2.6	Riesgos en operaciones de comercio exterior	14
2.2.7	Beneficios del comercio exterior	14
2.2.8	Formas de entrada en los mercados exteriores	15
2.2.9	Barreras al comercio exterior.....	15
2.2.10	Documentos del comercio exterior	16
2.2.11	Ciclo de vida internacional del producto	17
2.2.12	Marketing internacional.....	19
2.2.13	Filosofía del marketing internacional	19
2.2.14	Factores a considerar en la internacionalización	20
2.2.15	Tipos de contratación de negociación internacional (INCOTERMS)	22
2.2.16	La importancia de los distintos tipos de transporte.....	25
2.2.17	Oportunidades globales.....	27
2.2.18	Establecer contactos.....	28
2.2.19	Clientes potenciales	28
2.3	MARCO CONCEPTUAL	29
2.3.1	Planeación de la capacidad	29
2.3.2	Internacionalización productiva.....	29
2.3.3	Oferta	29
2.3.4	Demanda	30
2.3.5	Cuero.....	30
2.3.6	Wet blue.....	30
2.3.7	Curtiembre	31
2.3.8	Logística	31
2.4	IDEA A DEFENDER	31
2.5	VARIABLES	32
2.5.1	Variable independiente	32
2.5.2	Variable dependiente	32
	CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	33
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	33
3.1.1	Cuantitativa.....	33
3.1.2	Cualitativa.....	33
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	34
3.2.1	Investigación de campo	34
3.2.2	Investigación bibliográfica – documental.....	34
3.3	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	35
3.3.1	Métodos	35

3.3.2	Técnicas	35
3.3.3	Instrumentos	38
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		47
4.1	TÍTULO	47
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	47
4.2.1	Panorama mundial	47
4.2.2	Generalidades de la empresa.....	49
4.2.3	Estudio de mercado.....	67
4.2.4	Segmentación de mercado	84
4.2.5	Acceso al mercado.....	85
4.2.5.7.	Partida arancelaria	94
4.2.5.8.	Logística de exportación.....	94
4.2.5.8.4.	Contratación del Seguro.....	98
4.3.	ESTUDIO ANCIERO.....	99
4.3.5.	Inversiones del proyecto	99
4.3.6.	Activo intangible	103
4.3.7.	Costo de ventas- producción.....	108
4.3.8.	Precio FOB	108
4.3.9.	Total inversión.....	109
4.3.10.	Calculo de ingresos y costos proyectados.....	109
4.3.11.	Balance General.....	112
4.3.12.	Flujo de efectivo	113
4.3.13.	Estado de resultados	113
4.3.14.	VAN.....	114
4.3.15.	TIR.....	114
4.3.16.	B/C.....	115
4.3.17.	Periodo de recuperación.....	116
4.3.18.	Punto de equilibrio.....	116
CONCLUSIONES		117
RECOMENDACIONES.....		118
BIBLIOGRAFÍA		119
ANEXOS		121

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Producción de cuero en China	38
Tabla 2: Datos históricos producción (2012-2016)	39
Tabla 3: Proyección producción China.....	39
Tabla 4: Importaciones China (2012-2016).....	40
Tabla 5: Importaciones China datos históricos (2012-2016).....	40
Tabla 6: proyecciones de las importaciones de China.....	40
Tabla 7: Exportaciones partida 4104 (2012-2016)	41
Tabla 8: Exportaciones datos históricos (2011-2015)	41
Tabla 9: Proyección de las exportaciones China	42
Tabla 10: Consumo Aparente histórico (2012-2016)	42
Tabla 11: Consumo nacional aparente proyectado (2017-2021)	42
Tabla 12: Población Shanghái-China	43
Tabla 13: Proyección de la población Shanghái-China	43
Tabla 14: Consumo per-cápita histórico (2012- 2016).....	44
Tabla 15: Consumo per-cápita proyectado (2017- 2021)	44
Tabla 16: Consumo Recomendado	44
Tabla 17: Demanda potencial insatisfecha	45
Tabla 18: Producción de cuero Curtiembre Aldas	45
Tabla 19: Proyección de la producción de la empresa Curtiembre Aldas	46
Tabla 20: Países exportadores de cuero	48
Tabla 21: Países importadores de cuero	49
Tabla 24: F.O.D.A	55
Tabla 22: Clientes	64
Tabla 23: Competencia	65
Tabla 25: Cuero vs cuerina	68
Tabla 26: Segmentación económica	85
Tabla 27: Activo Tangible	100
Tabla 28: Muebles y enseres.....	100
Tabla 29: Terreno.....	100
Tabla 30: edificaciones	101
Tabla 31: Equipo de Oficina.....	101

Tabla 32: Equipo de Computo	102
Tabla 33: Maquinaria y equipos	102
Tabla 34: Depreciaciones.....	103
Tabla 35: Gastos de Constitución	103
Tabla 36: Mano de Obra Indirecta	104
Tabla 37: Mano de obra Directa	104
Tabla 38: Materia Prima	105
Tabla 39: Materiales Directos.....	105
Tabla 40: Materiales Indirectos	106
Tabla 41: Gastos Generales	106
Tabla 42: Gastos de exportación.....	107
Tabla 43: Capital de trabajo.....	107
Tabla 44: Costo de Ventas – Producción.....	108
Tabla 45: Precio FOB	108
Tabla 46: total inversión	109
Tabla 47: Ventas proyectadas FOB	110
Tabla 48: Costo de ventas proyectado	110
Tabla 49: Gastos Generales	110
Tabla 50: Gasto de ventas/FOB	110
Tabla 51: Total inversión de Exportación.....	110
Tabla 52: Capital de Trabajo	110
Tabla 53: Gastos de exportación.....	111
Tabla 54: Gastos Administrativos.....	111
Tabla 55: Balance General.....	112
Tabla 56: Flujo de Efectivo	113
Tabla 57: Estado de Resultados	113
Tabla 58: periodo de recuperación.....	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Logotipo	51
Gráfico 2: Ubicación Planta.....	51
Gráfico 3: Planta de producción	52
Gráfico 4: Distribución de la planta administrativa.....	52
Gráfico 5: Distribución de la planta de producción	53
Gráfico 6: Organigrama estructural de la empresa	54
Gráfico 7: Flujograma de producción	58
Gráfico 8: Bombos.....	59
Gráfico 9: Descarnadora	60
Gráfico 10: Etiqueta de manipulación y marcación.....	63
Gráfico 11: Flujograma de exportación	66
Gráfico 12: Indicadores socioeconómicos	70
Gráfico 13: Balanza comercial total Ecuador – China	71
Gráfico 14: Balanza comercial no petrolera Ecuador – China	72
Gráfico 15: Principales productos exportados por Ecuador a China	73
Gráfico 16: Principales productos importados por Ecuador desde China	73
Gráfico 17: Productos ecuatorianos potenciales para el mercado Chino.....	74
Gráfico 18: Puerto de Shanghái	83
Gráfico 19: China.....	84
Gráfico 20: Termino Incoterm FOB	95
Gráfico 21: Formas de pago.....	96
Gráfico 22: Portal de certificación electrónica	91

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Factura comercial.....	121
Anexo 2: declaración juramentada de origen	122
Anexo 3: Packing List.....	123
Anexo 4: Bill of lading	124
Anexo 5: Símbolos del flujograma	125
Anexo 6: Modelo de Embalaje	126
Anexo 7: Container	126

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo diseñar un proyecto de exportación de cuero curtido (Wet blue), hacia el mercado de Shanghái-China, por la empresa Curtiembre Aldas del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua; que permita conocer la viabilidad del mismo. Se realizó un análisis situacional de la empresa y su capacidad productiva, utilizando instrumentos de investigación como la entrevista al gerente general de la empresa y el análisis de oferta y demanda, se determinó el porcentaje de producción que se destinará al mercado meta y el consumo nacional aparente, además se investigó que la empresa ya tiene cubierto casi el 100% del mercado nacional por lo cual las ventas comienzan a estancarse produciendo excedentes del producto y la caída de precios debido al exceso de oferta ya que los clientes potenciales se han convertido en clientes habituales. Por lo cual se recomienda poner en ejecución el proyecto de exportación presentado ya que mejorará el rendimiento y de esta forma se verá un crecimiento dinámico de la rentabilidad de la empresa, así como la capacidad de respuesta frente a pedidos por parte de los clientes, mejorando la imagen de los productos de Curtiembre Aldas en mercados internacionales.

Palabras Claves: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>
<EXPORTACIÓN> < VIABILIDAD > <PLANIFICACIÓN> <RENTABILIDAD >
<AMBATO (CANTÓN)>

Ing. Franqui Fernando Esparza Paz

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The present investigation aims to design a project of finished leather exportation (Wet blue) toward the market of Shanghai-China by Curtiembre Aldas Company in Canton Ambato, Tungurahua Province, in order to determine its viability. A situational analysis of the company and its productive capacity was done by using research tools such as the interview with the general manager of the Company, and the analysis of supply and demand. The percentage of production that will go to the target market and the apparent domestic consumption was determined. In addition, it was concluded that the company already has covered almost 100% of the national market for which sales begin to stagnate the producing surplus product and the fall in prices due to the excess supply has become potential customers into regular customers. So it is recommended the implementation of the export project presented as it will improve the performance and in this way it will be a dynamic growth of the profitability of the company, as well as the capacity to respond to requests by customers, by improving the image of Curtiembre Aldas Company products in international markets.

KEYWORDS: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <EXPORT>, <FEASIBILITY>, <PLANNING>, <PROFITABILITY>, <AMBATO (CANTON)>.

INTRODUCCIÓN

Las empresas buscan llegar a todo el mundo, y al mismo tiempo adaptarse a las condiciones específicas de cada región, las necesidades en un mundo en constante globalización brindan nuevas oportunidades de negocios, en el cual las barreras comerciales entre países son cada vez más cortas, con mayor facilidad de conexión entre ambas partes para poder internacionalizar productos o servicios alrededor del mundo facilitando oportunidades a emprendedores con ideas innovadoras a potenciales consumidores.

El cuero y los artículos derivados se encuentran entre los productos más comercializados del mundo y provienen de una fuente renovable y fácilmente accesible. Se estima que el comercio internacional de este producto supera los \$EE.UU. 80.000 millones anuales, y se espera que continúe aumentando en consonancia con el crecimiento de la población y el incremento de la urbanización en los países emergentes y en desarrollo.

La producción y el suministro se han trasladado gradualmente de los países industrializados a los países emergentes y en desarrollo, que desempeñan un papel cada vez más destacado en el comercio. Tanto es así que los países emergentes y en desarrollo ya pueden gestionar por su cuenta la totalidad de la cadena de suministro y se convertirán rápidamente en los proveedores más importantes de productos acabados con valor añadido.

El presente documento trata sobre la problemática del proyecto de exportación, tras un estudio exhaustivo se ha determinado la existencia de una sobre oferta de producción factor esencial para la elaboración del proyecto de investigación, donde los clientes potenciales pasaron a ser clientes habituales.

Consecutivamente tratamos acerca de la contextualización de los fundamentos teóricos y conceptuales, sobre las diferentes teorías referentes al tema del proyecto de exportación.

Posteriormente se desarrolla el marco metodológico que permite conocer los métodos, técnicas e instrumentos que se utilizara como la entrevista y el análisis de oferta y demanda que permitió conocer la cantidad de producto que vamos a exportar.

Finalmente se trata una propuesta del medio adecuado para ingresar el producto hacia el nuevo mercado meta, así como el estudio financiero en el que se realizaron las proyecciones correspondientes a los primeros 5 años de funcionamiento de la empresa.

CAPITULO I: PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La globalización ha sido un sistema de controversiales puntos de vista, unos lo condenan otros lo aprueban; sin embargo, no se puede negar que de una u otra manera ha contribuido al crecimiento económico, siendo así el comercio exterior una vía de acceso al primer mundo.

El cuero y los artículos derivados se encuentran entre los productos más comercializados del mundo y provienen de una fuente renovable y fácilmente accesible. Se estima que el comercio internacional de este producto supera los 80.000 millones anuales según datos de Legiscomex. En los últimos años el gobierno ecuatoriano ha enfocado sus esfuerzos al desarrollo sustancial del país mediante la exportación de materias primas y elaboradas de productos no tradicionales como frutas, textiles, cuero entre otros.

Según datos de Pro Ecuador en el país la industria de curtido de pieles es una rama productiva de perspectivas sobresalientes debido a que la evolución de la tecnología, la diversificación de la cadena productiva y los diferentes avances en cada una de estas etapas han permitido aumentar la competitividad del proceso, el resultado se puede observar en el progresivo aumento anual en la exportaciones ecuatorianas ascendiendo a \$FOB 38,9 millones, ofreciendo cada vez más artículos de mejor calidad a precios más competitivos en lo referente a mercados internacionales.

Tungurahua es la provincia donde se concentra la mayor cantidad de curtiembres del país, cada día más curtidurías se especializan en la producción de cuero “Wet blue” un cuero curtido al cromo con alto contenido de agua y sin ningún tratamiento posterior, una variedad de artículo de comercio de pieles que por motivos de ventajas económicas y ecológicas genera un gran número de transacciones.

Curtiembre Aldas ha centrado sus esfuerzos en un segmento que ha tenido un crecimiento importante en los últimos años, no obstante, el mercado local se encuentra saturado realidad que afecta a la empresa ya que los clientes potenciales de cuero se han convertido en clientes habituales, imposibilitando incrementar la cantidad total de cuero que se pueda vender para seguir estimulando la demanda cuando ya está cubierto en casi el 100%. Por lo cual las ventas comienzan a estancarse produciendo excedentes del producto y la caída de precios, debido al exceso de oferta de cuero curtido “Wet blue”, por ello la manera que se ha considerado para aumentar las ventas es incursionar en los mercados internacionales.

Por tal razón se ha contemplado la posibilidad de ubicar el producto en el mercado chino ya que es considerado como el mayor importador, exportador y comercializador de pieles en el mundo, principalmente de pieles en bruto importando un 18% del total a nivel mundial siendo el primer país de destino de las importaciones según datos de Comtrade.

1.1.1 Formulación del problema

La realización del proyecto de exportación permitirá ejecutar la exportación de cuero curtido (Wet blue) en la empresa Curtiembre Aldas, ubicada en el Cantón Ambato, provincia de Tungurahua, hacia el mercado de Shanghái-China.

1.1.2 Delimitación del Problema

La elaboración del proyecto de exportación se aplicó a la sección de cuero de la empresa Curtiembre Aldas, ubicada en el Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua, República del Ecuador, Sud América.

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Justificación teórica

La participación en la investigación fue elaborar un estudio de mercado de Shanghái-China para la exportación de cuero curtido Wet Blue, analizando y determinado las variables que incidieron en los consumidores del producto que se va a ofertar en el mercado.

Este proyecto permitió conocer si las características y especificaciones del producto correspondiente a lo que desea adquirir el mercado potencial, también se determinó que tipo de clientes son los interesados en el producto, además de las expectativas que tiene el mercado de Shanghái. El estudio nos proporcionó la información necesaria para acceder al mercado meta.

1.2.2 Justificación practica

Al elaborar el proyecto de exportación contribuye a la empresa a crecer de manera competitiva, a transmitir una mejor imagen ante todos los agentes que se relacionan con la empresa, clientes, proveedores, inversores, aumentando el prestigio y la reputación de la empresa tanto a nivel nacional como internacional además de mejorar la productividad de la organización, de forma que la empresa pueda consolidarse y expandirse hacia mercados internacionales y aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado, permitiendo así al investigador crecer como profesional y a la empresa a determinar la viabilidad de exportar cuero curtido “Wet blue” hacia el mercado de Shanghái-China.

1.2.3 Justificación académica

La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, exige la elaboración de un trabajo de investigación, que justifique los conocimientos adquiridos en relación con la práctica, previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior.

Para cumplir este cometido se elaboró un proyecto de exportación de cuero curtido (Wet Blue) hacia el mercado de Shanghái-China que permitió dar solución al problema

expuesto anteriormente, y a la vez permitió poner en práctica los conocimientos adquiridos y ganar experiencia en el desarrollo del proyecto.

1.2.4 Justificación metodológica

El estudio para esta investigación se basó en dos métodos tales como:

Deductiva: ya que partimos de datos generales para llegar a una conclusión, por que partimos de la recopilación de datos estadísticos validos de los cuales pueden deducirse varias suposiciones e información de comercio exterior existente.

Inductiva: partimos de un análisis general a la especificación de la demanda y oferta del producto. Esto seguido de una fase exploratoria, la que nos permitió realizar una investigación técnica, es decir, analizar la situación de empresas dedicadas al curtido de pieles, el lugar de la infraestructura, el tamaño del equipo y maquinaria adecuada y finalmente se analizó la información recopilada para plantear la propuesta financiera, organizacional y de exportación.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

Diseñar un proyecto de exportación de cuero curtido (Wet blue) hacia el mercado de Shanghái- China por la empresa Curtiembre Aldas, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.

1.3.2 Objetivos específicos

- Construir los fundamentos teóricos y conceptuales del proyecto de exportación de cuero curtido (Wet blue) que sustenten la investigación.
- Diagnosticar la situación actual de la empresa en la producción de cuero para la exportación.
- Desarrollar la propuesta del proyecto de exportación de cuero húmedo (Wet blue) hacia el mercado chino.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se muestran algunos trabajos investigativos realizados anteriormente que tiene relación a la presente investigación y sirvieron como fuente bibliografía y referencia para el desarrollo de este proyecto de investigación.

TEMA: LA CALIDAD DEL PRODUCTO Y LA IMAGEN CORPORATIVA EN LA CURTIEMBRE ALDAS DE LA CIUDAD DE AMBATO

Autora: Rosa Soledad Lizano Sánchez

Universidad: Universidad Técnica de Ambato

Febrero, 2014

Resumen ejecutivo

Curtiembre Aldas es una empresa de la ciudad de Ambato que se dedica a la producción y comercialización de pieles de res hace más de 25 años, la cual ofrece a sus clientes una gran variedad de productos en cuero para la elaboración de calzado. En la actualidad se ha visto un gran crecimiento de este sector por lo que surge la necesidad de ofrecer productos de alta calidad que satisfagan la necesidad de los consumidores.

El presente trabajo de investigación tiene por objeto el contrastar la calidad del producto y cuál es la incidencia que tiene en la imagen corporativa de la Curtiembre Aldas, todo ello mediante una exhaustiva investigación de campo y bibliografía las mismas que han aportado de manera significativa y se puedan establecer resultados claros de la situación actual de la empresa en cuanto se refiere a los procesos de producción que actualmente maneja la empresa.

Una vez que se ha establecido la situación actual de la empresa se procede a realizar un mejoramiento de procesos con una metodología de fácil uso y aplicación, permitiendo que la sociabilización con todos los colaboradores de la Curtiembre Aldas.

Así mismo una vez mejorado y definido un proceso eficiente se procede a realizar un plan de marketing el mismo que permitirá establecer dar a conocer el proceso mejorado para beneficio de todos los clientes, fomentando una adecuada imagen corporativa de Curtiembre Aldas logrando un crecimiento sostenible en ventas y que la empresa pueda mantenerse en la línea de tiempo.

Para finalizar hay que destacar la importancia que tiene el mejoramiento de los procesos en un mercado globalizado, es necesario desarrollar una ventaja competitiva que sea un valor diferenciador con relación a la competencia, todos los cambios son positivos y ello incide de manera positiva a la imagen corporativa de una empresa.

Análisis

El presente trabajo es una investigación de calidad del producto que fue de gran ayuda en el desarrollo de la investigación puesto que estudia todo lo referente a mejoramiento de procesos de producción, la marca y la imagen corporativa de Curtiembre Aldas.

Además, el autor del mismo señala lo relevante que es la calidad del producto para poder incursionar en el mercado internacional en lo que está enfocada la investigación para poder reducir inconvenientes al momento que se presente la exportación.

TEMA: PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE CALZADO CASUAL PARA NIÑOS DESDE LA COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL DE CALZADO PENIPE, CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO HACIA SANTIAGO DE CHILE PARA EL 2015-2016

Autor: Bertha Mercedes Padilla Méndez

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Febrero, 2015

Resumen ejecutivo

El presente proyecto con el título proyecto de exportación de calzado casual para niños desde la cooperativa d producción industrial de calzado Penipe, Cantón Penipe, Provincia de Chimborazo hacia Santiago de Chile para el 2015-2016, se desarrolló con

el propósito de evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera para la exportación de calzado de niños. Ya que en la actualidad la empresa busca incursionar en un nuevo mercado. Se analizó la demanda, oferta, márgenes de utilidad y el retorno de la inversión. En la parte de la demanda de calzado se cubrirá con la producción de 1150 pares mensuales, el cual cubrirá parte de la demanda insatisfecha. La distribución directa se dará mediante la Comercializadora de calzado y vestuario GOTTA Ltda. Se aplicó la metodología cuantitativa, exploratoria y descriptiva lo cual permitió identificar las condiciones del contexto global. La evaluación económica y financiera determinó la rentabilidad, contacto con la liquidez suficiente para cumplir con las obligaciones, donde la TIR genera una renta del 46,88% el VAN de 539.148. Se observó la capacidad instalada y localización de la planta es adecuada y la empresa debe continuar innovando la maquinaria acorde a las necesidades.

Análisis

El presente trabajo de investigación es un proyecto de exportación el cual aporta de manera relevante al presente proyecto ya que el producto es un artículo derivado del cuero y aporta con información acerca de los procesos de curtido del cuero, información de cómo incursionar en los mercados internacionales, así como el análisis de posibles amenazas y riesgos que puedan poner en peligro la inversión.

TEMA: EVALUACIÓN DE LOS NIVELES DE RUIDO EN LA EMPRESA CURTIEMBRE ALDAS

Autor: Denis Adrián Moyano Cevallos

Universidad: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Julio, 2016

Resumen ejecutivo

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad evaluar los niveles de presión sonora existentes en la Empresa Curtiembre Aldas, dedicada al proceso de convertir la piel de ganado vacuno en cuero, para planear medidas de control, y así disminuir la contaminación acústica a la que está expuesto el personal involucrado en el proceso

productivo y administrativo, con el fin de prevenir posibles enfermedades profesionales o accidentes laborales.

La identificación de peligros se realiza en todos los puestos de trabajo que en su totalidad son 43, y mediante la estimación de riesgos, basado en la matriz de evaluación de riesgos NTP 330, se establece los niveles de intervención o actuación en los puestos más críticos.

La medición de ruido utilizando un sonómetro integrados certificado, permite cuantificar los niveles de contaminación sonora en cada una de las actividades realizadas por el personal, y evaluarlos siguiendo procedimientos, guías y notas técnicas, reconocidas a nivel nacional e internacional, como son las propuestas por el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo (INSHT).

La estrategia de medición seleccionada es la “basada en la tarea”, y el tratamiento posterior de resultados de las mediciones se las sobrellevo con el uso de las notas técnicas NTP 950, NTP 951, NTP 952, para finalmente comparar los resultados obtenidos con el límite máximo de presión sonora de 85 dB(A) establecido por el decreto ejecutivo 2393 del Ministerio de Trabajo del Ecuador.

De acuerdo a la información recopilada de las mediciones de los niveles de ruido, se obtiene que existe contaminación acústica en un 9% de los puestos de trabajo, en los cuales sobrepasan los límites permisibles, siendo necesario proponer medidas técnicas u organizativas que disminuyan los riesgos por exposición al ruido, tales como planes de mantenimientos preventivos y correctivos de la maquinaria y equipos utilizados, límite de tiempos de exposición, uso de equipo de protección auditiva y planes de capacitación para la formación e información a los trabajadores

Análisis

La presente investigación es un trabajo que trata acerca de niveles del ruido que causa la maquinaria que utilizan los trabajadores dentro del proceso productivo del cuero pero que conjuntamente menciona información interna y externa acerca de Curtiembre Aldas

por lo cual fue de gran beneficio para la realización del presente proyecto de exportación.

2.1.1 Historia del cuero a nivel mundial

El uso de la piel animal para los humanos fue en la prehistoria, cuando un humano se cubrió con la piel de un oso que había matado. Poco a poco para el humano antiguo fue cuestión de sobrevivir al hecho aprender a preservar la piel de los animales que cazaba para cubrirse y protegerse del frío. Fue gracias a animales muertos cerca de la playa que los humanos empezaron a darse cuenta de la preservación de la piel de los animales a través de la sal y así de esta manera se fue descubriendo nuevas maneras de conservar la piel animal a través del secado al sol y la preservación mediante el humo del fuego.

Ya en el periodo paleolítico los humanos descubrieron otra manera de conservar la piel mediante la técnica de sumergir la piel animal en pantanos o poner a secar en la corteza de los árboles directamente.

En el periodo neolítico se procede a utilizar el cuero tinturado como vestimenta, dando vida a sandalias, bolsos, brazaletes y cuerdas. El cuero adquiere un estatus de lujo al ser usado como adornos estéticos. Las pieles ya no solo procedían de los animales de caza sino también de los animales que criaban para su alimentación, además empezaron a dominar nuevas técnicas de teñido del cuero a base de pigmentos naturales procedentes de las plantas.

Los aborígenes americanos tuvieron un amplio conocimiento del cuero cuando los primeros blancos arribaron a sus costas, eran las mujeres aquellas que separan el pelo de las pieles. De esta manera el cuero resistía la humedad y recuperaba la suavidad de la misma. El cuero fue la primera vestimenta humana usada en climas extremos de frío. Los anglosajones elaboraban escudos y pantalones de cuero. Continuando con nuestro pasado, en la actualidad se realizan los más diversos artículos de cuero como un simple llavero hasta majestuosas obras de arte.

Conocemos que los hebreos curtían el cuero como corteza de roble, se cree que lo asimilaban mientras estaban en Egipto, demostrando en sus tumbas se hallaron sandalias

y otros productos de piel, que confirman que hace más de tres mil años ya se conocía al cuero.

Los griegos lo usaron al deducirse en los poemas homéricos. Los orientales sabían de la existencia del cuero mucho antes de inventar un sistema de escritura.

En la edad media la piel fue usada por los romanos en sus tropas, esclavos y gladiadores como símbolo de poder que mantenía esta sociedad en las épocas frías del año.

Durante el siglo XIV en España, las pieles lograron una gran importancia para esta sociedad, perfeccionando los procesos de curtición y teñido de piel adquiridos por los musulmanes, que ya en el siglo XVII se conocía en toda Europa a los cueros curtidos en toda España.

En el siglo XVIII a través de la revolución burguesa obtuvo una nueva época de esplendor el cuero, donde empezó a ser comercializado dando como beneficio grandes resultados monetarios.

Durante el siglo XIX se descubrieron nuevas formas de curtir la piel animal mediante nuevos extractos como es el cromo y el aluminio que fue parte vital de la innovación en este campo.

Los periodos más frágiles para la industria de la curtición de pieles animales datan de las épocas de guerra y pos guerra, pero sin embargo esto trajo la mecanización de los procesos y la innovación en este campo que permitiría más adelante avances sumamente significativos.

Actualmente existen materiales sintéticos para curtir además de nuevas y renovadas maquinarias que permiten en la medida de lo posible mecanizar el proceso de curtición de las pieles animales, sumado al avance de la ingeniería, la electrónica y la química, consiguen como resultado final, cuero de la más alta calidad en un periodo menor de tiempo, optimizando todos los recursos.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Proyecto

Una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Surge como respuesta a la concepción de una idea que busca la solución de un problema o la forma de aprovechar la oportunidad de negocio. (Arias, 2006)

2.2.2 El impacto del proyecto

Al seleccionar un proyecto consiste en evaluar proyectos potenciales y luego decidir cuál de ellos debe derivar en su implementación. Los beneficios y las consecuencias, las ventajas y desventajas, los pros y contras de cada proyecto deben considerarse y evaluarse. Los proyectos pueden ser cuantitativos y cualitativos, tangibles e intangibles. Los beneficios cuantitativos podrían ser financieros, por ejemplo, un aumento en las ventas o una reducción en los costos. También pueden Desarrollar un conjunto de criterios para evaluar el proyecto. Estos criterios probablemente incluirán los factores a tratarse en las empresas. (Gido & Clements, 2012)

2.2.3 Exportación

“Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente”. (SENAE, 2012)

2.2.4 El comercio exterior

El comercio exterior no es una nueva moda del siglo XXI, es tan antiguo como cualquier actividad comercial. El comercio exterior, como cualquier otra relación comercial, está basada en el intercambio de mercancías y de servicios entre empresas ubicadas en diferentes países (entre residentes y no residentes). Cuando se habla del intercambio entre naciones el concepto recibe el nombre de Comercio Internacional. (Martín & Martínez, 2012)

2.2.5 Formas de exportar

La exportación directa: “significa que un productor o proveedor vende su producto directamente a un mercado internacional.”.

La exportación Indirecta: Es la exportación realizada mediante intermediarios independientes que se hacen cargo de todos los trámites. (Generalitat Valenciana, 2011)

2.2.6 Riesgos en operaciones de comercio exterior

- a) **Riesgos Políticos:** Son aquellos basados en el criterio de casualidad en donde ni el comprador ni el vendedor son responsables de la aparición del siniestro (la aparición real del riesgo) que impiden el pago y el cobro de la operación de comercio exterior. Son los riesgos de guerras, revoluciones, acontecimientos catastróficos (Desastres naturales como huracanes, etc.) impedimento de salida de divisas del país.
- b) **Riesgos comerciales:** Son los relacionados con la obligación de pago, fundamentalmente es el impago por parte del importador por motivos propios.

Tanto los riesgos comerciales como los políticos pueden ser minimizados mediante la contratación de un seguro que cubra dichos riesgos. En la actualidad existen varias compañías de seguros que ofrecen diferentes pólizas en función del país. (Martín & Martínez, 2012)

2.2.7 Beneficios del comercio exterior

Según (Fonseca & García, 2004) en términos generales, puede decirse que los países se benefician con el comercio exterior. El intercambio representa la posibilidad de que los habitantes de un país puedan disfrutar de artículos que no producen, ya sea por otras condiciones del país en el que habitan.

Los estudios de la ciencia económica han elaborado teorías que tratan de explicar las causas y los efectos del comercio exterior en el desarrollo económico de las diferentes naciones. Con frecuencia se argumenta que el comercio es desigual y que beneficia a los países ricos en perjuicio de los países pobres.

2.2.8 Formas de entrada en los mercados exteriores

Una de las decisiones claves que debe tomar el departamento de marketing o la empresa que quiere expandir su actividad hacia mercados exteriores es la elección de la forma de entrada más apropiada en cada uno de ellos.

Las formas de entrada que adopte la empresa tiene unos efectos directos sobre los resultados que se obtendrán en los distintos mercados, ya que los recursos empleados, los riesgos que se asumen y el control de las operaciones será distinto para cada tipo de opción. La selección de las formas de entrada también condiciona el plan de marketing.

Las variables que la empresa ha de considerar y ponderar las formas de entrada más adecuado para cada mercado son los de dos tipos:

Variables internas: objetivos, tipo de producto, recursos disponibles, grado de internacionalización.

Variables externas: competencia internacional, barreras, características del mercado, riesgo del mercado.

Cada una de las formas requiere una determinada inversión, un determinado grado de compromiso con el mercado y un determinado grado de control sobre las decisiones de marketing internacional. (Martín & Martínez, 2012)

2.2.9 Barreras al comercio exterior

A pesar del gran desarrollo del comercio exterior y el proceso de globalización en el que todas las naciones están inmersas existen unos obstáculos que impiden o dificultan la relación de intercambio de bienes, servicios y capitales. Estas barreras son establecidas por los países en función de sus intereses y objetivos. Unas barreras se establecerán con objetivo de salvaguardar la economía del país y otras por el contrario serán con fines recaudatorios del estado. (Martín & Martínez, 2012)

2.2.10 Documentos del comercio exterior

Una de las características fundamentales que definen el comercio exterior es el uso de diferentes documentos y que se generan en cada operación.

2.2.10.1 Documentación necesaria para exportar

Factura comercial

Es el documento comercial más importante en el flujo de documentos de una operación de exportación. Lo emite el exportador, una vez confirmada la operación de venta, para que el comprador satisfaga el importe de los productos y servicios que se suministran.

Además, es un documento contable que se utiliza como base para aplicar los derechos arancelarios al paso de las mercancías por las aduanas.

Factura proforma

Es un documento provisional emitido por el exportador con la finalidad de que el comprador disponga de información completo sobre elementos que componen la operación.

Cuando las relaciones entre ambos son habituales la factura pro forma sustituye a la oferta comercial en la cual el exportador propone el precio y las condiciones de venta de la operación.

Lista de empaque (packing list)

Es un documento de control, emitida por el exportador, para detallar todos los bultos, cajas, fondos o paquetes que componen una expedición, así como el peso y contenido de cada uno, identificándolos con un número o referencia. Uno de los objetivos de este documento es facilitar la labor de inspección y reconocimiento de los bultos que comprende el embarque y que figuran en la factura comercial.

Certificado de origen

El certificado de origen es el documento que permite a un importador o exportador manifestar el país o región de donde se considera originaria una mercancía, ya sea porque esta haya sido suficientemente transformada, integrándole a través de procesos productivos el suficiente valor agregado para considerarlo como totalmente fabricado de dicho país o región.

Certificado CCC (China Compulsory Certificate)

CCC certificado obligatorio de China, es una certificación de estandarización de calidad de productos, esta certificación aplica para productos importados únicamente a China, esto quiere decir que cualquier producto importado que requiera esta certificación solo podrá ser comercializado en China. (Bush, 2005)

2.2.11 Ciclo de vida internacional del producto

El ciclo de vida del producto es un concepto de gran importancia en el proceso de comercialización del mismo, en tanto que el comportamiento del mercado, la situación del entorno y la competencia cambien a lo largo del tiempo en el que el producto se comercializa. Cambios estos que condicionan el diseño y afectan al desarrollo de la estrategia de marketing.

El ciclo de vida del producto está basado en el propio ciclo de vida de los seres vivos dotándoles así de una propia personalidad. El saber y conocer cuando se van a producir los cambios en el entorno que determinen esa evolución dará a la empresa la posibilidad de ir adaptando su mix al mercado internacional.

Introducción: en esta fase comienza a distribuirse el producto por primera vez, es decir, el producto se lanza al mercado por primera vez, es inédito. El mercado no conoce la existencia del producto ni de las necesidades que satisface ni la utilidad del mismo: (¿y esto para qué sirve?). Los competidores, por tanto, son escasos, por no decir inexistentes. Aquí las ventas se inician y crecen muy lentamente, siendo los beneficios prácticamente inexistentes a lo largo de la fase.

El mercado no conoce el producto y por tanto hay que hacer un gran esfuerzo y darlo a conocer para captar los primeros clientes mediante una fuerte promoción.

Crecimiento (o desarrollo): cuando el producto empieza a ser aceptado, supera la fase de introducción y las ventas aumentan rápidamente, así como la demanda del producto. Es en esta etapa cuando se posiciona la filosofía de intercambio de la empresa exportadora en un enfoque producción o de ventas.

La competencia, atraída por las oportunidades del negocio, se intensifica, siendo muy importante como reaccionar a ella. La inversión en promoción sigue siendo elevada, pues la comunicación pasa a ser más persuasiva, intentando diferenciar al producto

Madurez: llega un momento en que el crecimiento de las ventas es prácticamente nulo y que, incluso, llegan a descender. La gran mayoría de los consumidores ya han probado el producto y las ventas se mantienen, es decir, se estabilizan por las reposiciones del producto.

Los beneficios empiezan a declinar, las existencias aumentan, la capacidad de producción excede a la demanda y empiezan a desaparecer los competidores más débiles. Se entra en la filosofía de la relación de intercambio basada en las ventas. El producto ya no satisface las necesidades tal y como lo hacía en su anterior etapa.

La competencia en precios en esta fase es muy fuerte, produciéndose una baja continua en los mismos. Por su parte, la inversión en publicidad empieza a disminuir y la estrategia se centra en la diferenciación de los competidores y la preservación de la lealtad de la marca.

La fase de madurez es la más larga del ciclo de vida del producto, y su duración puede alargarse aún más llevando a cabo determinadas estrategias

Declive: llega un momento en que las ventas comienzan a descender y los beneficios tienden a desaparecer. Desaparece competencia, los precios se estabilizan e incluso pueden llegar a subir en cuanto disminuya más la oferta por la desaparición de competidores.

La disminución de las ventas puede deberse a avances tecnológicos, cambios en los gustos y modas, pérdida de competitividad, aparición de productos alternativos más económicos, duraderos, seguros o con prestaciones superiores, etc.

La decisión de retirar definitivamente el producto del mercado o de mantenerlo durante más tiempo dependerá de las posibilidades de situación por otro más rentable, de rediseñar el producto actual, de encontrar nuevos usos o atraer nuevos usuarios.

Si la empresa mantiene su filosofía de marketing diseñara, fabricara o comercializara nuevos productos volviendo a repetir el ciclo de vida del producto. (Martín & Martínez, 2012)

2.2.12 Marketing internacional

Para Martin M. y Martínez R, (2012). “El marketing internacional es la parte central y fundamental del comercio exterior, y sobre la que se centra y se estructura la estrategia de internacionalización de una empresa”. Mientras (Quintana Ana) opina que “El mundo se está convirtiendo en un mercado común, con productos y estilos de vida similares, y donde las empresas compiten globalmente para crecer e incrementar o sostener sus ventajas competitivas. Para ajustarse a esta realidad, el responsable de marketing debe ampliar sus conocimientos y su campo de acción, para incluir ahora la dimensión internacional y abarcar las nuevas fronteras de la organización”.

Es así que el marketing internacional se basa en estrategias bien definidas que permiten conquistar mercados externos, a su vez proporciona a la empresa ventajas competitivas necesarias para su sostenibilidad y crecimiento.

2.2.13 Filosofía del marketing internacional

Para poder entender y situar la importancia del marketing internacional es necesario partir del propio concepto de marketing. El marketing ha existido desde siempre, sin embargo; no deja de ser un concepto estudiado y analizado en nuestra historia más contemporánea surgido al ir evolucionando la relación de intercambio: Relación de intercambio basada en la producción; se daba (todavía se produce en diferentes sectores económicos o países en cuanto a la existencia de monopolios) cuando existían una

mayor demanda que oferta. De tal manera que el objetivo de las empresas era producir un mayor número de unidades de producción posibles porque todas son vendidas. A mayor producción mayores ventas y mayores beneficios. Se producen productos con un mismo color o un mismo tamaño. En esta relación de intercambio, la opinión del comprador no es valorada y el vendedor es el que manda en la relación de intercambio. Es el quien determina las condiciones y la funcionalidad de la relación de intercambio.

2.2.14 Factores a considerar en la internacionalización

La empresa se ve en la necesidad de adoptar una decisión entre salir al exterior o permanecer en el mercado interno. Antes de tomar la decisión de introducirse en el mercado internacional, se deben de tener en cuenta una serie de factores internos y externos:

Factores internos

- **La dirección:** la flexibilidad de la dirección para adaptarse al mercado objetivo es crucial para poder satisfacer las necesidades del mismo. Además, su labor como motivadora y coordinador es elemental a la hora de obtener el máximo rendimiento de todo el personal local y en el extranjero.
- **La estructura organizativa:** la empresa ha de tener la estructura adecuada para poder abarcar una expansión, bien centralizando en la matriz o empresa madre, o bien descentralizando en unidades independientes para cada mercado o área geográfica. Por otra parte, debe proveerse de la estructura de personal e infraestructura adecuada si decide producir en el país de origen para luego exportar.
- **Tecnología:** las tecnologías similares en el sector pueden ayudar a desarrollar acuerdos de cooperación o fusiones entre empresas de distintos países, intercambiándose entre ellos conocimientos y experiencia. También está el caso de la expiración de patentes con la consecuente imitación, que puede ser contrarrestado con la concesión de licencias en otros países, o de la intención de la empresa por amortizar sus gastos de investigación y desarrollo (I+D).

- **La situación de la demanda local:** la existencia de mercados locales maduros favorece la decisión de internacionalización, reorientando los productos en etapas de declive hacia otros mercados aún no saturados o vírgenes.
- **La situación de la competencia local:** en mercados saturados, con una fuerte competencia o con acuerdos comerciales entre empresas, donde casi es imposible incrementar la cuota de mercado, la internacionalización se ve como una salida para incrementar la producción, disminuir los costes unitarios por las economías de escala y conseguir así una mejor posición competitiva. En algunas ocasiones la razón para la internacionalización es debilitar la competencia, caso que ocurre entre Pepsi y Coca Cola.
- **La estrategia de comunicación:** analizar si es imperativo para la imagen de marca el comercializarse en otros países o a nivel mundial.

Factores externos

- **La distancia geográfica y los factores climatológicos:** la proximidad geográfica entre mercados o los problemas y los costes derivados del transporte y del paso por diversos países, junto con el grado de conexión entre países vía tierra, aire, mar, o vía información, son condicionantes a la hora de decidir ir al exterior. Para algunos productos el factor climatológico es esencial (bikinis, aire acondicionado, helados, etc.).
- **Los factores socio-culturales y demográficos:** las actitudes de la gente hacia otros países, nacionalismos, el idioma (países con lengua o cultura común son de más fácil acceso), la religión, los símbolos utilizados (en la India el blanco y el negro en bodas tienen una connotación negativa), la educación (en África un porcentaje muy elevado de gente no sabe leer), la estética (música, arte y drama van a tener importantes implicaciones en el diseño, los colores y la música utilizada en los anuncios). La situación de la pirámide poblacional, la diferencia entre clases sociales y sus rentas, el índice de natalidad, etc.
- **La política gubernamental:** leyes, estabilidad política, leyes laborales, la política exterior, de inversión extranjera, incentivos a la importación, las cuotas de entrada,

los impuestos y tarifas de entrada. Algunos países como Cuba o China presentan restricciones a la entrada de empresas de determinados países.

- **La situación económica:** los niveles de inflación, tan común en Argentina, la devaluación de la moneda y tipos de cambio, los acuerdos comerciales con otros países, la política monetaria, etc.
- **Los recursos locales:** la existencia de materias primas, energía y mano de obra (en calidad y cantidad), la disponibilidad de directivos locales con formación internacional.
- **La existencia de infraestructura:** analizar si el país posee la infraestructura necesaria en cuanto a transportes y comunicaciones, telecomunicaciones (teléfonos, faxes, ordenadores), tecnología, locales, y canales de distribución para poder comercializar nuestro producto o servicio.
- **La necesidad de realizar una investigación de mercado apropiada:** estimación del mercado y de los beneficios potenciales, de la tendencia del mercado, de la estacionalidad de las ventas, estudio de las diferencias regionales, el nivel de aceptación del producto, de percepción de la calidad, los cambios necesarios para mantener el producto al día, el grado de competencia en el sector, la dinámica de precios, la disponibilidad de canales de distribución (tan difíciles de conseguir en mercados como el japonés).
- **La necesidad de acompañar al cliente en su internacionalización:** debido a los vínculos empresa cliente y la confianza generada, muchas empresas se ven “formadas” a seguir a su cliente en su expansión. Este es el caso de algunos servicios de consultoría o auditoría. (Rave & Gómez, 2008)

2.2.15 Tipos de contratación de negociación internacional (INCOTERMS)

Los Incoterms son términos utilizados mundialmente en el comercio exterior, que deben ser estrictamente aceptados por el Importador o Exportador para definir las condiciones de un contrato internacional. (Aduanera, 2009)

Los siguientes Incoterms que serán mencionado son lo que están vigente en el Ecuador son los siguientes 11 términos que se detallaran en el cuadro a continuación.

EXW (En Fábrica): El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de transporte, de igual manera no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de seguro.

FCA (Franco Porteador): El vendedor debe contratar el transporte en las condiciones usuales a riesgos y expensas del comprador, en el caso de que lo solicite el comprador, o de ser una práctica comercial del país del exportador; de igual manera el vendedor deberá asumir los costos para el trámite de exportación.

CPT (Transporte Pagado Hasta): El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. Se considera que la mercancía ha sido entregada cuando se la ha entregado al transportista, desde éste punto el riesgo corre por cuenta del comprador.

CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta): El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. El vendedor debe contratar el transporte desde el punto de entrega acordado hasta el lugar de destino designado.

DAT (Entregada en Terminal): El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. El vendedor deberá contratar el transporte hasta la terminal designada en el puerto o el lugar de destino designado. Si no se llegara a acordar ningún lugar, el vendedor podrá elegir la terminal designada como el puerto u otro lugar de destino designado que mejor le convenga.

DAP (Entregada en Lugar): El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. El vendedor deberá contratar el transporte hasta el lugar de destino designado o el punto acordado. Si no se llegara a acordar ningún punto, el vendedor podrá elegir el punto que mejor le convenga en el lugar de destino designado.

DDP (Entregada Derechos Pagados): El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. De igual manera, éste término exige que el vendedor también se encargue de los trámites aduaneros para la importación de la mercancía, tales como los derechos de aduana, impuestos, y demás costos relacionados.

FAS (Franco al Costado del Buque): El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma al costado del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo hay indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada.

FOB (Franco a Bordo): El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga

CIF (Costo, Seguro y Flete): Se considera la mercancía entregada cuando está puesta a bordo del buque o cuando se proporciona la mercancía así entregada. Tiene que asumir los costos cuando la mercancía llega al puerto de destino designado. (PRO ECUADOR , 2015)

Empaque y embalaje

El empaque es un recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

Otras funciones del embalaje son: proteger el contenido, facilitar la manipulación, informar sobre sus condiciones de manejo, requisitos legales, composición, ingredientes, etc. Dentro del establecimiento comercial, el embalaje puede ayudar a vender la mercancía mediante su diseño gráfico y estructural (Staton, 2007).

2.2.16 La importancia de los distintos tipos de transporte

La logística, de la que el transporte es eslabón clave, tiene como fin la previsión, organización y control de las actividades relacionadas con el flujo óptimo de materias primas, productos semielaborados y terminados, desde las fuentes de aprovisionamiento hasta el consumidor final.

La clasificación más importante del transporte es:

- Legal: el que cumple las normas de sanidad, seguridad y orden público, dimanadas de la autoridad.
- Ilegal o clandestino: el que no las cumple.

2.2.16.1 Transporte internacional

Es el traslado de una mercancía desde un punto A en un par, a punto B situado en otro par distinto, efectuado de forma que llegue a destino en condiciones de contrato.

Las condiciones de contrato implican siempre:

Llegar dentro del plazo, usando vehículos adecuados.

Entregar sin deterioro: con protección física idónea.

La protección física comprende las siguientes técnicas:

- Envase: recipiente que contiene la mercancía
- Embalaje: envuelta su protección para su transporte
- Manipulación: conjunto de acciones de manejo de los anteriores mediante equipos como grúas, cintas, carretillas, bombas de líquidos, etc.

2.2.16.2 Clasificación de los transportes

Transporte marítimo

Las características más notables del transporte marítimo son, su gran capacidad su versatilidad al existir una amplia gama de buques para todo tipo de mercancías y tamaños y el hecho de que se efectúa en un mercado sometido en buena parte a las reglas del libre mercado.

Los principales tipos de buques de que se dispone son de puerto, mercantes, militares, de vela y de río. En esta clasificación existe una gran variedad, pero destacaremos los mercantes, entre los que encontraremos los cargueros generales, cisterna, porta-contenedores, petroleros, graneleros, químicos, de transbordo rodado, de barcazas, remolcadores, frigoríficos, etc.

Transporte aéreo

Esta forma de transporte esta penetrado en mercados cada vez más amplios, pero con incidencia especial en mercancías de envío urgente, alto valor, perecederas, animales vivos, etc.

Existen aviones de pasaje, que transportan pasajeros en la cabina principal, equipajes y carga en las bodegas, de fuselaje ancho

2.2.16.3 Seguro de transportes

No existe una póliza de seguro que cubra absolutamente todos los riesgos, aunque si las hay de cobertura muy amplia.

En caso de siniestro es necesario actuar con rapidez y diligencia para salvaguardar los derechos de asegurado y asegurador. Atención a las condiciones de cobertura de seguro que marcan algunas cartas de crédito: a veces son contradictorias e imposibles de cumplir. En tales casos hay que solicitar una modificación de la carta de crédito.

Con frecuencia los transportistas por carretera incluyen en sus tarifas seguros obligatorios a pagar por el cargador y, en caso de que, este no quiera utilizar tal cobertura, se le reclama una carta de exoneración de responsabilidad hacia el transportista. Jamás se debe acceder a esta petición, pues ello dejaría a la compañía de seguros del cargador sin posibilidad de acción contra el transportista por los daños que le sean imputables y, en consecuencia, podría no pagar la indemnización al asegurado.

Todos los tipos de seguros son generalmente percibidos por los usuarios como aspectos necesarios de la vida cotidiana, pero también como algo complejo, excesivamente formal, vulgarizado en unas descripciones sencillas pero incompletas y, sobre todo, lleno de sorpresas debidas a esa famosa “letra pequeña” cuya existencia y aplicación resulta un misterio para quien carezca de conocimiento previo.

El seguro de transporte es una de las especialidades del seguro de cosas por el que, mediante un contrato, el asegurador se obliga, previo cobro de la prima, a indemnizar al asegurado o beneficiario hasta el límite fijado los daños que, como consecuencia de la ocurrencia de algún riesgo cubierto, sufran las mercancías durante el viaje asegurado y con frecuencia también en periodos anteriores, contemporáneos y posteriores a dicho viaje.

Al mencionar que se trata de un asegurado de cosas se pretende indicar que el valor de lo asegurado tiene una referencia conocida en su sentido más amplio, bien por lo que se refleja en la factura comercial, o en la documentación aduanera, o porque es posible determinar su valor de mercado tomando como referencia otros productos iguales o similares en el lugar de destino de las mercancías. Este valor de referencia conocido es el que el asegurador utilizara para calcular la indemnización en caso de siniestro, no siendo posible la sobrevaloración, salvo por acuerdo expreso del asegurador. (Martín & Martínez, 2012)

2.2.17 Oportunidades globales

La globalización ya no es una palabra de moda; Es una realidad. Los gobiernos nacionales tienen grandes intereses en su resultado porque este cambio afecta a sus sociedades conforme avanza el proceso, la necesidad para armonizar las leyes

interestatales se vuelve más seria por tanto, el comercio internacional no puede ser un proceso estático y los negocios que fabrican productos y tratan de venderlos a través de las fronteras deben ajustarse considerablemente (Nelson & Carl, 2010).

2.2.18 Establecer contactos

Los importadores y exportadores necesitan contactos para empezar. El exportador debe convencer a un fabricante domestico de su habilidad para vender el producto o servicio del fabricante a nivel internacional. Por otro lado, el importador debe encontrar un fabricante o intermediario en el extranjero de quien comprar el producto o servicio.

Los contactos se clasifican en 2 categorías, las 2 formas de hacer contactos se traspasan y pueden utilizarse para ampliar su red de importaciones y exportaciones.

- Rastrear (Encontrar) a un fabricante o proveedor del producto o servicio que desea importar o exportar.
- Marketing (Vender) ese producto o servicio (Nelson & Carl, 2010).

2.2.19 Clientes potenciales

La noción de cliente potencial permite nombrar al sujeto que, de acuerdo a un análisis de mercado o estudio de marketing, podría convertirse en comprador, consumidor o usuario de un producto o servicio determinado. La potencialidad, en este caso, refiere a una conducta que todavía no se concretó.

Los clientes potenciales, por lo tanto, son aquellas personas, empresas u organizaciones que aún no realizan compras a una cierta compañía pero que son considerados como posibles clientes en el futuro ya que disponen de los recursos económicos y del perfil adecuado (Thompson, 2009).

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Planeación de la capacidad

Planeación específica del nivel de recursos (por ejemplo fábricas, flotas, equipo, hardware de los sistemas y tamaño de la fuerza de labor).lo que le da soporte a la empresa para una mejor producción. (Gido & Clements, 2012)

2.3.2 Internacionalización productiva

Es el proceso de expansión a nivel internacional del capital. Es el resultado de la característica fundamental del capital, su tendencia a expandirse o reproducirse para obtener más capital. La internacionalización productiva se lleva a cabo con la descomposición y diseminación internacional de los procesos productivos, obra de las grandes empresas transnacionales, o dicho de otra forma la división en diferentes países de los procesos productivos de una empresa para abaratar costes, ganar mercado, tener mejor aprovisionamiento o mejores políticas estatales a favor de las empresas transnacionales.

Este proceso ha tenido y tiene una gran repercusión en la economía mundial y ha sido el que ha conseguido estructurar, dicha economía, como la conocemos actualmente. (Lahera, 2013)

2.3.3 Oferta

Estructura, situación y perspectiva de la industria local y principales fabricantes nacionales: número, producción, situación geográfica, volumen y cuota de mercado que representan las importaciones.

Principales marcas extranjeras presentes en el mercado y los segmentos de mercado cubiertos por los competidores nacionales y extranjeros (Martín & Martínez, 2012)

2.3.4 Demanda

Es uno de los aspectos más importantes a investigar, siendo conveniente hacer un análisis detallado, tanto cuantitativo como cualitativo, de la demanda real y potencial del mercado al que nos queremos dirigir.

Cuantitativo:

- Demanda consumo aparente por regiones, áreas geográficas o principales núcleos urbanos.
- Demanda por habitantes y año
- Gasto familiar para compra de productos

Cualitativo:

- Tipología del comprador, motivaciones de compra, hábitos de consumo
- Comportamientos del consumidor ante distintas opciones
- Segmento de mercado
- Importancia del “Made in” en el comprador (Martín & Martínez, 2012)

2.3.5 Cuero

Llamase cuero (del latín corium, "piel de los animales, curtida") a la piel tratada mediante curtido. Proviene de una capa de tejido que recubre a los animales y que tiene propiedades de resistencia y flexibilidad bastante apropiadas para su posterior manipulación. La capa de piel es separada del cuerpo de los animales, se elimina el pelo o la lana, salvo en los casos en que se quiera conservar esta cobertura pilosa en el resultado final y posteriormente es sometida a un proceso de curtido. El cuero se emplea como material primario para otras elaboraciones. (Osinky, 2012)

2.3.6 Wet blue

Cueros curtidos al cromo con un alto contenido de agua y sin ningún tratamiento posterior, una vez que la piel ha sido depilada, es introducida en una máquina llamada divisora. En ella, la acción del cromo, convierte a la piel en cuero, un material estable,

impidiendo su degradación. Después de la curtición al cromo, el cuero se escurre, rebaja y divide mecánicamente para obtener el “Wet blue”, un producto cuyo nombre se debe al color azul verde del sulfato de cromo. (Alvarez, 2012)

2.3.7 Curtiembre

Se refiere al sitio donde se lleva a cabo el proceso que permite transformar la piel de un animal muerto en cuero. Este procedimiento se realiza en varias etapas. La primera tarea que se desarrolla en una curtiembre es la limpieza de la piel. Esto implica eliminar el pelo, la grasa y la carne con ayuda de agentes químicos. Luego hay que curtir la piel con tanino (curtido vegetal) o cromo (curtido mineral). El tercer paso es el recurtimiento, que incluye la tintura. Finalmente la piel se seca, se reviste y se lava para obtener el producto final (el cuero). (Pérez, 2015)

2.3.8 Logística

Publicado por la Real Academia Española (RAE) como el «conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución. En el ámbito empresarial existen múltiples definiciones del término logística, que ha evolucionado desde la logística militar hasta el concepto contemporáneo del arte y la técnica que se ocupa de la organización de los flujos de mercancías, energía e información. (Ballou, 2004)

2.4 IDEA A DEFENDER

La elaboración de un proyecto de exportación de cuero curtido (Wet blue) hacia Shanghái-China por la empresa Curtiembre Aldas, del cantón Ambato, provincia de Tungurahua, contribuirá a fortalecer la sustentabilidad económica y financiera.

2.5 VARIABLES

2.5.1 Variable independiente

Elaboración de un proyecto de exportación de cuero curtido (Wet blue).

2.5.2 Variable dependiente

Viabilidad del proyecto.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El presente proyecto de exportación tuvo las siguientes modalidades:

3.1.1 Cuantitativa

La Metodología Cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la Estadística.

Para que exista Metodología Cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya Naturaleza sea lineal. Es decir, que haya claridad entre los elementos del problema de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente donde se inicia el problema, en cual dirección va y qué tipo de incidencia existe entre sus elementos. (Sampieri & Hernández, 2010)

Este método que se aplicó en el trabajo investigativo con la finalidad de conseguir información detallada de la empresa que fue necesaria para la ejecución de un diagnóstico, además que se realizó un procedimiento para conocer las cifras, usando magnitudes numéricas mediante herramientas del campo de la estadística

3.1.2 Cualitativa

La metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible. (Sampieri & Hernández, 2010)

El presente trabajo de investigación se basó en la recolección de información a través de referentes históricos, datos recopilados en los diferentes instrumentos de investigación, para conocer cualidades que caracterizan al problema de investigación.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 Investigación de campo

Este tipo de investigación consiste en la recopilación de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (Sampieri & Hernández, 2010)

La investigación de campo es una investigación que consiste en que el investigador acuda a la zona del problema en cuestión a realizar observaciones tratando de interactuar con el entorno del problema para obtener resultados más reales. Por lo cual se analizó la situación en el lugar real donde se desarrolla y recopila la información en este caso Curtiembre Aldas.

3.2.2 Investigación bibliográfica – documental

La investigación bibliográfica es el proceso de recolección de información para la construcción del proyecto de investigación, ocupa un lugar importante ya que garantiza la calidad de los fundamentos teóricos de la investigación. (Sampieri & Hernández, 2010)

Esta investigación constituye el punto de partida del proyecto, permitió tener conocimientos sobre la investigación y sustentarla mediante: libros, tesis, artículos científicos, revistas, internet, escritos por diferentes autores correspondiente al marco teórico de la presente investigación.

3.3 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1 Métodos

3.3.1.1 Método inductivo

Estudia los fenómenos o problemas desde las partes hacia el todo, es decir analiza los elementos del todo para llegar a un concepto. También se puede decir que sigue un proceso analítico-sintético. (Arias, 2006)

Para la investigación se utilizó el método inductivo, debido a que se partió de un hecho en particular, esto nos permitió analizar la situación actual de la empresa para llevar a cabo la investigación.

3.3.1.2 Método deductivo

Es el contrario de lo exterior, estudia un fenómeno o problema desde el todo hacia las partes, es decir analiza el concepto para llegar a los elementos de las partes del todo. Entonces diríamos que su proceso es sintético analítico. (Arias, 2006)

Este método nos permitió obtener datos generales para así contractar con el proceso de exportación basado en los modelos existentes o sus variedades aplicable durante el periodo de estudio, es decir se tuvo un diagnostico que ayudo en la toma de decisiones.

3.3.2 Técnicas

3.3.2.1 Observación directa

Cuando se utiliza determinados instrumentos de observación, se puede registrar y valorar los comportamientos observados al interior de la empresa, en este caso mediante la observación directa en un recorrido por las instalaciones, se conseguirá una idea clara del funcionamiento de la entidad.

3.3.2.2 Entrevista

Una entrevista es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar. Al ser la entrevista un dialogo o relación directa en base a la palabra entre el entrevistador y el entrevistado, para efectos de la presente investigación se aplicará un banco de preguntas al gerente de la empresa, a fin de obtener la información relevante para el proyecto. (Martín & Martínez, 2012)

Resultados

Para efectos de la siguiente investigación se realizó una entrevista al Gerente General de la empresa Curtiembre Aldas una organización con gran trayectoria en el mercado de cuero, con el fin de conocer información relevante para el desarrollo del proyecto.

1. ¿Cuántas bandas de cuero produce la empresa?

La producción de cuero que lleva a cabo la empresa se estima por bandas cuya producción normal está en 5000 bandas mensuales.

2. ¿Cuál es el costo de producción de cada banda de cuero?

Los costos totales no son un valor fijo debido a que no se mantiene un estándar de producción similar cada mes, ocasionando que haya meses que el costo suba o baje.

3. ¿Existiría la posibilidad de incrementar la producción no solo de Wet Blue sino de los demás tipos de cuero para ampliar la variedad de oferta a sus clientes?

Todo esto se maneja en base a las estrategias de ventas que tenemos en donde el principal cliente es Venus y ellos al adquirir las pieles solicitan explícitamente Escolar negro que es un cuero específicamente para zapatos

4. ¿Cuál considera usted es su mercado potencial?

Nuestra empresa distribuye el producto a la mayoría de provincias del país, constituyéndose actualmente en el mercado potencial, pero al tener excedente de

producción se pretende exportar a China-Shanghái debido a que es el mercado con mayor demanda (mayor poder adquisitivo) y trabajan a escala

5. ¿La empresa Curtiembre Aldas se considera como un mercado que: está comenzando, creciendo, madurando o declinando?

Curtiembre Aldas se considera una empresa que está madurando ya que llegó un momento en que el crecimiento de las ventas es prácticamente, la gran mayoría de los consumidores ya han adquirido el producto y las ventas se mantienen. Por lo que se considera que nuestro mercado ya está cubierto en casi su totalidad en donde se planea ir incrementando nuestro producto para incursionar en nuevos nichos de mercado.

6. ¿En qué épocas del año se mantiene mayor producción?

La época en la que se destina mayor producción es para abril y agosto considerando la producción antes que se dé el inicio de clases tanto en Costa, Sierra y Oriente son fechas con mayor demanda.

7. ¿Cuál es el costo de venta de cada banda de cuero?

Los costos totales estamos bordeando los 5 y 7 dólares en cuero curtido dependiendo cuantos pies tenga cada banda.

8. ¿La empresa Curtiembre Aldas tiene formalmente definido un proyecto de exportación?

Actualmente la empresa no cuenta con un proyecto de exportación que nos permita conocer si es viable realizar la exportación de nuestro producto hacia el mercado internacional.

9. ¿La empresa Curtiembre Aldas cuenta con la maquinaria que le permita aumentar su producción?

Si, la empresa cuenta actualmente con maquinaria que, aunque no funcionan en su máxima capacidad garantiza que si se podría aumentar gradualmente la producción de cuero curtido.

10. ¿En caso de que la empresa Curtiembre Aldas, empiece a exportar, se cuenta con el suficiente talento humano que le permita cubrir posibles demandas internacionales?

Si, con la necesidad de aumentar las jornadas de trabajo para cubrir la posible demanda internacional.

11. ¿Considera Ud. ¿Que la infraestructura de la empresa Curtiembre Aldas es apropiada para la producción de cuero?

Si, se considera que es adecuada para la producción de cuero, además que se puede resaltar que en el área de producción está dividida por secciones.

3.3.3 Instrumentos

3.3.3.1 Análisis consumo aparente

Aquí se va a determinar la cantidad del bien que el mercado este dispuestos a consumir o demandar y no exista la suficiente oferta que satisfaga esta necesidad, o simplemente la oferta de dicho producto no cumpla la calidad de satisfacer al demandante.

La industria de cuero en China procesa alrededor de 596,577 toneladas métricas.

3.3.3.1.1. Producción de cuero en China

Tabla 1: Producción de cuero en China

Años	Producción Peso neto Miles de toneladas
2012	596,577
2013	602,543
2014	608,568
2015	614,654
2016	620,801

Fuente: FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación)

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

La producción de cuero se toma como base de varios estudios que presentan incremento del 1% anual.

Tabla 2: Datos históricos producción (2012-2016)

AÑOS	PRODUCCIÓN PESO NETO (T.M)	PERIODO	X*Y	X2
2012	596.577	1	596577	1
2013	602.543	2	1205086	4
2014	608.568	3	1825704	9
2015	614.654	4	2458616	16
2016	620.801	5	3104005	25
TOTAL	3.043.143		9.189.988	55

Fuente: FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación)

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

3.3.3.1.2. Proyección de la producción de cuero China

Tabla 3: Proyección producción China

AÑOS	PRODUCCIÓN PESO NETO (T.M)
2017	627.009
2018	633.279
2019	639.610
2020	646.008
2021	652.468

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Tomando como base los datos históricos de la producción de cuero, se realizó la proyección de los datos obtenidos de esta manera la producción futura.

Según los datos obtenidos, se observa que existe un incremento en la producción de cuero.

Importación histórica

Importación de la partida 4104 demás China

Tabla 4: Importaciones China (2012-2016)

AÑO	PESO NETO (miles de toneladas)
2012	1.310.523
2013	1.542.164
2014	1.809.116
2015	1.686.398
2016	1.378.837

Fuente: Trade Map (Mapa Comercial)

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Las principales importaciones realizadas por China de la partida 4104. A continuación, se presenta datos históricos de las importaciones en años.

Tabla 5: Importaciones China datos históricos (2012-2016)

AÑO	IMPORTACIONES PESO NETO (T.M)	PERIODO	X*Y	X2
2012	1.310.523	1	1.310.523	2
2013	1.542.164	2	3.084.328	4
2014	1.809.116	3	5.427.348	9
2015	1.686.398	4	6.745.592	16
2016	1.378.837	5	6.894.185	25
TOTAL	7.727.038		23.461.976	55

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

3.3.3.1.1 Proyección de las Importaciones

Tabla 6: proyecciones de las importaciones de China

AÑOS	IMPORTACIONES PESO NETO (T.M)
2017	1.392.625
2018	1.406.552
2019	1.420.617
2020	1.434.823
2021	1.449.172

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Los datos con los que se realizó el cálculo de la proyección de las importaciones corresponden a la Partida Arancelaria 4104. Las mayores importaciones de este producto fueron en el año 2014 con un valor de 1809116TM y el año 2015 con un valor de 1686398TM.

Según el cuadro de proyección de importaciones de los demás, refleja un incremento en la compra del producto, tomando en cuenta desde el año 2017 hasta el 2021, según los datos obtenidos las importaciones reflejan un incremento significativo razón por la cual podemos acceder a este mercado.

3.3.3.1.2 Exportaciones históricas

Tabla 7: Exportaciones partida 4104 (2012-2016)

AÑO	EXPORTACIONES PESO NETO (T.M)
2012	873.237
2013	882.058
2014	890.968
2015	899.967
2016	909.058

Fuente: Trade Map (Mapa Comercial)

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Tabla 8: Exportaciones datos históricos (2011-2015)

AÑO	EXPORTACIONES PESO NETO (T.M)	PERIODO	X*Y	X2
2012	873.237	1	873.237	1
2013	882.058	2	1.764.116	4
2014	890.968	3	2.672.904	9
2015	899.967	4	3.599.868	16
2016	909.058	5	4.545.290	25
TOTAL	4.455.288		13.455.415	55

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

3.3.3.1.3 Proyección de las Exportaciones

Tabla 9: Proyección de las exportaciones China

AÑO	EXPORTACION PESO NETO (T.M)
2017	918.149
2018	927.330
2019	936.603
2020	945.969
2021	955.429

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

En las exportaciones de la partida 4104 desde el país China se presentan según los datos obtenidos que existe un crecimiento en la exportación del producto.

3.3.3.1.4 Calculo Consumo Nacional Aparente

CNA=Producción Nacional + Importaciones-Exportaciones

Tabla 10: Consumo Aparente histórico (2012-2016)

AÑOS	PRODUCCIÓN PESO NETO (T.M)	IMPORTACIÓN PESO NETO (T.M)	EXPORTACIÓN PESO NETO (T.M)	CNA
2012	596.577	1.310.523	873.237	1.033.863
2013	602.543	1.542.164	882.058	1.262.649
2014	608.568	1.809.116	890.968	1.526.716
2015	614.654	1.686.398	899.967	1.401.085
2016	620.801	1.378.837	909.058	1.090.580

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Tabla 11: Consumo nacional aparente proyectado (2017-2021)

AÑO	PRODUCCIÓN PESONETO(T.M)	IMPORTACIONES PESO NETO (T.M)	EXPORTACIONES PESO NETO (T.M)	CNA
2017	627.009	1.392.625	918.149	1.101.485
2018	633.279	1.406.552	927.330	1.112.501
2019	639.610	1.420.617	936.603	1.123.624
2020	646.008	1.434.823	945.969	1.134.862
2021	652.468	1.449.172	955.429	1.146.211

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Con el consumo aparente histórico podemos decir que la demanda china muestra constantes incrementos. Con estos datos podemos establecer el consumo per cápita de la población china.

3.3.3.1.5 Población Shanghái-China

Tabla 12: Población Shanghái-China

AÑO	POBLACIÓN
2012	23762661
2013	24151500
2014	24540339
2015	24935439
2016	25336899

Fuente: datosmacro.com

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

3.3.3.1.6 Proyección de la población Shanghái-China

Tabla 13: Proyección de la población Shanghái-China

Año	Población
2017	25744823
2018	26159315
2019	26580480
2020	27008426
2021	27443261

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

3.3.3.1.7 Consumo per-cápita

Considerando las cifras obtenidas en el Cálculo Del Consumo Nacional Aparente y la proyección de la población Shanghái-China podemos obtener el consumo por habitantes y así determinar el comportamiento promedio de nuestros potenciales consumidores en Shanghái.

La siguiente formula nos ayuda a conocer el consumo per-cápita:

$$CP = \frac{C.A}{POBLACION}$$

Tabla 14: Consumo per-cápita histórico (2012- 2016)

AÑO	CNA	POBLACIÓN	CONSUMO PER-CÁPITA TM/AÑO	CONSUMO PER-CÁPITA KG/AÑO
2012	1.033.863	23762661	0,04350788	43,50787986
2013	1.262.649	24151500	0,052280355	52,28035526
2014	1.526.716	24540339	0,062212507	62,21250652
2015	1.401.085	24935439	0,056188503	56,18850344
2016	1.090.580	25336899	0,043043152	43,0431522

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

3.3.3.1.8 Consumo per-cápita proyectado

Tabla 15: Consumo per-cápita proyectado (2017- 2021)

AÑO	CNA	POBLACIÓN	CONSUMO PER-CÁPITA TM/AÑO	CONSUMO PER-CÁPITA KG/AÑO
2017	1.101.485	25744823	0,042784718	42,78471831
2018	1.112.501	26159315	0,04252791	42,52791023
2019	1.123.624	26580480	0,042272525	42,2725248
2020	1.134.862	27008426	0,042018813	42,01881294
2021	1.146.211	27443261	0,041766574	41,76657431

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

3.3.3.1.9 Consumo recomendado

Según datos de Pro Ecuador el consumo recomendado por persona es de 15 kg por año.

Tabla 16: Consumo Recomendado

AÑO	POBLACIONES	CONSUMO RECOMENDADO KG.	REQUERIMIENTO KG	REQUERIMIENTO (T.M)
2017	25744823	15	386.172.345	386172,345
2018	26159315	15	392.389.725	392389,725
2019	26580480	15	398.707.200	398707,200
2020	27008426	15	405.126.390	405126,390
2021	27443261	15	41.1648.915	411648,915

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

3.3.3.1.10 Demanda Potencial Insatisfecha

Se entiende como demanda insatisfecha a la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor de materia prima podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se realizó el cálculo.

Tabla 17: Demanda potencial insatisfecha

AÑO	CONSUMO REAL	REQUERIMIENTO TOTAL KG	DEMANDA INSATISFECHA KG	DEMANDA INSATISFECHA TM
2017	1.101.485	386.172.345	385.070.860	385070,860
2018	1.112.501	392.389.725	392.277.224	392277,224
2019	1.123.624	398.707.200	397.583.576	397583,576
2020	1.134.862	405.126.390	403.991.528	403991,528
2021	1.146.211	411.648.915	410.502.704	410502,704

Elaborado por: Liliana Fiallos

Para determinar la Demanda Insatisfecha, del Consumo Potencial se resta el Consumo Nacional Aparente, dando como resultado la Demanda Potencial insatisfecha. Con los datos obtenidos, tenemos como referencia que China-Shanghái sería un mercado potencial para el cuero que realiza Curtiembre Aldas.

3.3.3.1.11 Producción de cuero Curtiembre Aldas

Tabla 18: Producción de cuero Curtiembre Aldas

AÑO	PRODUCCIÓN DE CUERO KG	PERIODO	X*Y	X2
2012	24000	-2	-48000	4
2013	33600	-1	-33600	1
2014	36000	0	0	0
2015	46800	1	46800	1
2016	60000	2	120000	4
TOTAL	200400	0	108000	10

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

El cálculo de la proyección se realizó con la siguiente formula

$$y = a + bx$$

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

a =Numero de toneladas

b=Crecimiento de toneladas

en cada periodo

x=años

$$Y = a + b * x$$

3.3.3.1.12 Proyección de la producción de la empresa Curtiembre Aldas

Tabla 19: Proyección de la producción de la empresa Curtiembre Aldas

AÑOS	PRODUCCIÓN TONELADAS	PRODUCCION DESTINADA A EXPORTACION
2017	94.080	65.856
2018	104.880	73.416
2019	115.680	80.976
2020	126.480	88.536
2021	137.280	96.096

Elaborado por: Liliana Fiallos

Para efectos de exportación la empresa ha decidido destinar un 30% de la producción del producto, tomando en cuenta el consumo local, ya que el país no debe quedar desabastecido.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TÍTULO

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE CUERO CURTIDO (WET BLUE) HACIA EL MERCADO DE SHANGHÁI-CHINA POR LA EMPRESA CURTIEMBRE ALDAS, CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.2.1 Panorama mundial

El sector del cuero ha tenido un comportamiento dinámico y competitivo en los últimos años, seguido de grandes avances a nivel tecnológico los cuales han sido una pieza clave para la disminución de los costos y el aumento de la calidad en los productos.

A nivel mundial el sector es liderado por China, quien usa como principal estrategia su apalancamiento en canales existentes de los mercados, haciendo una distribución de sus productos a través de grandes cadenas y marcas conocidas. Este país debe su liderazgo mundial a factores tales como: su tecnificada producción a escala, una gran estructura física en sus plantas de producción y su velocidad de respuesta ante los dinámicos cambios de las tendencias en la moda.

Es sorprendente el rápido crecimiento que ha tenido este país en los últimos años, debido a que solo en 50 años supero a grandes líderes como Italia y Francia, debido a su gran adaptación a la cultura europea y a la obtención de ganancias por volumen de ventas a bajo precio, más que por ventas unitarias a un alto costo.

Italia a su vez ocupa el segundo lugar a nivel mundial. Este país debe su posición a la experiencia y trayectoria que poseen acerca del cuero en cuanto a su producción y a los importantes adelantos logrados en el diseño, confección y terminación del producto. Una muestra de estas características es la empresa italiana Louis Vuitton, líder en el mercado de cuero a nivel mundial y caracterizado principalmente por sus innovaciones en los diseños y una excelente terminación de sus productos.

Hong Kong está en el tercer lugar y se asemeja a China por sus grandes estrategias de precio y su eficiencia en los costos.

Un aspecto de gran importancia en el sector del cuero, a nivel mundial, es el aumento de la atención personalizada la cual ha estado implementándose en los últimos años por los países europeos y, a su vez, ha permitido tener un mayor acercamiento a las necesidades del mercado, obteniendo así una mayor facilidad para ajustar estos requerimientos a los procesos de producción.

En general podría decirse que el sector del cuero posee actualmente un comportamiento altamente competitivo, aspecto que ha llevado a los países a adoptar una necesaria tecnificación de las empresas, sin tener un gran impacto en los costos.

Tabla 20: Países exportadores de cuero

País	Valor exportado en 2016
China	4.335.440
Italia	2.742.731
Brasil	2.032.541
Hong Kong	1.602.046
Alemania	1.112.509
India	909.058
Australia	755.187
Francia	715.201
España	731.208
Austria	739.517
Argentina	656.896
Estados Unidos	634.736
Reino Unido	576.932
Tailandia	492.432
Países bajos	483.651

Fuente: Trade Map (Mapa Comercial)

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Tabla 21: Países importadores de cuero

País	Valor importado en 2016
China	5.757.865
Italia	3.333.376
Hong Kong	1.165.427
Viet Nam	898.166
México	697.684
Alemania	695.694
España	805.692
Estados Unidos	643.090
Tailandia	641.250
India	616.127
Francia	575.416
Rumania	529.432
Portugal	505.755
Polonia	407.335
Austria	276.494

Fuente: Trade Map (Mapa comercial)

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.2.2 Generalidades de la empresa

4.2.2.1 Historia

En 1985, el señor José Laureano Aldas Aldas decide emprender y formar un pequeño taller para curtir pieles por su cuenta, ya que él era empleado en Curtiembre Las Viñas en ese entonces.

Luego de esto como el negocio era rentable, fue creciendo hasta que el 21 de enero de 1986 logra comprar una propiedad en la parroquia Totoras, que mostraba tener todos los factores favorables para poder montar una curtiembre, ya que tenía agua, un río donde evacuar las aguas residuales, materia prima, fácil acceso a la curtiembre, mano de obra y fuentes energéticas, entonces fue ahí donde se formaron las instalaciones de la empresa conocida ahora como Curtiembre Aldas.

Con el crecimiento de empresas manufactureras de zapatos y demás artículos de cueros la demanda fue aumentando, es así que en 1999, compra una nueva propiedad en el mismo sector y construye una planta de producción de grandes proporciones, importa maquinaria proveniente de Europa, e implanta un sistema de producción más

tecnificado, es así que desde ese entonces ha ido creciendo hasta la actualidad, con los que se logra mostrar el fruto del esfuerzo y dedicación de su dueño y los trabajadores.

4.2.2.2 Misión

Curtiembre Aldas es una empresa cuyo objetivo es brindar piel curtida de bovino como producto terminado de elevada calidad al sector de calzado, confección y muebles.

4.2.2.3 Visión

Curtiembre Aldas consolidado su producto de piel a nivel nacional con un crecimiento en el sector pretende expandirse a mercados internacionales por su calidad y eficacia.

4.2.2.4 Valores corporativos

- **Trabajo en equipo:** Trabajamos en equipo con rapidez y eficacia, buscando siempre la satisfacción de nuestros clientes.
- **Compromiso:** Estamos comprometidos con nuestra organización, brindando lo mejor de nosotros para el cumplimiento de los objetivos.
- **Calidad:** Damos lo mejor en nuestro trabajo, tratando de superar siempre las expectativas de nuestros clientes.
- **Enfoque al cliente:** Cumplimos con las promesas adquiridas con los clientes y trabajamos agregando valor a la empresa, creando una cultura de servicio.
- **Respeto:** Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.
- **Honestidad y Transparencia:** son la base de la relación con nuestros Clientes y Proveedores, garantizando la integridad, el respaldo y seguridad.
- **Excelencia:** todo el personal es altamente calificado, capacitado y especializado en su labor, para ofrecer al cliente los mejores resultados buscando la excelencia.

4.2.2.5 Logotipo

Gráfico 1: Logotipo



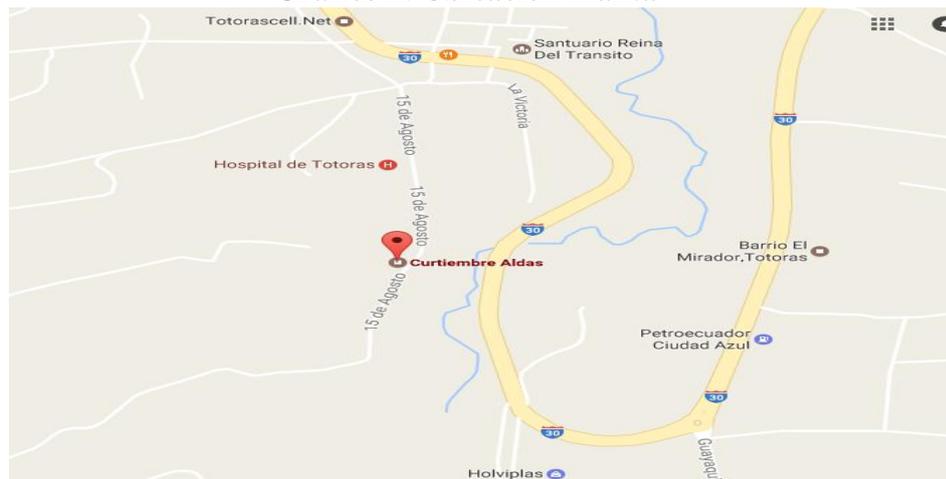
Fuente: Curtiembre Aldas

Curtiembre Aldas tiene en su logotipo un diseño sencillo que lleva el nombre de la organización, más un gráfico sobre la actividad a la que se dedica la empresa.

4.2.2.6 Ubicación de la planta

Curtiembre Aldas cuenta con una edificación ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, parroquia Totoras, barrio Palahua.

Gráfico 2: Ubicación Planta



Fuente: Google Map

4.2.2.7 Distribución de la planta

Curtiembre Aldas está dividida en dos bloques, el primero lo compone la planta de producción y el segundo compuesto por las oficinas administrativas y bodega.

La empresa puede ser identificada por su fachada exterior, cuenta con una superficie de 3000 m².

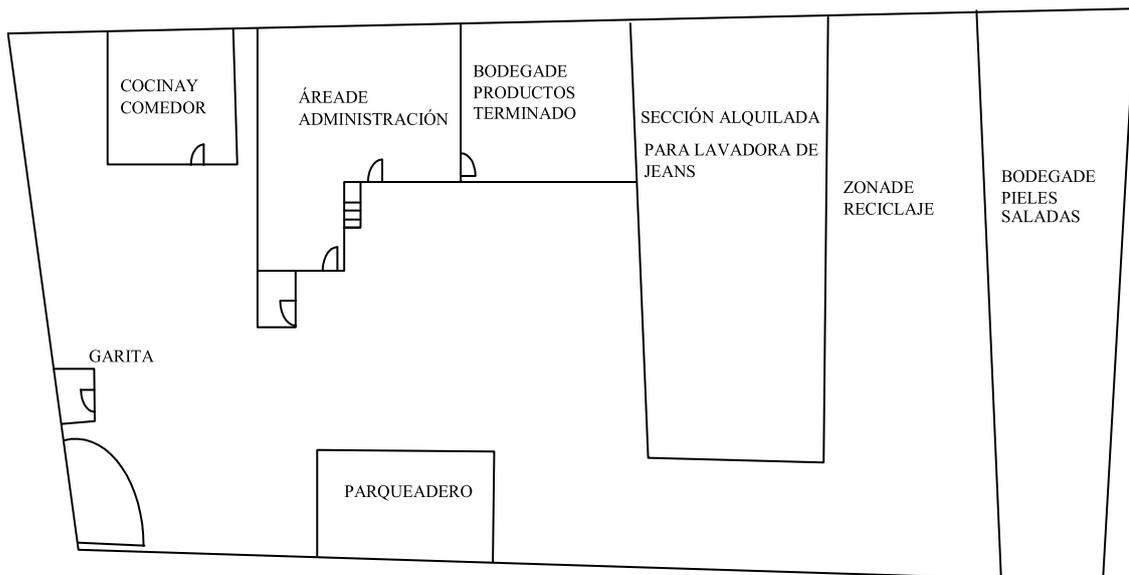
Gráfico 3: Planta de producción



Fuente: Curtiembre Aldas

4.2.2.7.1 Distribución de la planta administrativa y de producción

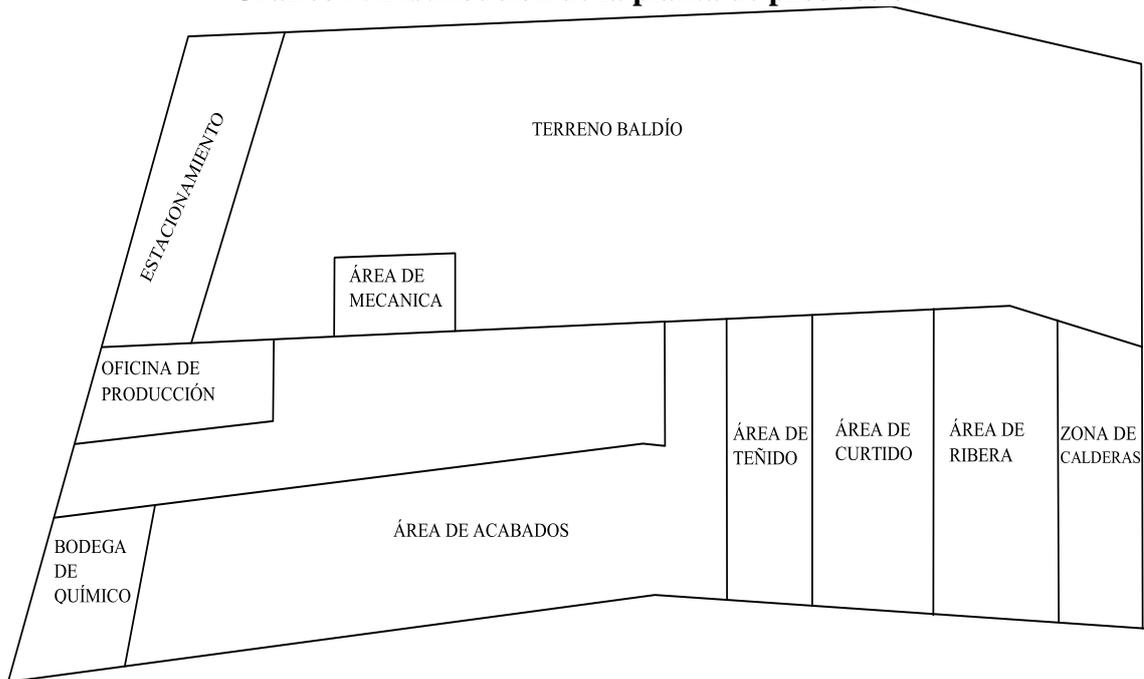
Gráfico 4: Distribución de la planta administrativa



Fuente: Curtiembre Aldas

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Gráfico 5: Distribución de la planta de producción



Fuente: Curtiembre Aldas

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

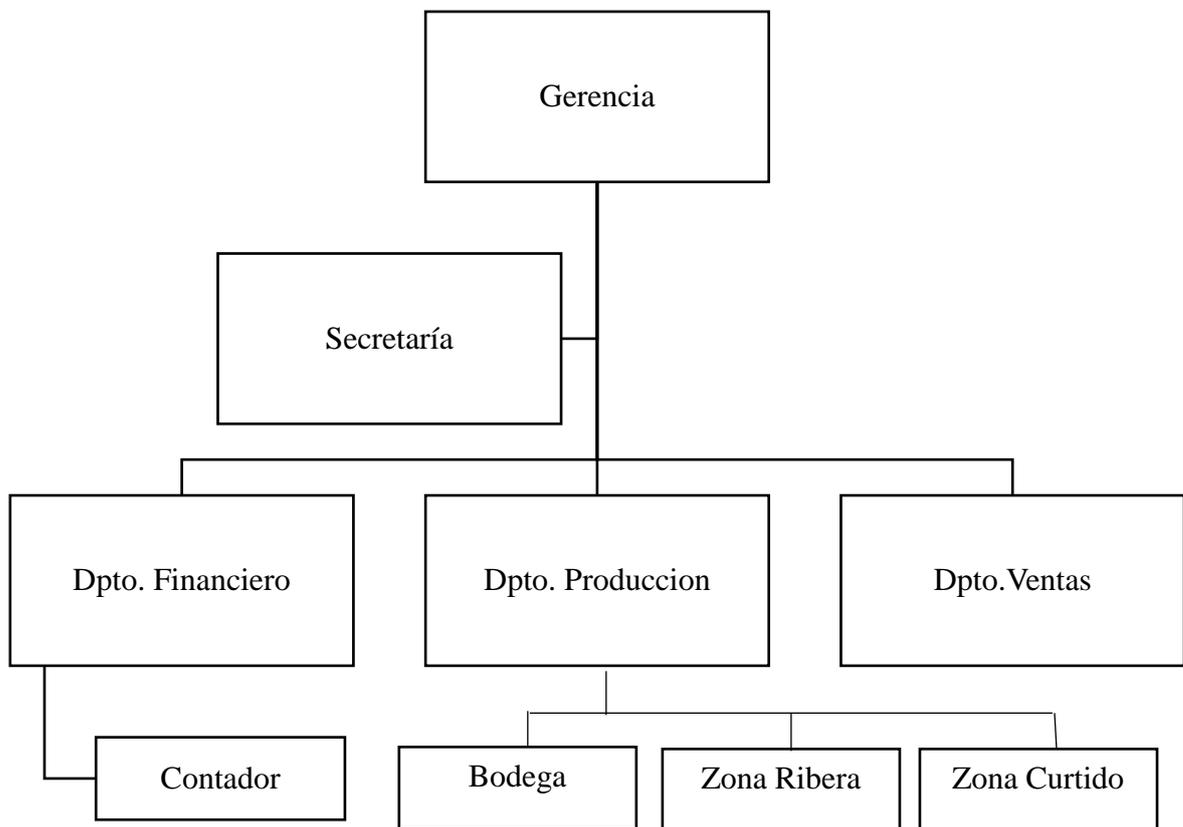
La planta de producción tiene 1000m², el terreno baldío ocupa 1000m² y el bloque administrativo 1000m².

El terreno baldío de la planta está destinado para el futuro ampliar los procesos y para la construcción de la planta de tratamiento de agua.

4.2.2.8 Organigrama estructural de la empresa

Mediante el organigrama estructural de la empresa se da a conocer de forma clara, objetiva y directa la estructura jerárquica de la empresa.

Gráfico 6: Organigrama estructural de la empresa



Fuente: Curtiembre Aldas
Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.2.2.9 Análisis FODA

Tabla 22: F.O.D.A

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de un amplio portafolio de productos • Precios competitivos • Buen ambiente laboral en el personal de trabajo • Crecimiento en los últimos años • Ubicación estratégica de la empresa • Materia prima de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de la industria de cuero en el país • Apertura de nuevos mercados externos • Personal capacitándose constantemente
AMENAZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Entrada de competidores con costos menores • Incremento de las ventas de los productos sustitutos • Aumento de precio de insumos • Nuevas empresas exportadoras que ingresen al mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de manera intermedia del producto en el mercado meta • Costo en el mantenimiento de la maquinaria • Carece de área de recursos humanos • El producto puede ser imitado

Fuente: Curtiembre Aldas

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.2.2.10 Descripción de los productos

Existen varios tipos de pieles ya procesadas para diferentes aplicaciones, como en ropa, zapatos, carteras, muebles, tapicería, etc. Así mismo se realizan en varios colores de acuerdo a la demanda.

Por aquello el producto final se lo ha clasificado de la siguiente manera:

- Escolar negro (específicamente para zapatos de escolar)
- Tormenta (partes de zapatos deportivos)
- Nobuk (colores)
- Wet blue
- Piel de iguana (tapizados)
- Grasso (para zapatos casuales)
- Gamuza (zapatos deportivos)
- Milano (artículos varios, carteras, bolsos, monederos, etc.)

Dentro de estos algunos tienen varios tipos de colores dependiendo del pedido del cliente o la continua demanda.

Las características generales de cada piel son:

- El área: el área aproximada de cada piel mide 25 pies cuadrados
- El grosor: el grosor de la lámina de cuero varía dependiendo del tipo, esta variación va desde los 3.5mm hasta 1.5 mm.

Wet Blue

El curtido, consiste en transformar el colágeno de la piel en cuero por la reacción química de los curtientes sintéticos. Las sales de Cr⁺³ son desde hace más de un siglo uno de los más importantes. Hoy en día mundialmente el 80% de todos los cueros se curten de esta manera. El proceso de curtido al cromo es considerado el más versátil, ya que permite re curtir las pieles, por sistema vegetal.

Una vez que la piel ha sido depilada, es introducida en una máquina llamada divisora. En ella, la acción del cromo, convierte a la piel en cuero, un material estable, impidiendo su degradación. Después de la curtición al cromo, el cuero se escurre, rebaja y divide mecánicamente para obtener el “Wet blue”, un producto cuyo nombre se debe al color azul verde del sulfato de cromo.

Normas para la fabricación de cuero Wet-blue

Independientemente de las características habituales del cuero Wet blue se puede considerar:

Color uniforme: el cuero debe mantener un color análogo

Recorte adecuado: manteniendo las dimensiones correctas

Libre de fallas de fabricación: mal descarnado, mal dividido, libre de manchas, sin arrugas originadas por la máquina de escurrir

Contenido de humedad: El tenor de humedad de mantenerse en el rango de 50-60 %.

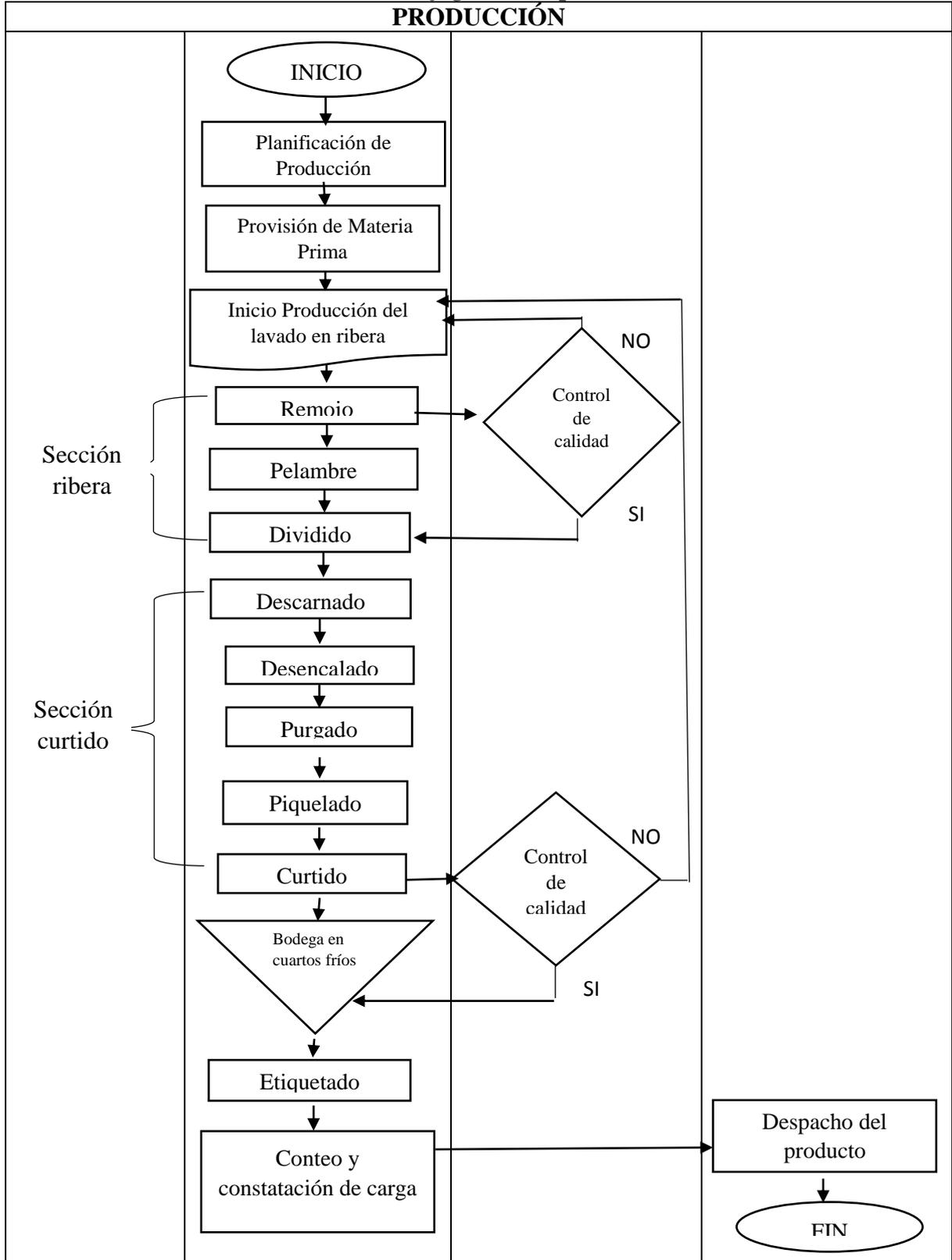
Valor de pH: En el cuero curtido al cromo (WB) el pH (indicador de potenciales de hidrógenos) debe encontrarse, sin grandes variaciones entre los lotes, entre 3,5 y 4,0.

Tenor de Sales Minerales: 5 % máximo

Grado de encogimiento por hervor: 5 % máximo

Conservación: El cuero debe ser obligatoriamente tratado y mantener un residual de sustancias de conservación (microbicidas-fungicidas-fungistáticos) sobre todo en caso de larga expedición y largo tiempo de almacenamiento, para evitar la formación y crecimiento de moho, hongos (muy propiciados por la alta humedad del material).

Gráfico 7: Flujo de producción



Fuente: Curtiembre Aldas

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.2.2.11 Descripción del proceso productivo

El proceso de curtido de las pieles hasta su transformación en cuero es un proceso largo y complejo que comprende muchas etapas:

- **Sección ribera**

Esta etapa comprende varios procesos que sirven para eliminar el pelo o lana de la piel que es recibida desde los saladeros. En esta área el cuero es preparado y acondicionado para ser curtido, también es limpiado mediante combinaciones de diferentes químicos, obteniendo un adecuado grado de humedad en el cuero.

Recepción de pieles

Las pieles se receptan en el área de ribera, así empezando con el proceso productivo y son ubicadas en grupos de acuerdo a la clasificación tomando en cuenta: tamaño, presencia de garrapatas, cortes, tupe y cicatrices.

Lavado

Las pieles se introducen en los bombos, para en este proceso, rehidratar la piel, eliminar la sal, y otros elementos como la sangre, la suciedad y diferentes microorganismos que se encuentran adheridos a las pieles.

Gráfico 8: Bombos



Fuente: Curtiembre Aldas

Remojo

Es un proceso de vital importancia, ya que por medio del tratamiento con agua junto con hidróxido de sodio y tenso activos, las pieles adquieren flexibilidad y morbidez

Pelambre y calero

El pelambre es el proceso en el cual se utiliza cal y sulfuro de sodio, para remover el pelo y la epidermis de las pieles. Además, en su interior se produce un desdoblamiento de sus fibras o fibrillas acondicionándolo para su respectiva curtición.

Los factores que se deben tomar en cuenta para que exista un pelambre eficiente son: tiempo, productos químicos, pH, la temperatura, efecto mecánico, cantidad de baño y un adecuado remojo.

Descarnado

En este proceso se remueve restos de musculosa, grasas y epidermis, generando el sebo como residuo de desperdicio.

Gráfico 9: Descarnadora



Fuente: Curtiembre Aldas

Dividido

En esta etapa se divide el lado flor del cuero, del lado carne de la piel, y se obtiene la flor, la cual continúa la etapa 7 del curtido, este proceso también se lo puede realizar después del curtido.

- **Sección curtido**

En esta área existen diferentes procesos con los cuales se pretende estabilizar el colágeno de la piel mediante agentes químicos ya sea mineral o vegetal, transformándola en cuero y evitando su descomposición, obteniéndose el cuero azul o también llamado Wet blue, estos pasos se los detalla a continuación:

Desencalado

Proceso donde se elimina la cal y el sulfuro, que se encuentra en la piel y en los espacios interfibrilares. Se utilizan disoluciones acuosas de ácidos, como: sulfato de amonio, sulfato de sodio, tensoactivos y desencalante.

Purgado

El efecto principal que se quiere obtener con la purga, es el aflojamiento de fibras de colágeno y degradación de las grasas naturales. Se emplea enzimas proteolíticas y pancreáticas para limpiar los poros de la piel y confiriendo mayor elasticidad a la piel, aquí se obtiene más área en la piel.

Piquel

El proceso de piquelado es la preparación química de la piel para el proceso de curtido. Se adicionan ácido sulfúrico, ácido fórmico, los cuales aportan sus protones para el enlace con los grupos carboxílicos, de manera que el curtiente se fije en la parte interior de la piel.

Curtido-lavado

En este proceso se logra la transformación de la piel en cuero comercial, utilizando sales del cromo, el cual es un curtiente mineral que da al cuero una calidad uniforme, elasticidad y tacto; dando lugar al cuero azul, comúnmente conocido como Wet blue. El tiempo de curtido depende del tipo de producto que deseamos obtener.

Etiquetado, empaque y embalaje

Los cueros son llevados a esta área para proseguir con su respectivo etiquetado empackado y embalaje para su posterior almacenamiento y su respectiva comercialización.

Etiquetado

El etiquetado del producto deberá contener la siguiente información en chino:

- Nombre del producto y su marca
- Nombre de la empresa
- Contenido neto en unidades del Sistema Internacional
- Fecha de elaboración
- Ciudad y país de origen
- Tipo de producto

Empaque

Al momento de empackar el producto ya sea en cajas, pallets o empaques se debe colocar información en ambos lados donde debe constar:

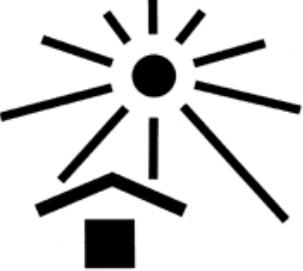
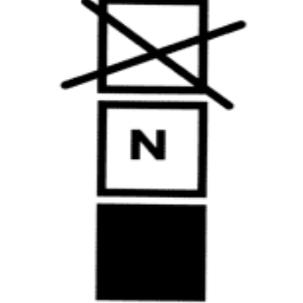
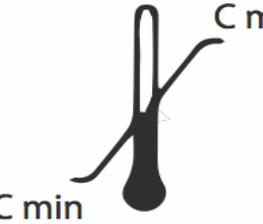
- La Marca
- Peso bruto/peso neto
- Tamaño: largo x ancho x altura en cm
- El país de origen

Un aspecto muy importante es que los productos que no llevan identificación en idioma chino, no podrán pasar la revisión de aduana, si esto ocurre el exportador tendrá que realizar una solicitud especial para que se coloquen etiquetas en la bodega de la aduana, pero esto tendrá un costo que corre a cargo del vendedor.

Embalaje

El embalaje del Cuero curtido (Wet blue) se lo realizará en unidades de 12.5kg será realizada en vinipel con cartón corrugado a los lados sujetándolo con zunchos estos son los elementos que protegen físicamente la mercadería; su objetivo es, justamente, garantizar que la mercancía llegue a su destino en las condiciones estipuladas en el contrato de manera que pueda ser atractiva para nuestro mercado objetivo.

Gráfico 10: Etiqueta de manipulación y marcación

 <p>Proteger del calor</p>	 <p>Hacia arriba</p>	 <p>Proteger de la humedad</p>
 <p>Límite de embalaje a apilar</p>	 <p>No rodar</p>	 <p>Límite de temperatura</p>

Fuente: Global xpress

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.2.2.12 Clientes

Curtiembre Aldas cuenta con más de 63 clientes a nivel nacional los mismos que se encuentran distribuida de la siguiente manera

Tabla 23: Clientes

Lugar	Cantidad de clientes
Ambato	30
Cevallos	8
Quito	9
Cuenca	13
Guayaquil	1
Guano	2
Mocha	1
Tisaleo	1

Fuente: Curtiembre Aldas

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

El cliente principal de Curtiembre Aldas es Plasticaucho, cliente que compra una cantidad significativa de la producción. Otros clientes importantes nacionales son Calzado Buestan, Calzado Pony, Calzado Calsawell, Fabrical, Distrishoes, entre otros.

4.2.2.13 Proveedores

Para la producción de cuero se necesita tres materias primas; la piel, los químicos y el agua. Dentro de los proveedores más importantes de piel con los que Curtiembre Aldas cuenta están Fabiola Martínez, Javier Espinoza y Servicueros. Los químicos involucrados en este proceso se deben importar, siendo los principales proveedores de esta materia Stahal.

4.2.2.14 Competencia

La principal competencia de Curtiembre Aldas es:

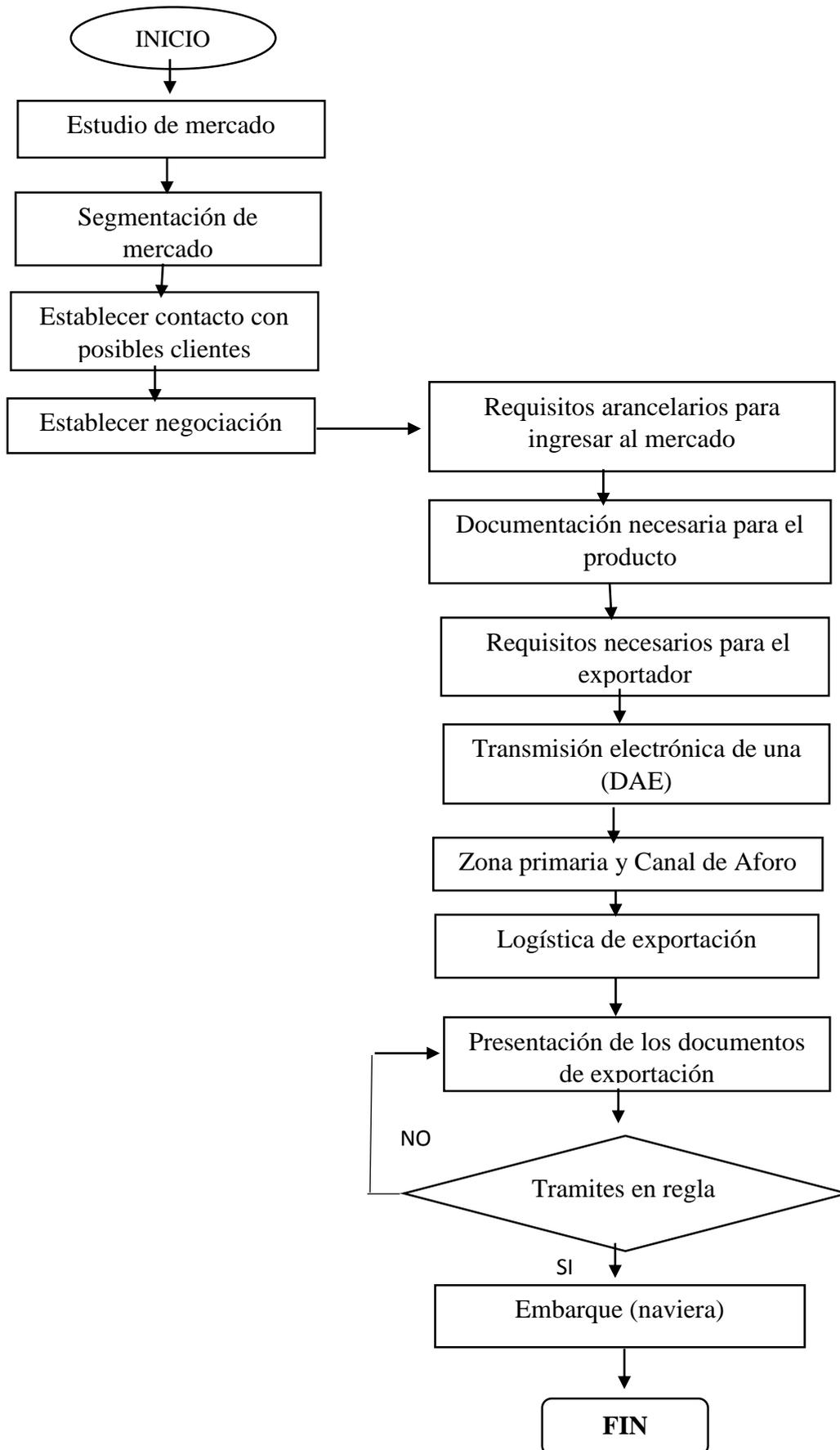
Tabla 24: Competencia

CURTIEMBRE	CIUDAD
Curtiembre Renaciente	Cuenca
Tenería San José	Ambato
Ecuatoriana de Curtidos Salazar	Ambato
Curtiduría Tungurahua	Ambato
Tenería Díaz	Ambato
Curtilan	Latacunga

Fuente: Curtiembre Aldas

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Gráfico 11: Flujograma de exportación



4.2.3 Estudio de mercado

4.2.3.1 Objetivos del estudio de mercado

Analizar el producto específico para tener conocimiento de sus cualidades y estructuras ya sea su composición y propiedades, para poder promocionar el producto a mercados internacionales y a los principales consumidores potenciales del producto.

4.2.3.2 Generalidades del producto

La palabra cuero proviene del latín curium (piel de los animales, curtida), es decir se trata de la piel tratada mediante curtido. El cuero, en definitiva, proviene de una capa de tejido que recubre a los animales y que tiene propiedades de resistencia y flexibilidad bastante apropiadas para su posterior manipulación.

La capa de piel es separada del cuerpo de los animales muertos, se elimina el pelo o la lana, salvo en los casos en que se quiera conservar esta cobertura pilosa en el resultado final y posteriormente es sometida a un proceso de curtido. El cuero se emplea como material primario para otras elaboraciones.

Estructura de la piel

La epidermis:

Junto con el pelo, se eliminan durante el proceso de curtición, es la capa superior que se desprende en determinadas épocas continuamente por la acción del frotamiento exterior, renovándose así mismo en el interior. Está formada por numerosas capas de células pero es muy delgada en relación con la dermis, y comprende el pelo del animal

La dermis

Se le define como piel verdadera y es lo que queda luego de eliminar la carne y la epidermis, está formada por las siguientes zonas. Capa flor, o zona papilar, determina el aspecto final del cuero acabado (excepción de los cueros esmerilados) está comprendida

por fibras muy finas en las cuales se encuentran las glándulas sebáceas, las glándulas sudoríferas, y los vasos sanguíneos.

Corium:

También llamada zona reticular, está situada debajo de la capa capilar con un espesor mayor, proporciona las características físicas del cuero acabado, está formada por un entretejido de haces de fibras muy bien estructuradas, es la piel destinada al curtido. (Villamil, 2013)

Ventajas del cuero frente al producto sustituto

Tabla 25: Cuero vs cuerina

Cuero	Cuerina
Piel animal que ya ha sido curtida	La piel sintética es un material textil modificado que simula la piel de animal natural
Es más estético	Se corruga con el tiempo
Vida útil más duradera	De menor durabilidad
Flexible para trabajarlo de distintas maneras	Necesita mayor mantenimiento que el cuero

Fuente: Curtiembre Aldas

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.2.3.3 Producción de cuero en Ecuador

La industria del cuero mantiene su espacio en el mercado nacional e internacional. Pese a los riesgos y amenazas, Tungurahua se mantiene como pionera en la producción nacional, con el 93 % de material que se utiliza para elaborar prendas de vestir.

Al ser una cadena productiva que genera fuentes de empleo a cientos de familias, el sector curtidor ha hecho inversiones en maquinaria y asesoramiento técnico para competir con mercados mucho más grandes.

La ruta del cuero se define como uno de los procesos más complicados dentro de la industria, donde se requiere un conocimiento profundo y cabal de la elaboración para no llenar el mercado de prendas de mala calidad.

Aunque el cuidado y tratamiento del ganado en pie no es el apropiado, la industria local hace lo posible por conseguir materia prima de buena calidad, que resulta muy difícil encontrar por la falta de mercado nacional.

Pro Ecuador señala que el país produce alrededor de 350 mil cueros y pieles al año. Una buena parte de la demanda se orienta al mercado interno de calzado, marroquinería y confecciones, y gran parte de la producción de cuero y pieles se exporta.

Las exportaciones de cuero (pieles) y sus confecciones, ascienden a US\$ FOB 39,8 millones y sus principales destinos fueron: Italia; China; Perú y Colombia.

4.2.3.4 Análisis Ecuador-China

Ecuador y China han mantenido importantes relaciones de amistad y cooperación, pero durante los últimos nueve años nuestra relación binacional ha alcanzado niveles sin precedentes, que sirven incluso de referentes para la región.

Ambos países tienen la convicción de profundizar las relaciones binacionales con base a la confianza política y el apoyo mutuo; la cooperación pragmática para el desarrollo; el intercambio cultural y el talento humano; y la coordinación y cooperación multilateral.

China la economía que más crece en el mundo y la segunda más grande del planeta, es un socio fundamental para el Ecuador en el desarrollo y financiamiento de proyectos emblemáticos, aún más, en momentos sensibles para el país por la caída de los precios internacionales del petróleo. En esta década hemos profundizado nuestras relaciones económicas-comerciales, y hemos registrado notables avances en la cooperación

La coincidencia de política internacional y los intereses comunes entre el gigante asiático y América Latina, dan cuenta de la naturaleza estratégica de nuestras relaciones y de los beneficios de fomentar lazos de China con la Unasur y la CELAC. El profundizar las relaciones políticas, económicas -comerciales y de cooperación, nos acercarán, cada vez más, a alcanzar el bienestar, la prosperidad y la paz de nuestros pueblos.

En los últimos años, las relaciones económicas y comerciales entre China y Ecuador han logrado un gran desarrollo, estimulado aún más por los 14 convenios y memorándums bilaterales suscritos por el Gobierno de Rafael Correa en noviembre del 2007.

Actualmente más de 20 empresas Chinas invirtieron en Ecuador con una suma superior a 2.200 millones de dólares dedicándose a diferentes campos, tales como, la contratación de obras, ensamblaje, cooperación de tecnología agropecuaria, pesca, etc.

Al mismo tiempo ha llevado a cabo 21 programas que benefician al desarrollo económico del Ecuador.

4.2.3.5 Mercado Objetivo

La Empresa Curtiembre Aldas para la exportación de cuero curtido (Wet blue) ha determinado su Mercado objetivo hacia China, específicamente Shanghai, situada en China del este.

4.2.3.5.1 Indicadores socioeconómicos

En el siguiente gráfico se puede observar los indicadores más relevantes de China, los cuales muestran la realidad del país y su respectivo crecimiento económico y poblacional.

Gráfico 12: Indicadores socioeconómicos

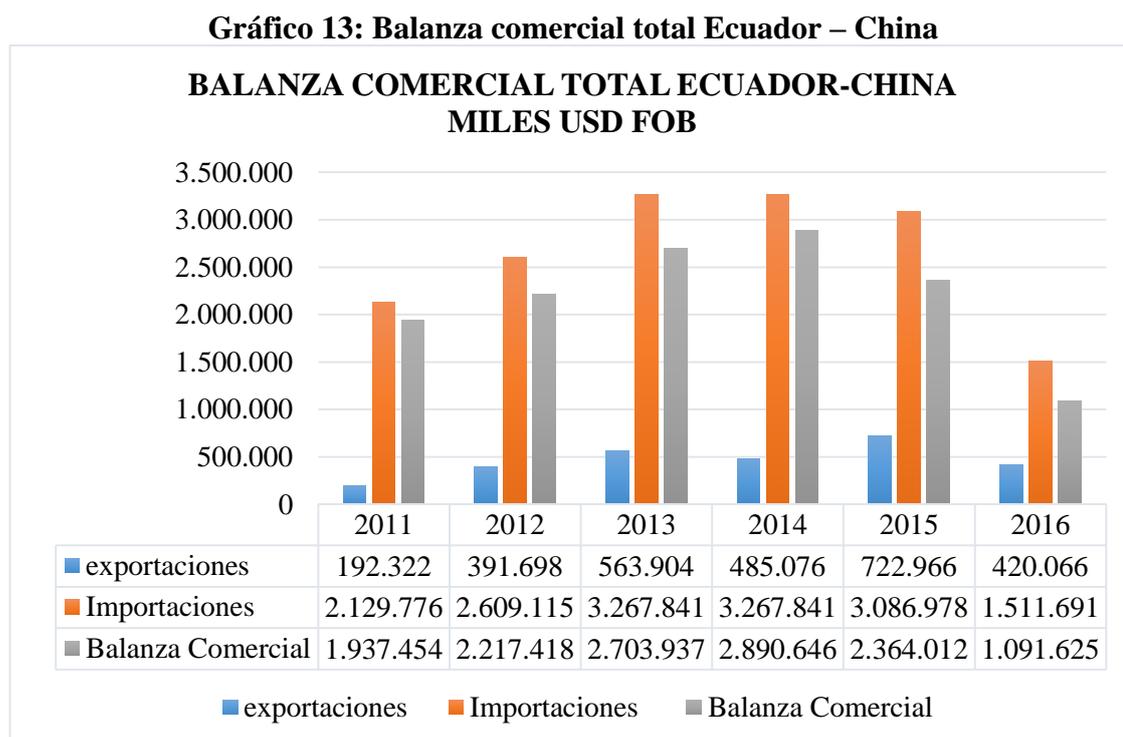
Nombre Oficial:	República Popular China
Capital:	Beijing
Forma de gobierno:	Estado Comunista
Lengua oficial:	Chino Mandarín
Población:	1, 373, 541,278 (Julio 2016 est.)
Crecimiento poblacional:	0,43% (2016 est.)
Superficie:	9,596,960 km ²
Moneda oficial:	Renminbi RMB – Yuan Chino
PIB:	USD \$ 11,008 billones (2015 est.)
PIB per cápita:	USD\$ 15.400 (2016 est.)
Tasa de cambio:	Renminbi-Yuan Chino (RMB) por USD-6.626 (2016 est.)

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR

Elaborado por: World Factbook; Banco Mundial

4.2.3.5.2 Balanza comercial total

Como podemos observar la balanza comercial total en los últimos años las importaciones son mayores que las exportaciones, dando como resultado una balanza comercial negativa para Ecuador, a pesar que en los últimos años se ve una reducción significativa de las importaciones.



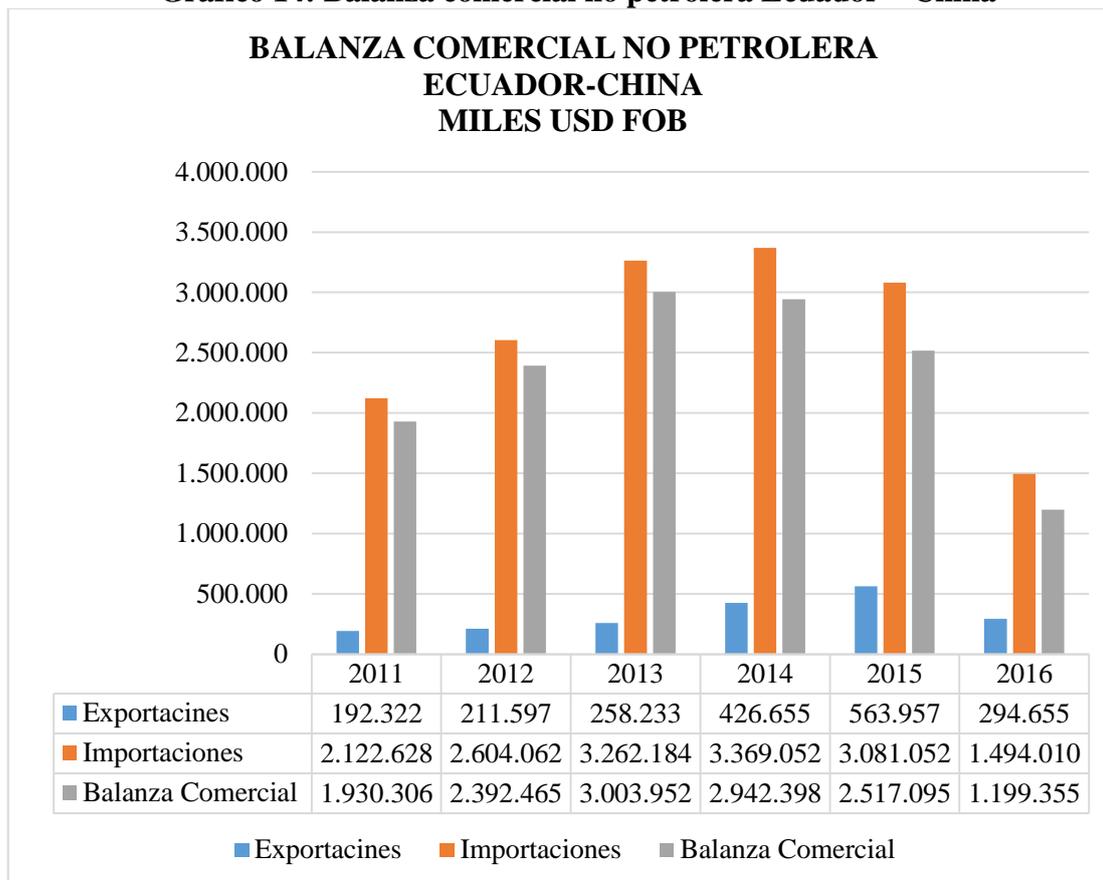
Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR

4.2.3.5.3 Balanza comercial no petrolera

A pesar de que en los últimos 2 años se han reducido las importaciones de productos no petroleros, China sigue siendo el país principal en reportar una balanza comercial positiva para con Ecuador, pero con la reducción de las importaciones y el aumento de las exportaciones en los últimos años, pretendiendo aumentar las exportaciones de productos no tradicionales.

Gráfico 14: Balanza comercial no petrolera Ecuador – China



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR

4.2.3.5.4 Principales productos exportados e importados entre Ecuador y China

A continuación de acuerdo al período 2016 se detallan los productos que son exportados por Ecuador hacia China con su respectivo porcentaje, así mismo se puede observar que el cuero no es uno de los principales productos que Ecuador exporte hacia China, pero es una industria que se está potenciando en los últimos años.

Gráfico 15: Principales productos exportados por Ecuador a China

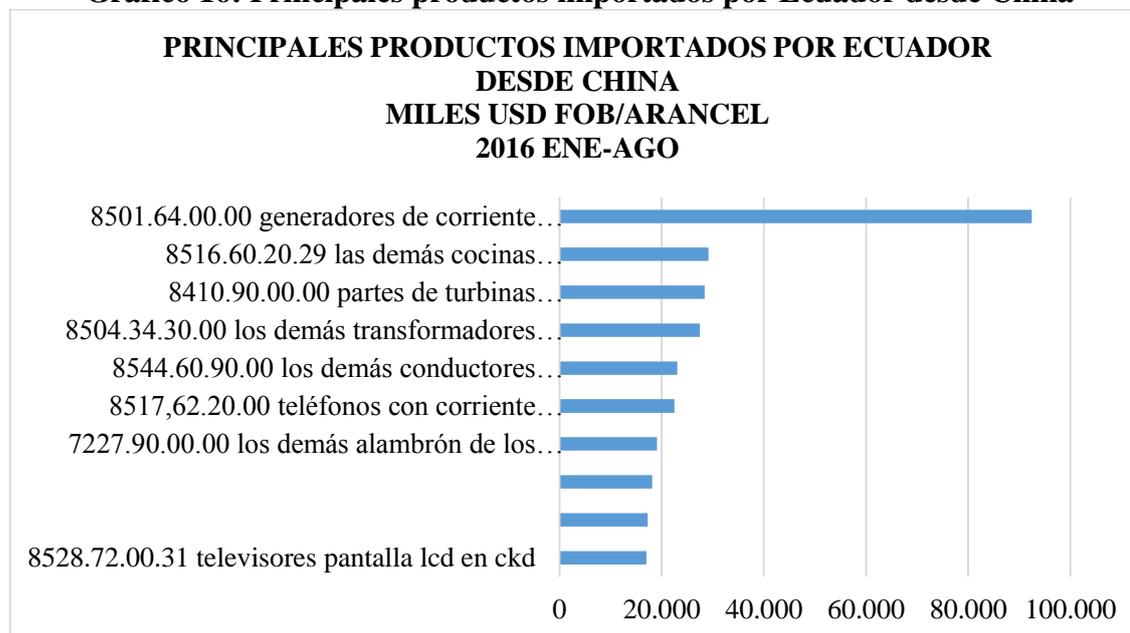


Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR

En el siguiente cuadro se puede apreciar los productos importados por Ecuador desde China de acuerdo al período enero- agosto 2016.

Gráfico 16: Principales productos importados por Ecuador desde China



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR

4.2.3.5.5 Productos ecuatorianos potenciales para el mercado chino

De acuerdo a la siguiente tabla se detallan los productos potenciales desde Ecuador hacia el mercado chino con su respectiva sub partida, entre los cuales el cuero es un producto potencial con valoración estrella para la exportación.

Gráfico 17: Productos ecuatorianos potenciales para el mercado Chino
PRODUCTOS ECUATORIANOS POTENCIALES PARA EL MERCADO CHINO

SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
0803.90	bananas frescas o secas	Estrella
0306.17	camarones y langostinos congelados	Estrella
2616.90	minerales de los metales preciosos y sus concentrados	Estrella
4407.22	virola, imbuía y balsa, cortadas o desenrolladas, de espesor > 6cm	Estrella
2301.20	harina, polvo y "pellets", de pescado o de crustáceos, de moluscos o demás invertebrados acuáticos	Estrella
4421.90	manufacturas de madera, NCOP	Estrella
2603.00	minerales de cobre y sus concentrados	Estrella
1801.00	cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	Estrella
0306.16	Camarones y langostinos congelados "PANDALUS SPP. CRANGON"	Estrella
4403.99	Madera en bruto, INCL. Descortezada, desalburada o escuadrada	Estrella
0603.90	flores y capullos, cortados para ramos o adornos secos	Estrella
4104.11	cueros en plena flor sin dividir o divididos con la flor, en estado húmedo	Estrella

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR

4.2.3.6 Razones por las cuales exportar a China

En términos generales “La economía china se ha caracterizado en las últimas dos décadas por un rápido crecimiento económico, impulsado principalmente por la inversión y la demanda exterior (exportaciones); todo ello reforzado desde la entrada en el 2001 de China a la Organización Mundial del Comercio (OMC).

A nivel mundial el sector es liderado por China, quien usa como principal estrategia su apalancamiento en canales existentes de los mercados, haciendo una distribución de sus productos a través de grandes cadenas y marcas conocidas, su tecnificada producción a escala, una gran estructura física en sus plantas de producción y su velocidad de respuesta ante los dinámicos cambios de las tendencias en la moda.

Desde sus inicios el objetivo principal de la actividad ganadera en China era la producción de carnis y lácteos. Por lo tanto, no tenía presencia en el mercado de las pieles, pero en los años 70s las reformas permitieron el desarrollo de la industria para la producción de piel a gran escala. En las dos últimas décadas la evolución ha sido muy rápida, conformándose una integración vertical de la industria, con curtidurías, calzado, productos de piel y peletería. También han surgido otros sectores auxiliares, como productos químicos para la industria de la piel, maquinaria y equipos del procesado de la piel, y componentes para el calzado. Como consecuencia de esto China se ha convertido en unos de los principales productores y mercados de la industria de la piel.

En la actualidad China es el mayor productor mundial de piel en bruto y curtida, y el país con mayor volumen de exportaciones e importaciones. Shanghái, Pekín, Hong Kong y Guangzhou son los principales centros de consumo de este producto.

A partir de lo anterior, hay numerosas razones para que Ecuador exporte a China, además se considerada a China como “la fábrica del mundo”, denominación que hace énfasis a que un alto porcentaje de la totalidad de productos que se comercializan o se distribuyen en el mundo, son chinos o de alguna u otra forma tiene un componente de ese país (materia prima, ensamble, pintura etc.).

Por todo lo mencionado se entiende la importancia de exportar a China y que esto es mucho más beneficioso para Ecuador, ya que el alcance de la economía del gigante asiático es significativo, gracias a su peso a nivel global. Ecuador tiene una serie de oportunidades para llegar a este mercado. Según cifras del Banco Central del Ecuador, las exportaciones ecuatorianas no petroleras hacia China el año pasado superaron los USD 263 millones en valor FOB, lo que representa un incremento del 24% con relación al 2015. De igual forma, se registró un incremento significativo del volumen exportado.

Este superó las 162 000 toneladas métricas, lo cual significó un 24% más que el período anterior.

4.2.3.7 Análisis del mercado objetivo

China ha protagonizado en las últimas décadas la mayor revolución económica del mundo, el crecimiento económico chino se ha basado, como es bien sabido, en las exportaciones e inversión.

4.2.3.7.1 China

República popular China. El nombre chino del país, significa ‘tierra central’, una referencia a la creencia china de que su país era el centro geográfico de la tierra y la única civilización verdadera.

Es un Estado soberano situado en Asia Oriental. Es el país más poblado del mundo, con más de 1 300 000 000 habitantes, y la primera potencia económica mundial por PIB, en términos de paridad de poder adquisitivo. La República Popular China es un Estado unipartidista gobernado por el Partido Comunista y tiene la sede de su gobierno en la capital, Pekín. Está dividida en veintidós provincias, cinco regiones autónomas, cuatro municipios bajo jurisdicción central Pekín, Tianjin, Shanghái y Chongqing y dos regiones administrativas especiales Hong Kong y Macao. Asimismo, China reclama la que considera provincia de Taiwán, que es controlada por la República de China con un estatus político de la isla controvertido.

Con una superficie de 9 596 960 km², China que tiene fronteras con catorce Estados soberanos, es el tercer país más extenso del planeta por superficie terrestre detrás de Rusia y Canadá y el cuarto si se cuentan las masas de agua, detrás de Rusia, Canadá y Estados Unidos.

La civilización china, una de las más antiguas del mundo, floreció en la fértil cuenca del río Amarillo. Durante milenios su sistema político se basó en monarquías hereditarias, conocidas como dinastías. La primera de las cuales fue la semi mitológica dinastía Xia en torno al 2000 a. C. Desde el 221 a. C., cuando la dinastía Qin conquistó diversos Estados y formó el primer Imperio chino, el país se ha expandido, fracturado y ha sido

reformado en numerosas ocasiones. La República de China derrocó a la última dinastía en 1911 y gobernó la China continental hasta 1949. Después de la derrota del Imperio del Japón en la Segunda Guerra Mundial y la retirada de sus tropas de China, el partido comunista se impuso en la Guerra Civil y proclamó la República Popular China en Pekín el 1 de octubre de 1949. El derrotado régimen de la República de China, dominado por el partido Kuomintang trasladó su gobierno a Taipéi y desde entonces, la jurisdicción de la República de China se limita a Taiwán y algunas islas periféricas.

Desde la introducción de las reformas económicas de 1978, China ha sido la economía de más rápido crecimiento del mundo, alcanzando en 2014 la primacía mundial en términos de PIB medido en paridad de poder adquisitivo y manteniéndose como la segunda potencia por PIB nominal. China es, además, el mayor exportador e importador de bienes y la primera potencia industrial. También es miembro formal o informal de numerosas organizaciones multilaterales, como la OMC, la APEC, los BRICS, la Organización de Cooperación de Shanghái y el G20.

4.2.3.7.2 Ubicación

Se ubica en el este del continente asiático, limita al este, con el océano pacífico; al sur y al oeste con la cordillera del Himalaya y al norte con el desierto de Gobi.

Limita al norte con la República de Mongolia y Rusia, al noreste con Rusia y Corea del Norte, al este con el mar Amarillo y el mar de la China Oriental, al sur con el mar de la China Meridional, Vietnam, Laos, Myanmar (antigua Birmania), India, Bután y Nepal, al oeste con Pakistán, y Tayikistán y al noroeste con Kirguizistán y Kazajistán.

4.2.3.7.3 Shanghái

La ciudad china de Shanghái, está ubicada sobre el delta del río Yangtzé, centrado en la costa del mar de la China oriental. Posee un área de alrededor de 5.800 Km. cuadrados y una población de alrededor de los 19 millones de habitantes incluyendo a 2 millones que habitan en viviendas sobre el mar.

Es la ciudad más grande de la República Popular de China, considerada además como la capital económica de dicho país, ya que fundamentalmente es una ciudad industrial y

tecnológica. Aquí se desarrolla uno de los puertos más relevantes por la magnitud de intercambios financieros y comerciales.

Y se asientan en ella más de 4.000 rascacielos (de los cuales, dos de ellos son los más altos del mundo). Suele ser visita por miles de turísticas por sus monumentos y por ser centro cosmopolita de cultura y diseño.

Desde el punto de vista administrativo esta ciudad, es una de las cuatro municipalidades de la República Popular China, la cual es administrada por el gobierno central del país.

- **Historia**

Shanghái fue un pequeño pueblo, ubicado en el delta del río Yangtsé, dedicado a la pesca y la industria de la sal y el algodón. Durante la dinastía Ming (1368-1644), Shanghái comenzó a tener más relevancia como puerto y fue amurallada para evitar el ataque de piratas japoneses. Este crecimiento continuó durante la dinastía Qing (desde 1644), pero la victoria británica en la Primera Guerra del Opio cambiaría toda su historia.

La apertura de Shanghái llevó a la construcción de «concesiones» fuera de los muros de la ciudad, en los que regían las leyes de cada potencia extranjera. En 1863, las concesiones inglesas y estadounidenses se fusionaron y se creó la Concesión Internacional de Shanghái, pero los franceses decidieron mantener su concesión separada. Más extranjeros llegaron en el siglo XX, destacando más de 20.000 exiliados tras la Revolución rusa. En 1932, Shanghái era la quinta ciudad más grande del mundo y hogar de más de 70.000 personas. Shanghái no sólo era un gran puerto, sino también un importante centro financiero, tanto de los intereses británicos en el Lejano Oriente como de los japoneses, cuyo imperio estaba en crecimiento.

El apogeo de la ciudad terminaría con la Segunda guerra sino-japonesa. En 1937, los japoneses sitiaron y ocuparon la ciudad, manteniendo las concesiones europeas, a las que llegaron miles de personas (especialmente judíos) huyendo de los crímenes ocurridos por la Segunda Guerra Mundial; la población llegó a los 150.000 extranjeros en 1942. Sin embargo, en diciembre de 1941, Japón invadió las concesiones una vez ocurrido el ataque a Pearl Harbour.

Tras la victoria de los aliados en 1945, Japón se retiró de la ciudad, pero el país siguió en conflicto. Shanghái, hogar de miles de trabajadores sometidos a paupérrimas condiciones laborales en las industrias extranjeras, se convirtió en uno de los centros del pensamiento político izquierdista. En 1949, el Partido Comunista logró imponerse en la guerra civil e instauró la República Popular. Esto ahuyentó a los pocos empresarios extranjeros que quedaban, quienes prefirieron partir a Hong Kong, bajo dominación británica.

Aunque continuó siendo el principal puerto de exportación, la economía en Shanghái sufrió un duro revés por décadas. Cuando Deng Xiaoping decidió iniciar el proceso de reformas económicas durante los años 1980, eligió a la provincia de Guandong en desmedro de Shanghái. Sería recién en los años 1990 que la apertura comercial llegaría a estas tierras. Al otro lado del río, el área de Pudong que se había mantenido como un sector eminentemente agrícola por siglos, se convirtió en la sede de las principales instituciones comerciales y financieras que comenzaron a ubicarse en la ciudad. Shanghái recuperó su sitio como eje económico de la nueva China y se convirtió en la cara de ésta a Occidente, tal como había sido 150 años atrás.

- **Geografía**

Shanghái se ubica junto al delta del Yangtsé, el principal río del país y el tercero más largo del mundo, que desemboca en el océano Pacífico a unos kilómetros del centro de la ciudad. Un pequeño afluente, el Huangpu cruza la ciudad. En el margen occidental a éste se encuentra la ciudad antigua de Shanghái, conocida como Puxi, y que comprende a ocho distritos. En este sector está el área comercial, las antiguas concesiones y siguiendo el borde del río, el Malecón o Bund. Cruzando el río, está el área de Lujiazui, donde se ubican todos los rascacielos y que forma parte de Pudong. La incorporación del margen oriental del río comenzó hace unas dos décadas aproximadamente.

- **Clima**

Esta ciudad posee un clima tropical húmedo, con estaciones bien marcadas. Esto se debe a su cercanía con el mar (a unos 40 kilómetros de distancia), y la proximidad de la desembocadura del río Yangtzé (a 20 kilómetros) y del lago Taihu.

En invierno, los vientos del norte provenientes de Siberia causan descensos muy bruscos de la temperatura, a tal punto de ocasionar algunos días de nevada. En cambio, en el verano de Shanghái, las temperaturas son muy altas y con un gradiente importante de humedad. Por lo tanto, las estaciones más moderadas son la primavera y el otoño, ya que suelen ser secos y soleados.

En cuanto a las precipitaciones, estas se desarrollan en mayo y otoño, debido a los vientos monzones, característicos de esta zona asiática.

- **Población**

Según el quinto censo nacional, esta ciudad alcanza los 16.74 millones de habitantes. Esto se debe a que es considerada una de las atracciones para millones de chinos.

Esto puede observarse en números, entre los años 1950 y 1980, ya que es donde Shanghái crece demográficamente de una manera muy abrupta. Sin embargo, desde comienzos de 1990 el aumento ha sido más leve.

Todo ello, motivó al gobierno a implementar medidas al respecto, como ser un sistema de registro para los residentes con permiso de residencia.

Este crecimiento se debe únicamente al aporte migratorio, ya que el crecimiento natural de los residentes permanentes es muy bajo, provocando un descenso en la tasa de natalidad.

- **Economía**

Shanghái, suele ser considerada como el centro financiero y comercial de China. Además, cuenta con uno de los puertos más activos de país y del mundo en términos de cargas.

Además, ha aumentado su papel en las finanzas y como destino para las sedes de corporativas. Esto trajo aparejado, demanda en cuanto al buen nivel educativo y de trabajo más moderno.

- **Moneda**

La moneda oficial de China se llama Renminbi (RMB), que significa "moneda del pueblo". Su unidad básica es el yuan (CNY) y ambos términos se utilizan indiferentemente. Es decir, 5RMB es lo mismo que 5CNY. Los símbolos de la divisa son ¥ y 元. Es emitida por el banco popular chino, el valor de esta moneda para evitar las fluctuaciones de los mercados financieros, está fijado a una canasta de divisas extranjeras

Cada yuan está dividido en 10 jiao y cada jiao en 10 fen. Debido a su poco valor, es extraño llegar a ver monedas de fen (céntimo de yuan).

- **Religión**

El confucianismo es mayoritario en Shanghái. Además, se profesa el taoísmo y el budismo. La comunidad musulmana es cada vez más importante.

El budismo. - introducido en China desde la India en el siglo I de nuestra era, se ha convertido en la religión más grande en China. En la actualidad, China cuenta con más de 13.000 templos budistas con unos 200.000 monjes y monjas. Puesto que no hay ceremonia estricta cuando uno se convierte en un creyente religioso, es difícil obtener el número exacto de budistas. Según las estadísticas emitidas por la organización nacional del budismo en China, la Asociación Budista de China, el país tiene cerca de 100 millones de budistas.

El taoísmo. - Es una religión local que se formó en el siglo II sobre la base de la antigua filosofía Tao en China. En todo el país, hay más de 1.500 templos taoístas con 25.000 sacerdotes y monjas taoístas. También es difícil saber el número real de sus seguidores, ya que, como el budismo, el taoísmo tampoco tiene ritos estrictos de admisión.

El Islam. - Entró en China en el siglo VII. Los musulmanes se distribuyen principalmente en 10 minorías étnicas. Cuando quieren averiguar el número total de musulmanes en China, los estudiosos suelen tomar como referencia la población total de estas 10 minorías étnicas, que alcanzan 20 millones.

- **Idioma**

El idioma oficial es el chino mandarín. Existen minoristas con sus propias lenguas, como el tibetano, mongol y uigur.

- **Puertos**

Cuenta con 3 puertos:

Puerto de Waigaoqiao

Puerto de Wusongkuo

Puerto de aguas profundas de Yangshan (Puerto Principal)

Está situado en el municipio de Shanghái, quedando compuesto por un puerto marítimo y un puerto fluvial, se sitúa frente al mar de china al este y a la bahía de Hangzhou al sur. Incluye las desembocaduras del río Yangtze (el tercero más largo del mundo), el río Huangpu (que se adentra en el río Yangtze), y el río Qiantang.

El puerto de Shanghái es un centro de transporte de importancia crítica para la región del río Yangtze y la puerta de entrada más importante para el comercio exterior. Sirve a las provincias interiores desarrolladas del Yangtze: Anhui, Jiangsu, Zhejiang y Henan, con una densa población, una base industrial fuerte y un desarrollado sector agrícola.

El puerto de Shanghái es administrado por el grupo Shanghái (SIPG) que sustituyó a la Autoridad del Puerto de Shanghái en 2003. La empresa 'Shanghái International Port Company Limited' es una empresa pública de la que el Gobierno Municipal de Shanghái posee el 44.23 % de sus acciones.

La principal actividad de SIPG son la carga y descarga de contenedores, y todos los servicios relacionados. En general, SIPG trabaja en los ámbitos de terminales de contenedores y terminales no de contenedores, servicios logísticos portuarios (transporte de contenedores costero, de cabotaje, y por carretera, transporte auxiliar, almacenaje, reexpedición, servicios de reducción de carga y desarrollo de software logístico) y otros servicios portuarios (pilotaje, remolque, recuento, tripulación,

servicios de agencia, servicios de tecnologías de la información e ingeniería portuaria mediante Shanghai Harbor Engineering Co. Ltd.).

Gráfico 18: Puerto de Shanghai



Fuente: Ingeniería por el mundo

Infraestructuras

El puerto de Shanghai consta de 19 terminales principales e independientes, esto es, separadas entre sí varios kilómetros. Cada terminal está especializada en un tráfico determinado y posee unas instalaciones adecuadas al tipo de buque que pueda atracar en ellas.

La ubicación de cada terminal se basa en la proximidad de Shanghai al río Yangtzé, cuya desembocadura tiene una longitud de 7-8 kilómetros. Shanghai está ubicado en dicha desembocadura y ello lo convierte en un punto de intercambio entre el comercio nacional, que se ubica a lo largo del río Yangtzé, y el internacional, de modo que su principal función es la de ser un puerto gateway que alimente tanto a su hinterland como a diversos destinos internacionales.

4.2.4 Segmentación de mercado

4.2.4.1 Segmentación geográfica

El mercado objetivo será Shanghái, localizado en la parte central de las costas de China de sur a norte. La ciudad está dividida en 18 distritos y un condado. El centro de la ciudad no está incluido en un solo distrito, sino que se extiende por varios de ellos.

Gráfico 19: China



Fuente: www.blogitravel.com

4.2.4.2 Segmentación demográfica

El producto estará dirigido a la población de Shanghái en general, sin embargo, debido a que el producto es una materia prima, estará dirigido principalmente a los productores de cuero y sus derivados, ya que el cuero (Wet blue) es un artículo que necesita continuar un proceso para llegar a obtener un producto terminado.

4.2.4.3 Segmentación socioeconómica

Tabla 26: Segmentación económica

SEXO	Masculino, Femenino
RELIGIÓN	Confucianismo en su mayoría
RAZA	Todas
MOTIVOS DE COMPRA	Gustos, Preferencias, Necesidad
NIVEL SOCIOECONÓMICO	Baja, Media, Alto
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Escuela, Colegio, Universidad
TIPO DE POBLACIÓN	Población Urbana, Población Rural

Fuente: Comercio global

Elaborado por: Liliana Fiallos

4.2.5 Acceso al mercado

Para el tratamiento de las exportaciones hacia China se debe cumplir con todos los requerimientos y documentación necesaria, para el producto exportado, dado que los procesos están vinculados por medios informáticos, para lograrlo, es importante que el importador cuente con un agente de aduana en el puerto de entrega, que el producto venga empaquetado de la manera correcta, es decir sin ningún tipo de manipulación o alteración, que se haya dado cumplimiento a los respectivos documentos y se los haya entregado debidamente.

4.2.5.1 Requisitos para ingresar productos ecuatorianos hacia el mercado Chino

4.2.5.1.1 Requisitos arancelarios

- **Barreras de entrada (no arancelarias)**

En cuanto a las importaciones en China se rigen a un control y regulación mediante documentos previos que se exigen para su aprobación como son las licencias de importación e inspección de productos.

La licencia de importación es necesaria para una entidad que no tiene autorización como importadora y es primordial presentarla cuando ingresan los productos al país.

En particular las importadoras autorizadas deben presentar licencias generales que les permita importar productos dentro de los límites permitidos.

- **Arancel armonizado de China**

El código del Sistema Armonizado de nomenclatura de mercancías suele ser distinto en China que en Europa o Estados Unidos. En todo el mundo, los primeros seis dígitos de este código suelen ser los mismos, aunque los últimos pueden variar. En el caso de China, según cuenta Mahoney: “aunque los seis primeros dígitos son los mismos en casi todos los casos, el séptimo y el octavo, y el sufijo de dos dígitos, son en general diferentes de lo que se usan en Estados Unidos.”

- **Preferencias arancelarias y acuerdos**

La Administración General de Aduanas de China publica un calendario anual de tarifas donde se incluyen los códigos del SA, los aranceles de importación a China, las tasas de valor añadido de importación, tasas de impuestos de consumo de importación, aranceles a la exportación y las medidas reglamentarias. Pese a que podría decirse que el arancel se mantiene estable en su conjunto, siempre existen pequeños ajustes en los códigos y las tasas de impuestos cada año que deben conocerse para evitar sorpresas.

Los aranceles de importación que se pagan en la mayoría de las importaciones principalmente ad valorem, y cuyas tarifas varían considerablemente según el producto. Cuando el país exportador es también miembro de la OMC, al igual que China, sus productos tienen derecho a las tasas de Nación Más Favorecida, que son inferiores a las tasas generales.

4.2.5.2. Documentación necesaria

4.2.5.2.1. Factura comercial original

Es un documento privado que el vendedor extiende a favor del comprador, aquí se refleja la voluntad de las partes en cuanto a condiciones de precios; pero al mismo tiempo debe ajustarse a normas y usos internacionales por cuanto es uno de los

documentos básicos para cumplir los trámites de exportación e importación que implica la compraventa internacional.

La factura comercial de exportación muestra el valor de transacción que es la base para calcular los derechos arancelarios en el país importador.

La factura comercial debe ser presentada en original y con un juego de seis copias, todas con firma autógrafa, en inglés o español y con la siguiente información:

- Aduana de salida (país de origen) y aduana de entrada (país de destino).
- Nombre y dirección del vendedor o del embarcador
- Nombre y dirección del comprador o consignatario
- Descripción detallada de la mercancía (nombre, calidad, marca, número y/o símbolos utilizados por el fabricante, etc.)
- Cantidad, peso y medidas del embarque
- Precio de cada una de las mercancías enviadas, especificar el tipo de moneda (de preferencia en moneda de fácil conversión) y señalar su equivalente en moneda nacional sin incluir IVA.
- Divisa utilizada
- Condiciones de venta establecidos conforme a los INCOTERMS. (Descripción de los montos por concepto de fletes, seguros, comisiones y costo de embalaje)

4.2.5.2.2. Lista de empaque

Mediante el Packing List que es un documento que complementará la factura comercial por lo que ya especifica el contenido de cada empaque y paquete a lo que se refiere a la información de la mercancía dispuesta para la exportación y deberá ser emitida por Curtiembre Aldas al momento del envío.

- Numero de Packing List
- Fecha de envío
- Información del exportador y del importador
- Cantidad o contenido de cada una de las mercancías
- Peso bruto y neto

4.2.5.2.3. Certificado de Origen

Es aquel documento que certifica el país de origen de la mercancía que en él se garantiza que la mercancía ha sido fabricada en ese país. Se utiliza sólo para exportaciones e importaciones con países extracomunitarios, de tal forma que los productos puedan acogerse a los regímenes preferenciales y a la aplicación de los aranceles que les corresponden.

Para la obtención de este certificado se deben seguir básicamente tres pasos:

Registro en el Ecuapass. - El primer paso que debe realizar el exportador para obtener el certificado de origen es registrarse en el Ecuapass, a través del sitio web portal.aduana.gob.ec, en la opción “Solicitud de uso”, o registrarse en los sitios web de FEDEXPORT o en las Cámaras autorizadas por el MIPRO para la emisión del documento.

Generación de la declaración juramentada de origen DJO.- En el Ecuapass, en el menú “Ventanilla única”, opción “Elaboración de DJO”, el exportador debe generar la respectiva Declaración Juramentada de Origen del producto a exportar, requisito mínimo para la obtención de todo certificado de origen. La DJO tiene como objetivo determinar si el producto cumplió con los requisitos para gozar de origen ecuatoriano.

Generación de certificado de origen. - En el Ecuapass, menú “Ventanilla única”, opción “Elaboración de CO”, el exportador debe llenar el formulario en línea, para luego retirarlo físicamente en el MIPRO, a menos que lo haya hecho a través de FEDEXPORT o alguna Cámara.

4.2.5.2.4. Certificación obligatoria a China

China Compulsory Certification (CCC) es una marca de seguridad obligatoria para los productos de fabricación nacional e importados, la certificación CCC fue introducida en el mercado Chino desde el 2002, todo producto extranjero que requiera de una certificación solo podrá ser importado, vendido o utilizado dentro del mercado chino una vez que hay obtenido un certificado chino.

Si un producto no cumple con las normativas CCC, este será retenido y devuelto a su lugar de origen.

La certificación CCC se divide en seis etapas.

- La tramitación documental de la solicitud de certificación.
- El ensayo tipo por un laboratorio de la CNCA.
- La inspección de la planta por el CQC.
- La evaluación de los resultados.
- La obtención del certificado.

4.2.5.2.5. Certificado Zoosanitario

Este certificado es importante ya que el producto es de procedencia animal el cual es emitido por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD) adscrito al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) en Ecuador.

Pasos para obtener el certificado:

- Acceda a la dirección <https://portal.aduana.gob.ec/>, visualizamos el portal externo de Ecuapass e ingrese con nuestro usuario y contraseña.
- Ingrese al portal de VUE (ventanilla única ecuatoriana)
- Visualice la pantalla principal de VUE e ingrese a la siguiente ruta: Elaboración de Solicitud > Documentos de Acompañamiento > Listado de Documento de Acompañamiento > AGROCALIDAD
- Clic sobre Solicitud de Solicitud de certificado Zoosanitario de Exportación.
- El sistema muestra el formulario y se procede a registrar la información en la sección “Datos de Solicitud”, “Datos de logística”, “Datos de Producto”
- Además, se deberá adjuntar los documentos de respaldo.
- Una vez que la información esté completa en el formulario, dé clic en el botón aceptar y aparece la ventana de certificación electrónica.

4.2.5.3. Requisitos para exportar

4.2.5.3.1. RUC de exportador

Es aquel documento que identifica e individualiza a los contribuyentes, personas física o jurídica, para fines tributarios. El RUC es el instrumento que permite que el Servicio de Rentas Internas (SRI) realice el control tributario.

Deben inscribirse dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos. El contribuyente se acerca a las ventanillas de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas portando los requisitos que se indican posteriormente e inscribe el Registro Único de Contribuyentes.

Documentos:

- Formulario 01A y 01B.
- Escrituras de constitución nombramiento del representante legal.
- Original y una copia de la cédula del representante legal
- Presentar el original del certificado de votación del representante legal.
- Copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

4.2.5.3.2. Certificado digital de firma electrónica y token

Para llevar a cabo el proceso de exportación dentro del ECUAPASS es necesario el uso de la firma electrónica en todos los trámites o declaraciones utilizando el dispositivo token el cual es proporcionado por las entidades certificadas como: Banco Central del Ecuador, Security Data.

Gráfico 20: Portal de certificación electrónica



Fuente: Banco central del Ecuador

Ingresar al portal de Certificación Electrónica www.eci.bce.ec, seleccionar el menú “Certificación Electrónica”, opción “Firma Electrónica”, y dar clic en la opción “Solicitud de Certificado”.

Comprobar el listado de los documentos en PDF que se deben adjuntar escaneados (tamaño menor o igual a 1Mb y legibles) que se deberán adjuntar posteriormente para el registro.

Documentos:

- Número de RUC de la empresa
- Digitalizado de cédula o pasaporte a color
- Digitalizado de papeleta de votación
- Digitalizado del Nombramiento o Certificado Laboral que indique el cargo firmado por el representante.

4.2.5.4. Requisitos para obtener el Registro de Exportador

Para poder exportar es necesario cumplir los siguientes requisitos para ser exportador ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENAE:

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

Una vez registrado como exportador, es necesario conocer 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 tramita la exportación.

4.2.5.5. Proceso en la Aduana

En la página del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) se manifiesta que todas las exportaciones deben presentar la declaración aduanera de exportación (DAE) y debe llenarse adecuadamente fiel a la verdad, se presentará de manera electrónica y/o física de acuerdo al formato y procedimiento dispuesto por la SENAE.

Se puede incluir en una sola DAE las facturas, documentos de transporte de un mismo manifiesto de carga y los demás documentos de acompañamiento que sean parte de la exportación, siempre y cuando pertenezcan a un mismo declarante, terminal, puerto o aeropuerto de embarque y destino de las exportaciones.

La Declaración Aduanera de Exportación crea un vínculo legal con la aduana, expresando obligaciones del exportador o declarante con la misma. Los datos que se establecerán en la DAE son los siguientes:

- Datos del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

4.2.5.6. Trámites en ECUAPASS

En octubre del 2012 el Ecuador puso en marcha un Sistema Aduanero denominado ECUAPASS, mismo que permite realizar operaciones aduaneras de importación y exportación; ya que a través de este Sistema se ha generado transparencia y eficiencia en las operaciones aduaneras, minimizar el uso del papel y facilitar al Comercio Exterior.

De acuerdo al portal de la aduana (http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action), para el proceso de exportación es lo siguiente: Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo y no intrusivo
- Canal de Aforo Automático

En este caso por ser la primera vez que se realiza la exportación la aduana efectuará el canal de aforo físico. Según el Reglamento de Facilitación Aduanera reglamento del

libro IV del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (COPCI) en su Art. 83 dice: Es el reconocimiento de las mercancías, para comprobar su naturaleza, origen, condición, cantidad, peso, medida, valor en aduana, y clasificación arancelaria, en relación a los datos contenidos en la Declaración Aduanera y sus documentos de acompañamiento y de soporte.

4.2.5.7. Partida arancelaria

Sección:	VIII	Pieles, cueros, peletería y manufacturas de estas materias
Capítulo:	41	Pieles(excepto la peletería) y cueros
Partida Sist. Armonizado:	4104	Cueros y pieles curtidos o “Crust”, de bovino(incluido el búfalo) o de equino, depilados, incluso divididos pero sin otra preparación
		En estado húmedo (incluido el “Wet blue”)
Sub partida Sist. Armoniz.:	410419	Los demás
Sub Partida Regional:	41041900	De bovino. Precurtidos al cromo húmedo (Wet blue)
Sub Partida Nacional	4104190000	

Fuente: SENA E

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.2.5.8. Logística de exportación

Entre las actividades que se realizará una vez que se tenga preparado el producto, están:

- Distinguir el Incoterm más adecuado en beneficio propio.
- Distinguir el medio de transporte más provechoso para el producto en bien de la empresa.
- Procesos de embalaje, empaque y etiquetado del producto.
- Preparación de documentos
- Estar en conocimiento de los certificados más requeridos que exige el mercado Chino para garantizar la calidad en el producto.

- Adoptar la forma de pago más adecuado.
- Contratar el transporte interno en caso de ser necesario.
- Contratar un seguro de mercancía como prevención de daños o robos.
- Estar dispuestos a un control aduanero
- Fases de ingreso al puerto y manejo de terminal a través de un agente aduanero.

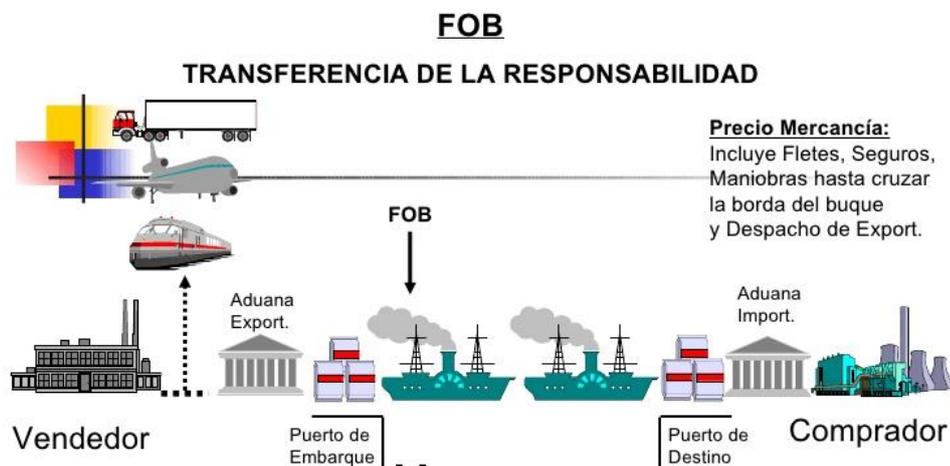
Estas y otras son las actividades de las que un exportador debe estar al tanto al momento de realizar una exportación hacia un mercado extranjero.

4.2.5.8.1. Término de comercio para la exportación

Una vez analizado los Incoterms, se determinó que el más factible para ejecutar nuestra exportación es bajo el Término FOB (Free On Board) perteneciente al grupo F, por ser el que mejor se acopla a las condiciones y características del producto a exportar. Dentro del mismo se establecerán las formas de pago de los servicios adquiridos, tales como: el precio del medio de transporte.

Al ser uno de los más utilizados se ha visto que el término FOB permitirá que la exportación del producto sea con mayor rapidez, menor coste y dominante control del riesgo de la operación, siendo una buena opción para realizar ventas con una gestión más sencilla y económica, normalizando y agilizando los trámites para la exportación del producto hasta que la mercadería este a bordo del buque, es decir se entregara hasta el puerto de Guayaquil para que el importador o comprador se ocupe desde ese punto al país destinatario en este caso China-Shanghái.

Gráfico 21: Término Incoterm FOB



Fuente: Comercio y Aduanas

Responsabilidad de la Empresa:

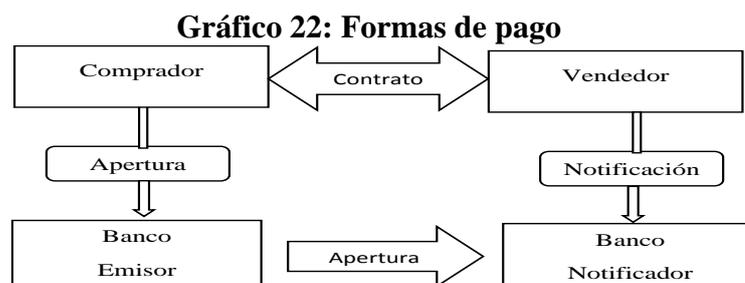
- Solventar todos los gastos hasta entregar los productos a bordo del buque: maniobras, cargas, descargas, desaduanamiento de exportación, manejos en el puerto y carga al barco.
- Realizar el despacho de exportación a través del agente de aduana

Responsabilidad del Comprador:

- Contratación del seguro de transporte
- Transporte internacional de la mercancía
- Descarga de la mercancía
- Despacho de aduanas de importación
- Transporte local en destino
- Realizar todos los trámites de importación hasta su país de destino

4.2.5.8.2. Formas de pago

La forma de pago se la realizará por medio de una carta de crédito o crédito documentario confirmada e irrevocable, la cual es considerada como uno de los medios de pago o cobro más privilegiado para las operaciones internacionales en contexto de comercio exterior. En el cual ambas partes pactan los acuerdos de compra y venta en los cuales intervienen trámites aduaneros a convenir, posteriormente la carta de crédito se hará efectiva una vez que el importador este satisfecho con los términos dando así la apertura de su banco a realizar la transacción pertinente al banco del exportador, el cual notificara al vendedor de tal transacción convenida para su transcurso de envió detallado en el contrato realizado entre ambas partes desde el inicio, con todas las garantías y permisos correspondientes.



Fuente: Legiscomex
Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

A continuación se detalla los pasos a seguir para el proceso de carta de crédito detalladamente:

- Se firmara el contrato de compra – venta donde se realizara todo acuerdo o pacto y las condiciones de la operación y de la cobranza a realizar.
- El exportador se encargara de efectuar el embarque de la mercadería y todo proceso aduanero correspondiente.
- Con todos los documentos pertinentes de embarque, el exportador los entregara a su banco (remitente) junto con la orden de cobro que contendrá las instrucciones sobre el manejo de dichos documentos.
- El banco remitente verifica que los documentos estén en orden y los envía a uno de sus corresponsales en el país del importador, transcribiendo las instrucciones sobre el manejo de la cobranza
- El banco presentador avisa la cobranza al importador, indicando sus condiciones.
- El importador aceptara los términos de la cobranza.
- El importador procede a la aceptación o al pago del valor de los documentos y el banco se los entregara.
- El banco presentador remesa al banco remitente el pago efectuado por el importador.
- El banco cobrador pone a disposición del exportador el valor recibido.

4.2.5.8.3. Características de la carga

El tipo de carga que exportaremos es considerada como carga general y carga unitarizada, tipo de carga que se transporta conjuntamente de cualquier naturaleza, en unidades independientes. Es de gran importancia conocer que este tipo de carga es considerada entre los refrigerados ya que necesita cierta temperatura durante su transportación, al ser un producto húmedo, debe ser trasladada en un contenedor refrigerado.

4.2.5.8.4. Contratación del Seguro

- Póliza flotante: cubre cierto número de exportaciones; se contrata cuando se mantiene un ritmo constante y uniforme de transacciones de comercio internacional.

Se ha decidido optar por la póliza flotante ya que esta resguarda cierto número de envíos, en vista de que este sistema proporciona este beneficio, este servicio de seguro nos proveerá la empresa SERWISEGUROS para realizar el traslado de la mercadería de las instalaciones de la Empresa Curtiembre Aldas hacia el puerto de Guayaquil, se debe considerar que la empresa ayuda a proteger los intereses del cliente, hay que tomar en cuenta que algunos daños no son cubiertos por las aseguradoras. Tal es el caso de los desgastes, los derrames, las demoras en el mercado destino, las guerras o riesgos similares, las huelgas, los motines y los actos terroristas, entre otros.

4.2.5.8.5. Contratación del Servicio de Transporte terrestre

Para el traslado del cuero curtido (Wet blue) desde las instalaciones de la Empresa Curtiembre Aldas hacia el puerto de Guayaquil se requiere de transporte vía terrestre para lo cual se utilizara transporte de carga pesada Pronexpre, mismo que garantice la seguridad de la entrega de la mercancía en el Puerto de destino.

No debemos olvidar el Conocimiento de Embarque Marítimo o Bill of Loading (B/L) el mismo que nos facilita la empresa transportista, este es el documento en el cual se registra el contrato de transporte entre el exportador y el transportista.

4.2.5.8.6. Contenedor

El contenedor que utilizaremos para nuestra exportación será el Contenedor REEFER CONTAINERS (RF) de 20 pies debido a que las mercancías tienen que viajar con tránsitos de temperatura controlada y por ello se transportan en contenedores refrigerados, como es el caso de nuestro producto el cuero curtido (Wet blue). Su funcionamiento se basa en la conexión a la red eléctrica y disponen de un disco de control de la temperatura.

4.3. ESTUDIO FINANCIERO

En la siguiente sección se demostrará las inversiones realizadas por Curtiembre Aldas tanto como son sus costos y gastos necesarios para iniciar con el proyecto de exportación de cuero curtido “Wet Blue, así como la presentación de los estados contables y financieros para realizar la evaluación financiera de la empresa y de tal forma determinar si el proyecto de exportación es factible para su desarrollo.

4.3.5. Inversiones del proyecto

4.3.5.2. Activo tangible

Se debe tomar en cuenta todos los activos que Curtiembre Aldas posee, y se clasificara de la siguiente manera:

Tabla 27: Activo Tangible
ACTIVOS TANGIBLES

Muebles y enseres	646,00
Terreno	45000,00
Edificios	139590,00
Equipos de Oficina	116,00
Equipos de Computo	2120,00
Maquinaria y Equipo	51900,00
Total	239372,00

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.5.3. Muebles y enseres

Tabla 28: Muebles y enseres
MUEBLES Y ENSERES

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios	6	50	300,00
Loquers	3	30	90,00
Basureros	7	3	21,00
Archivadores	3	20	60,00
Sillas	10	10	100,00
Mesa de reunión	1	75	75,00
		Subtotal	646,00
		Total	646,00

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.5.4. Terreno

Tabla 29: Terreno
Terreno

Descripción	Unidad medida	de cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Terreno m2	m ²	3000	15	45000
			Total	45000,00

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.5.5. Edificaciones

Tabla 30: edificaciones

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor total
Área de mecánica	m ²	30	4500,00
oficinas de producción	m ²	20	3790,00
bodega de químicos	m ²	40	4600,00
Área de acabados	m ²	900	20000,00
área de teñido	m ²	150	12300,00
área de curtido	m ²	200	13500,00
área de ribera	m ²	180	9700,00
zona de calderas	m ²	100	10700,00
área de administración	m ²	70	9500,00
bodega de producto terminado	m ²	50	6400,00
bodega de pieles saladas	m ²	200	11000,00
zona de reciclaje	m ²	250	12400,00
Alquiler para lavadora	m ²	350	15000,00
cocina y comedor	m ²	30	3900,00
Baños	m ²	10	2300,00
			Subtotal
			139590,00
			Total
			139590,00

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.5.6. Equipo de oficina

Tabla 31: Equipo de Oficina

Equipos de Oficina			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Teléfonos	4	20	80
Sumadora	2	10	20
Perforadora	4	1,50	6
Suministros de oficina	1	10	10
		Subtotal	116,00
		Total	116,00

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.5.7. Equipo de cómputo

Tabla 32: Equipo de Computo
Equipo de Computo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Laptop	2	580	1160
Computadora	3	250	750
Impresora multifunción	2	60	120
Accesorios	3	30	90
		Subtotal	2120
		Total	2120

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.5.8. Maquinaria y equipos

Tabla 33: Maquinaria y equipos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
bombo pelambre	1	4000,00	4000,0
bombo curtidor	1	3000,00	3000,00
Descarnadora	1	5400,00	5400,00
Divididora	1	4700,00	4700,00
escurridora de rodillo	1	6500,00	6500,00
Raspadora	1	8600,00	8600,00
Desvenadora	1	3500,00	3500,00
Pigmentadora	1	3000,00	3000,00
Planchadora	1	7000,00	7000,00
Ablandadora	1	4000,00	4000,00
caldero	1	6200,00	6200,00
		Subtotal	51900,00
		Total	51900,00

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.5.9. Depreciaciones

Tabla 34: Depreciaciones

Método de depreciación de línea recta				
Descripción	Depreciación	Mantenimiento	Valor Unitario	Depreciación
	Años	Porcentaje	Usd.	Usd.
Muebles y Enseres	10	10%	646,00	58,14
Edificaciones	20	5%	38700,00	1838,25
Equipo de Oficina	10	10%	116,00	10,44
Equipo de Computo	3	33,33%	2120,00	471,13
Maquinaria y Equipos	10	10%	51900,00	4671,00
Total				7048,96

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.6. Activo intangible

Son rubros que se realizan para el desarrollo normal de las operaciones, como servicios o derechos adquiridos que son necesarios para el funcionamiento.

4.3.6.2. Gastos de constitución

Tabla 35: Gastos de Constitución

Detalle	Valor
Gastos de Constitución	900,00
Patentes y marcas	550,00
Subtotal	1450,00
Total	1450,00

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.6.3. Gastos de administración

Tabla 36: Mano de Obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA			
Gastos de Administración	Valor total mensual	cantidad	Valor total anual
SUELDOS			
Gerente	700,00	1	8400,00
Contador	410,00	1	4920,00
Secretaria	365,00	1	4380,00
TOTAL SUELDOS ADMIN	1475,00		17700,00

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Tabla 37: Mano de obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA			
Sueldos	valor mensual	cantidad	valor anual
lijador	365,00	2	8760
curtidor	365,00	3	13140
obrero de acabado	365,00	2	8760
empacador	365,00	2	8760
Riverador	365,00	1	4380
obrero de pelambre	365,00	1	4380
bodegueros	365,00	1	4380
TOTAL SALARIOS PLANTA	365,00		4380,00

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.6.4. Materia prima

La materia prima que se adquiere es en piel es decir de la parte delantera y frontal del animal del cual se divide en dos bandas de cuero.

Tabla 38: Materia Prima
Materia Prima

Detalle	Pieles	Precio	Mensual	Anual
cuero	2500	6	15000	180000

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.6.5. Materiales directos

Tabla 39: Materiales Directos
MATERIALES DIRECTOS

Detalle	Unidad	Precio Unitario	Mensual	Anual
químicos	6	10	60	720
Zunchos	3	2	6	72
Cartón corrugado	40	0,70	28,00	336,00
plástico de embalar	10	0,25	2,50	30,00
Vinipel	4	5,00	20,00	240,00
Cinta de embalaje	3	2,00	6,00	72,00
Etiqueta y Marca	20	0,02	0,40	4,80
Pallet	10	5,00	50,00	600,00
Stretch Film	15	25,00	375,00	4500,00
Total		49,97	547,90	6574,80

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.6.6. Materiales indirectos

Son insumos para los trabajadores los cuales se determinó para el transcurso de 1 año para el trabajo diario.

Tabla 40: Materiales Indirectos
MATERIALES INDIRECTOS

Detalle	Unidad	Precio Unitario	Anual
Mandiles	7	10,00	70,00
Guantes	7	1,50	10,50
Botas de caucho	7	15,00	105,00
Suministros	2	10,00	20,00
		TOTAL	205,50

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.6.7. Gastos generales

Servicios obligatorios para el funcionamiento de Curtiembre Aldas, se entiende por servicios básicos como (agua, luz, teléfono)

Tabla 41: Gastos Generales
MANTENIMIENTO DE PLANTA

	Mensual	Anual
Agua	60,00	720,00
energía eléctrica	150,00	1800,00
Teléfono	45,00	540,00
Total	255,00	3060,00

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.6.8. Gastos de exportación

Gastos equivalentes para el desarrollo de la exportación ya que se lo realizará en termino FOB, el despacho de la mercadería tendrá gastos de transporte, carga e inspecciones obligatorias para cada mes.

Tabla 42: Gastos de exportación
Gastos de Exportación

Detalle	Unidades	Precio	Mensual	Anual
Estibaje (Contenedor) kl	2000	0,01	20,00	240,00
Transporte interno		450,00	450,00	5400,00
Despacho aduana		280,00	280,00	3360,00
Inspección antinarcóticos		0,00	0,00	0,00
		Total	750,00	9000,00

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.6.9. Capital de trabajo

Son todos los recursos o necesidades para la marcha de producción de cuero curtido (Wet blue), mensualmente y anualmente, durante el cual se observa la necesidad como capital de trabajo.

Tabla 43: Capital de trabajo
Capital de trabajo

Detalle	Valor mensual	Total
Materia prima	15000	180000,00
Mano de obra directa	365,00	4380,00
Mano de obra indirecta	1475,00	17700,00
Materiales directos	547,90	6574,80
Materiales indirectos	205,50	2466,00
Gastos generales	255,00	3060,00
Gastos de exportación	750,00	9000,00
Total	18598,40	223180,80

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.7. Costo de ventas- producción

Son los costos necesarios para la producción mensual de 5000 bandas de cuero curtido (Wet blue) y a su vez la producción anual de 60000 bandas

Tabla 44: Costo de Ventas – Producción

Detalle	Unidades Mensuales	costo x unidad	Costo Mensual	Costo Anual
Materia Prima		3,00	15000,00	180000,00
Mano de obra directa		0,07	365,00	4380,00
Mano de obra indirecta		0,30	1475,00	17700,00
Servicios Básicos		0,61	3060,00	36720,00
Materiales directos		0,11	547,90	6574,80
Materiales indirectos		0,04	205,50	2466,00
Total	5000	4,13	20653,40	247840,80

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.8. Precio FOB

Se muestra la fijación de un precio para la exportación de tal manera que se calcula los rubros o gastos necesarios para la exportación.

Tabla 45: Precio FOB

Descripción	Cantidad	Costo Unidad	Costo total
EXWORKS	2000	4,13	8261,36
Estiba (Contenedor) 0.01 x Kl		0,01	221,10
Transporte Interno		450,00	450
Despacho Aduana (Agente)		280,00	280
Inspección antinarcoóticos		0,00	0,00
FOB		734,14	9212,46
* Seguro 1% FOB			92,12
Margen de Ganancia 40%			3684,98
Precio Mercadería			12989,57

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.9. Total inversión

Tabla 46: total inversión

Total inversión		
Cuenta	Subtotal	Total
CAPITAL DE TRABAJO		220920,3
Materia Prima	180000	
Mano de obra directa	4380,00	
Mano de obra indirecta	17700,00	
Materiales directos	6574,80	
Materiales indirectos	205,50	
Gastos generales	3060,00	
Gastos de exportación	9000,00	
ACTIVO TANGIBLE		239372,00
Muebles y Enseres	646,00	
Terreno	45000,00	
Edificaciones	139590,00	
Equipo de oficina	116,00	
Equipo de computo	2120	
Maquinaria y Equipo	51900,00	
ACTIVO INTANGIBLE		1450,00
Gastos de constitución	1450,00	
TOTAL ACTIVO		461742,30
Depreciación acumulada		11841,24
TOTAL INVERSIÓN		449901,06
Total toneladas producidas		61
Toneladas para exportar		22
Total inversión		127055,45
Total inversión para la exportación		45823,28

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Mediante la aplicación de la regla de tres se determinó que el total de la inversión para exportar es de 45823,28

4.3.10. Calculo de ingresos y costos proyectados

De tal manera que Curtiembre Aldas tiene una capacidad mensual de 5000 mensuales y al año se producirá 60000 ya que se determinó un precio de producción de 4,13 por unidad

Tasa de inflación del Ecuador en el 2017 se aplicará el 3.38%.

Aplicando la siguiente fórmula para la proyección.

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

Tabla 47: Ventas proyectadas FOB

Años		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas FOB	\$276.373,80	\$285.715,23	\$305.356,00	\$337.377,44	\$385.356,02	\$455.034,98
	0	1	2	3	4	5

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Tabla 48: Costo de ventas proyectado

Años		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de venta proyectado	\$31.449,60	\$32.512,60	\$34.747,59	\$38.391,43	\$43.851,09	\$51.780,12
	0	1	2	3	4	5

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Tabla 49: Gastos Generales

Años		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
gastos Generales	\$3.060,00	\$3.163,43	\$3.380,89	\$3.735,43	\$4.266,65	\$5.038,13
	0	1	2	3	4	5

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Tabla 50: Gasto de ventas/FOB

Años		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
gastos de ventas	\$9.212,46	\$9.523,84	\$10.178,53	\$11.245,91	\$12.845,20	\$15.167,83
	0	1	2	3	4	5

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Tabla 51: Total inversión de Exportación

Años		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total inversión de exportación	\$162.259,40	\$167.743,77	\$179.274,88	\$185.334,37	\$211.690,85	\$249.968,18
	0	1	2	3	4	5

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Tabla 52: Capital de Trabajo

Años		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital de trabajo	\$80.491,44	\$83.212,05	\$88.932,25	\$98.258,21	\$112.231,55	\$132.524,93
	0	1	2	3	4	5

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Tabla 53: Gastos de exportación

Años		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de exportación	\$9.000,00	\$9.304,20	\$9.943,79	\$10.986,56	\$12.548,96	\$14.818,03

0 1 2 3 4 5

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

Tabla 54: Gastos Administrativos

Años		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos administrativos	\$22.080,00	\$22.826,30	\$24.395,44	\$26.953,69	\$30.786,79	\$36.353,56

0 1 2 3 4 5

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.11. Balance General

Tabla 55: Balance General

Activos Financieros					
Disponible			PASIVOS		
Caja - Bancos		34140,00	PASIVO CORRIENTE (Corto plazo)		19800,00
Mano de obra directa	4380,00		Proveedores	12500	
Mano de obra indirecta	17700,00		Sueldos	7300	
Gastos generales	3060,00				
Gastos de exportación	9000,00				
Inventarios		186780,30	PASIVO NO CORRIENTE (Largo plazo)		0,00
Materia prima	180000,00		Otros pasivos		0,00
Materiales directos	6574,80				
Materiales indirectos	205,50		TOTAL PASIVO		19800,00
CAPITAL DE TRABAJO		220920,30			
ACTIVOS FIJOS			PATRIMONIO		
Depreciable		194372,00	CAPITAL SOCIAL		385101,1
Muebles y enseres	646,00		Aporte de los socios	385101,1	
Edificios	139590,00				
Equipos de oficina	116,00				
Equipos de computo	2120,00				
Maquinaria y Equipos	51900,00				
OTROS ACTIVOS		1450,00			
Gastos de constitución	1450,00				
TOTAL ACTIVOS FIJOS		416742,30			
Depreciación		11841,24			
TOTAL DE ACTIVOS		404901,06	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		404901,06

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

4.3.12. Flujo de efectivo

Tabla 56: Flujo de Efectivo

Detalle	1	2	3	4	5
Saldo inicial	220920,30	276990,24	321075,58	364219,73	414430,40
Fuentes:					
Ventas	285715,23	305356,00	337377,44	385356,02	455034,98
SALDO DISPONIBLE	506635,53	582346,24	658453,02	749575,75	869465,38
(-) Usos:					
Costo de producción	32512,60	34747,59	38391,43	43851,09	51780,12
Gastos generales	3163,43	3380,89	3735,43	4266,65	5038,13
Gastos administrativos	22080,00	24395,44	26953,69	30786,79	36353,56
Gastos de ventas	9212,46	10178,53	11245,91	12845,20	15167,83
Utilidad operacional	439667,05	509643,78	578126,56	657826,03	761125,74
(-) 15% Part. Trabajadores	65950,06	76446,57	86718,98	98673,90	114168,86
(-) 22% Imp. Renta	96726,75	112121,63	127187,84	144721,73	167447,66
(=) Saldo Neto	276990,24	321075,58	364219,73	414430,40	479509,21

Elaborado por: Liliana Fiallos

4.3.13. Estado de resultados

Tabla 57: Estado de Resultados

Estado de resultados						
Detalle		1	2	3	4	5
Ventas	276373,80	285715,23	305356,00	337377,44	385356,02	455034,98
(-) Costo de producción	31449,60	32512,60	34747,59	38391,43	43851,09	51780,12
(=) Utilidad bruta en ventas	244924,20	253202,64	270608,41	298986,01	341504,93	403254,87
(-) Gastos generales	3060,00	3163,43	3380,89	3735,43	4266,65	5038,13
(-) Gastos de ventas	9212,46	9523,84	10178,53	11245,91	12845,20	15167,83
(-) Gastos de exportación	9000,00	9304,20	9943,79	10986,56	12548,96	14818,03
(-) Gastos administrativos	22080,00	22826,30	24395,44	26953,69	30786,79	36353,56
Utilidad operacional	201571,74	208384,86	222709,75	246064,41	281057,33	331877,31
(-) 15% Part. Trabajadores	30235,76	31257,73	33406,46	36909,66	42158,60	49781,60
(=) Utilidad antes de imp.	171335,98	177127,14	189303,29	209154,75	238898,73	282095,71
(-) 22% Imp. Renta	37693,92	38967,97	41646,72	46014,05	52557,72	62061,06
(=) Utilidad Neta	133642,06	138159,17	147656,56	163140,71	186341,01	220034,66

Elaborado por: Liliana Fiallos

4.3.14. VAN

Mediante la aplicación de la siguiente fórmula se determinarán los beneficios futuros y costos durante la etapa operacional, ya que se fijó que tendrá un periodo de 5 años que se calculará la rentabilidad.

Van: Valor Actual Neto

$$VAN = -I_0 + \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right]$$

I₀: Inversión

FN: Utilidad Neta

i: Constante

i: Tasa de Interés

n: Número de Años

VAN 1 11,83% Bancos

$$VAN = \left[\frac{138159,17}{(1+0.1183)^1} \right] + \left[\frac{147656,56}{(1+0.1183)^2} \right] + \left[\frac{163140,71}{(1+0.1183)^3} \right] + \left[\frac{186341,01}{(1+0.1183)^4} \right] + \left[\frac{220034,66}{(1+0.1183)^5} \right] - 449901,06$$

VAN= 153312,89

VAN 2= 23% Cooperativas

$$VAN = \left[\frac{138159,17}{(1+0.23)^1} \right] + \left[\frac{147656,56}{(1+0.23)^2} \right] + \left[\frac{163140,71}{(1+0.23)^3} \right] + \left[\frac{186341,01}{(1+0.23)^4} \right] + \left[\frac{220034,66}{(1+0.23)^5} \right] - 449901,06$$

VAN= -7259,52

4.3.15. TIR

Es un método de valoración de inversión que medirá la rentabilidad de los costos y los pagos actualizados en términos de porcentajes.

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 + VAN_2} \right]$$

TIR: Tasa Interna de Retorno

i 1: Tasa de Interés 1

i 2: Tasa de Interés 2

VAN 1: Valor Actual Neto 1

VAN 2: Valor Actual Neto 2

$$\text{TIR} = 0.1183 + (0.23 - 0.1183) \frac{440954,55}{440954,55 - 294901,18}$$

$$\text{TIR} = 0,45553 * 100\%$$

$$\text{TIR} = 45,55$$

La tasa de retorno se fijó en un 45,55% un valor mayor a cero lo que refleja que el proyecto es rentable

4.3.16. B/C

Se determina utilizando la siguiente formula en términos contables el beneficio por cada dólar invertido en el proyecto

$$\text{RB/C} = \left[\frac{\text{VN} + \text{VAN1}}{\text{C}} \right]$$

RB/C1: Relación Beneficio Costo

VN: Ventas Netas

VAN 1: Valor Actual Neto

C: Inversión

$$\text{B/C} = \frac{(285715,23 + 440954,55)}{162259,4}$$

$$\text{B/C} = 4,48$$

La relación expresa que la exportación de cuero curtido (Wet blue) se considera rentable puesto que con cada 1 dólar que se invierta se va a obtener 0,35 centavos lo que significa la utilidad para la empresa.

4.3.17. Periodo de recuperación

Se calcula de las inversiones tiempo en el que se recuperara con el flujo de ventas proyectada.

Tabla 58: periodo de recuperación

Inversión Inicial	Primer periodo	TOTAL
162259,40	138159,17	1,17

Elaborado por: Liliana Fiallos (2017)

El periodo de recuperación del proyecto de exportación de cuero curtido (Wet blue) será de 1 año 1 mes, considerando que el proyecto es a un plazo de 5 años está a un tiempo considerado óptimo.

4.3.18. Punto de equilibrio

Método de margen de contribución (Us. Dólares).

$$PE \$ = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - (\text{Costo Variable Total} / \text{Ventas Totales})}$$

Costos Fijos: 205140,00

Costos Variable total: 9523,84

Ventas Totales: 285715,23

$$PE \$ = \frac{205140,00}{1 - \left(\frac{9523,84}{285715,23}\right)}$$

$$PE \$ = \frac{205140,00}{1 - 0.03298333}$$

$$PE \$ = 212136,98$$

$$PE \$ = \frac{212136,98}{12} = 17678,08$$

CONCLUSIONES

- Se determinó que por medio de la correcta contextualización de los fundamentos teóricos y conceptuales, se pudo investigar sobre las diferentes teorías que existen sobre nuestro tema y se ha podido desarrollar el proyecto de exportación de cuero curtido (Wet blue) hacia el mercado de Shanghái.
- Mediante el diagnóstico de la situación actual de la empresa Curtiembre Aldas en la producción de cuero, se observó que la empresa cuenta con la capacidad productiva idónea para dirigir el producto hacia mercados internacionales y a su vez ofertar más productos a otros países .
- La evaluación económica y financiera de la investigación demuestra que el presente Proyecto de Exportación es viable y rentable. El primer año de operaciones, el proyecto obtiene utilidades, El VAN calculado es de 153312,89 y la TIR es del 45%, Relación Beneficio Costo por cada dólar invertido la ganancia es de \$0,35; donde según indica el cálculo la inversión del proyecto será recuperada en el primer año, 1 mes y 7 días de sus operaciones.

RECOMENDACIONES

- En la actualidad varias empresas ya se dedican a la exportación de cuero curtido “Wet blue” hacia el mercado de Shanghái-China, se puede aprovechar esto como una ventaja para recolectar mas información sobre los procesos productivos, métodos y técnicas de exportación para así no cometer los mismos errores y mejorar proporcionalmente las ventas.
- Mediante un buen desarrollo y aplicación de nuevas tecnologías se podrá a aumentar la capacidad de producción para así ofertar un mayor producto de calidad y costo a mercados internacionales para alcanzar nuevas metas y nichos de mercado.
- Se recomienda aplicar este proyecto ya que es considerado factible por los datos financieros obtenidos determinando que tiene viabilidad y rentabilidad para la empresa Curtiembre Aldas.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, I. (2012). *Cuero wet blue*. Recuperado de: <https://blogdelcalzado.com/2012/02/19/que-es-el-wet-blue-en-el-cuero-y-como-se-produce/>
- Arias, G. (2006). *El Proyecto de Investigacion*. Caracas: Episteme.
- Ballou, R. (23 de Noviembre de 2004). *Logística administracion de la cadena de suministros*. México: Pearson education.
- Bush, J. (2005). *China Certification*. Recuperado de: <https://www.china-certification.com/es/what-is-ccc/>
- Comercio Exterior. (2009). *Comercio Exterior*. Recuperado de: <http://comercioexterior-ecuador.blogspot.com/>
- Fonseca, & García, C. (2004). *Elementos del Comercio Exterior*. México: Editorial Trillas, S.A de C.V.
- Generalitat, V. (2011). *Canales de Exportación*. Recuperado de: <http://www.cigcvinternacional.com/etapas/canales-de-exportacion/exportacion-indirecta>
- Gido, J., & Clements, J. (2012). *Administracion Exitosa de Proyectos*. México: Ricardo H.Rodriguez.
- Lahera, E. (2013). *Estudios Internacionales*. México: Weatherhead School of Management.
- Martín, M., & Martínez, R. (2012). *Manual Práctico de Comercio Exterior*. Madrid, España: Fundación Confemetal.
- Nelson, & Carl, A. (2010). *Manual de importaciones y exportaciones*. México: Mc Graw-Hill Interamericana editoriales S.A.
- Osinky, D. (2012). *Cuero, Piel y Calzado* . Recuperado de: <http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/EnciclopediaOIT/tomo3/88.pdf>
- Pérez, J. (2015). *Curtiembre*. Recuperado de: <http://lexicoon.org/es/curtiembre>
- PRO ECUADOR. (2015). *Requisitos para exportar*. Recuperado de: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/cif-costo-seguro-y-flete/>
- Rave, E., & Gómez, D. (2008). *La Internacionalización de las empresas*. Recuperado de: <http://www.ceipa.edu.co/lupa/index.php/lupa/article/view/106/206>
- Sampieri, A., & Hernández, R. (2010). *Metodología de la Investigacion*. México: Prentice.

- SENAE. (2012). *Exportación*. Recuperado de:
http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- Staton, W. (2007). *Fundamentos del Marketing*. Bogota: McGraw - Hill.
- Thompson, I. (07 de 2009). *Cliente*. Recuperado de:
<https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Villamil, C. (11 de noviembre de 2013). *El cuero y su clasificacion*. Recuperado de:
<http://www.abc.com.py/edicion-impresa/suplementos/escolar/el-cuero-caracteristica-y-utilizacion-1119866.html>

Anexo 2: declaración juramentada de origen

 Ministerio de Industrias y Productividad	DECLARACIÓN JURAMENTADA DE ORIGEN							
1. IDENTIFICACIÓN DE EMPRESA								
1.1. R.U.C.								
1.2 Nombre Contacto								
1.3 Dirección planta de producción (incluir ciudad y teléfono; según corresponda, ver instructivo de llenado)								
1.4 Correo electrónico de notificación								
2. PRODUCTO (Tramitar un formulario por cada Producto)								
2.1 Nombre comercial:								
2.2 Nombre Técnico:								
2.3 Unidad Comercial:								
2.4 Subpartida arancelaria								
3. UTILIZACIÓN INSTRUMENTOS DE COMPETITIVIDAD ADUANERA								
Zona Especial de Desarrollo	Zona Franca	Ninguna:						
4. (*) MATERIALES EXTRANJEROS IMPORTADOS DIRECTAMENTE O ADQUIRIDOS EN EL MERCADO NACIONAL DE LAS PARTES NO SIGNATARIAS DEL ACUERDO O ESQUEMA COMERCIAL.								
N°	Descripción	Subpartida	País	País	Unidad de	Cantidad	Valor CIF S	Valor Planta
	Nombre Técnico	(10 dígitos)	Origen	Procedencia	Medida		Por Unidad Comercial del	Producto (casilla 2.3)
4.11 Valor Total por Unidad de Producto (US \$)								
5. (*) MATERIALES NACIONALES O DE LAS PARTES SIGNATARIOS DEL ACUERDO O ESQUEMA COMERCIAL, PARA EFECTOS DE ACUMULACIÓN, SEGÚN CORRESPONDA								
N°	Descripción	Subpartida	Unidad de	Cantidad	Valor Planta S			
	Nombre Técnico	(10 dígitos)	Medida		Por Unidad Comercial de Producto (2.3)			
5.11 Valor total por unidad de producto (US \$):								

Anexo 3: Packing List

PACKING LIST

No.: 114/AJ/EXP/XVII/09

Quantity : 281 BAGS = 16.76 MT OF INDONESIAN COFFEE BEANS GRADE 1
 Shipped per : MV. CAPE FLORES 020W
 MV. MEDONTARIO 703S
 Port of Loading : SURABAYA, INDONESIAN PORT
 Destination : FREMANTLE PORT, AUSTRALIA



Marks	Description																																																				
15 / 1256 / 114 FIVE SENSES COFFEE 1 - 81	281 BAGS = 16.76 MT OF INDONESIAN COFFEE BEANS, CONSIST OF: 81 BAGS = 4.76 MT OF BALI ARABICA KINTAMANI WIB GRADE 1 (EX GROWER) 66 BAGS = 3.96 MT OF JAVA ARABICA WIB GRADE 1 134 BAGS = 8.04 MT OF BALI ARABICA KINTAMANI WIB GRADE 1																																																				
15 / 1256 / 114A JAVA ARABICA WASHED GRD 1 1 - 66																																																					
15 / 1256 / 114B BALI KINTAMANI ARABICA WASHED GRD 1 1 - 134																																																					
	<table> <tr> <td>Full & Sound</td> <td>: 168 Bags @ 60.9 Kgs</td> <td>:</td> <td>10,231.20 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td></td> <td>108 Bags @ 60.8 Kgs</td> <td>:</td> <td>6,566.40 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1 Bags @ 18.9 Kgs</td> <td>:</td> <td>18.90 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1 Bags @ 56.9 Kgs</td> <td>:</td> <td>56.90 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1 Bags @ 42.8 Kgs</td> <td>:</td> <td>42.80 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1 Bags @ 12.8 Kgs</td> <td>:</td> <td>12.80 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1 Bags @ 72.8 Kgs</td> <td>:</td> <td>72.80 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td>Balance</td> <td>: - Bags @ - Kgs</td> <td>:</td> <td>- Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>: 281 Bags</td> <td>:</td> <td>17,001.80 Kgs Gross</td> </tr> <tr> <td colspan="4"><u>Less:</u></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Tare of 170 Bags of 0.9 kg each</td> <td>:</td> <td>153.00 Kgs</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Tare of 111 Bags of 0.8 kg each</td> <td>:</td> <td>88.80 Kgs</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Total</td> <td>:</td> <td>16,760.00 Kgs Nett.</td> </tr> </table>	Full & Sound	: 168 Bags @ 60.9 Kgs	:	10,231.20 Kgs Gross		108 Bags @ 60.8 Kgs	:	6,566.40 Kgs Gross		1 Bags @ 18.9 Kgs	:	18.90 Kgs Gross		1 Bags @ 56.9 Kgs	:	56.90 Kgs Gross		1 Bags @ 42.8 Kgs	:	42.80 Kgs Gross		1 Bags @ 12.8 Kgs	:	12.80 Kgs Gross		1 Bags @ 72.8 Kgs	:	72.80 Kgs Gross	Balance	: - Bags @ - Kgs	:	- Kgs Gross	Total	: 281 Bags	:	17,001.80 Kgs Gross	<u>Less:</u>					Tare of 170 Bags of 0.9 kg each	:	153.00 Kgs		Tare of 111 Bags of 0.8 kg each	:	88.80 Kgs		Total	:	16,760.00 Kgs Nett.
Full & Sound	: 168 Bags @ 60.9 Kgs	:	10,231.20 Kgs Gross																																																		
	108 Bags @ 60.8 Kgs	:	6,566.40 Kgs Gross																																																		
	1 Bags @ 18.9 Kgs	:	18.90 Kgs Gross																																																		
	1 Bags @ 56.9 Kgs	:	56.90 Kgs Gross																																																		
	1 Bags @ 42.8 Kgs	:	42.80 Kgs Gross																																																		
	1 Bags @ 12.8 Kgs	:	12.80 Kgs Gross																																																		
	1 Bags @ 72.8 Kgs	:	72.80 Kgs Gross																																																		
Balance	: - Bags @ - Kgs	:	- Kgs Gross																																																		
Total	: 281 Bags	:	17,001.80 Kgs Gross																																																		
<u>Less:</u>																																																					
	Tare of 170 Bags of 0.9 kg each	:	153.00 Kgs																																																		
	Tare of 111 Bags of 0.8 kg each	:	88.80 Kgs																																																		
	Total	:	16,760.00 Kgs Nett.																																																		

MALANG, NOV. 03, 2009

CONTAINER AND SEAL NR.

KKTU 7507751

BAP 08299

PT. "Asal Jaya"
DAMPIT - MALANG

Anexo 4: Bill of lading

Straight Bill of Lading

BILL #: _____

BILL DATE: _____

SHIP TO

Consignee Name
Company
Street
City, ST, Zip
Phone

BILLING INFORMATION

Name
Company
Street
City, ST, Zip

FROM

Shipping Name
Company
Origin
City, ST, Zip
Phone

SHIPPING OR SPECIAL INSTRUCTIONS

--

NO. SHIPPING UNITS	PKG TYPE	HM	DESCRIPTION OF ARTICLES	WEIGHT	RATE	CHARGES

<p><small>If this shipment is to be delivered to the consignee without recourse on the consignor, the consignor shall sign the following statement: The carrier shall not make delivery of this shipment without payment of freight and all other lawful charges.</small></p> <p>_____ (Signature of Consignor)</p>	<p>TOTAL CHARGES \$</p>
---	--------------------------------

<p><small>NOTE: Where the rate is dependent on value, shippers are required to state specifically in writing the agreed or declared value of the property. The agreed or declared value of the property is hereby specifically stated by the shipper to be not exceeding</small></p> <p>\$ _____ per _____</p>	<p>Freight Charges are collect unless Box is Marked Prepaid</p> <p>CHECK IF PREPAID <input type="checkbox"/></p>
--	--

Received subject to individually determined rates, classifications or written contracts that have been agreed on in writing between the carrier and shipper on the date of issue, if applicable, otherwise to rates, classifications and rules that have been established by the carrier and are available to the shipper on request.

The property described above is in apparent good order, except as noted. If on its route, otherwise to deliver to another carrier on the route to said destination, it is mutually agreed as to each carrier of all or any of said property, over all or any portion of said route to destination and as to each party at any time interested in all or any said property, that every service to be performed hereunder shall be subject to all the Bill of Lading terms and conditions in the governing classification on the date of shipment. Shipper hereby certifies that he is familiar with all the Bill of Lading terms and conditions in the governing classification and the said terms and conditions.

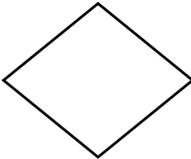
Shipper Company	Carrier
Per	Trailer # Date
Shipper Signature	

MARK 'X' IN HM COLUMN FOR HAZARDOUS MATERIALS

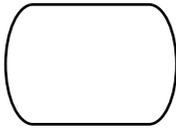
Anexo 5: Símbolos del flujograma



Un rectángulo significa **actividad**. Dentro del rectángulo se debe colocar una breve descripción de la actividad.



Un rombo significa **decisión**. Señala un punto en el que hay que tomar decisión, a partir del cual el proceso se ramifica en varias vías. La vía tomada depende de la respuesta a la pregunta que aparezca dentro del rombo



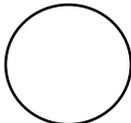
Este símbolo significa **terminal**, identifica el principio o el final de un proceso.



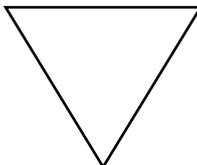
Este símbolo significa **documento**. Representa un documento relativo al proceso.



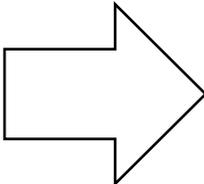
Las flechas significan **líneas de flujo**. Representan vías del proceso que unen los diferentes elementos del proceso, la punta de la flecha indica la dirección del flujo de proceso-



Un círculo significa **conector**. Se utiliza para indicar la continuación del diagrama de flujo del proceso.



Este símbolo significa **almacenamiento temporal**



Este símbolo significa **envió**. Se utiliza para indicar el envío o traspaso de la mercadería.

Anexo 6: Modelo de Embalaje



Anexo 7: Container

