



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA INGENIERIA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE CARTERAS DE CUERO PARA DAMAS DE LA EMPRESA “EL ALCE” DEL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, HACIA EL MERCADO DE SANTIAGO DE CHILE-CHILE, EN EL PERÍODO 2016.

AUTORA:

NORMA SARA YUQUILEMA YAMBAY

RIOBAMBA – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la Srta. Norma Sara Yuquilema Yambay, quien ha cumplido con las normas científicas y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza

DIRECTOR

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes

MIEMBRO

CERTIFICACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Norma Sara Yuquilema Yambay, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, será debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 01 de Febrero del 2017

Norma Sara Yuquilema Yambay

C.C.0604338608

DEDICATORIA

Dedico este Trabajo de Titulación a Dios y a mis padres. A Dios, ser supremo que me ha guiado, cuidado y me ha dado la fortaleza necesaria para continuar.

A mis padres, pilares fundamentales en mi vida, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.

NORMA SARA YUQUILEMA YAMBAY

AGRADECIMIENTO

“En la vida estudiantil agradezco a todos los docentes quienes compartieron sus conocimientos con nosotros los estudiantes, con el mero fin de formarnos como profesionales que al llegar al final de este trayecto podamos desarrollarnos por nuestra cuenta.

Agradezco también a mis padres quienes con amor supieron guiarme cada paso que he dado, muy en especial a mi padre quien con su apoyo incondicional me ha levantado y me ha ayudado a seguir adelante a lo largo de este camino. A mis hermanos por ser un gran ejemplo de superación y por haber estado conmigo en todo momento para abrigar mi vida cuando hacia frio”.

NORMA SARA YUQUILEMA YAMBAY

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Certificación del tribunal	ii
Certificación de autenticidad	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de cuadros	xi
Índice de ilustraciones	xi
Índice de gráficos.....	xiii
Índice de tablas	xiii
Índice de anexos.....	xiv
Resumen.....	xv
Abstract.....	xvi
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación del problema	2
1.1.2 Delimitación del problema.....	2
1.2 JUSTIFICACIÓN	3
1.3 OBJETIVOS	4
1.3.1 Objetivo general.....	4
1.3.2 Objetivos específicos	4
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	5
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	5
2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS	8
2.2.1 Cuero.....	8
2.2.2 La cartera	10
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	12
2.3.1 Teoría del Comercio Internacional	12
2.3.2 Normativas de la Organización Mundial de Comercio.....	13

2.3.3	La protección de la rama de la producción nacional mediante los aranceles	13
	
2.3.4	Copci.....	13
2.3.5	Código Orgánico de la Producción	14
2.3.6	Normas ISO 9001	15
2.3.7	Constitución de la república del ecuador	15
2.3.8	Instituto de promoción de exportaciones e inversiones	16
2.3.9	Regulación y control	16
2.3.10	Según el plan del buen vivir.....	17
2.3.11	Según el código de comercio exterior e inversiones.....	17
2.3.12	Código orgánico de la producción, comercio e inversiones	18
2.3.13	SENAE.....	19
2.3.14	INCOTERMS	19
2.3.15	Transporte	28
2.3.16	Acuerdos comerciales	37
2.4	MARCO CONCEPTUAL	38
2.4.1	Exportación	38
2.4.2	Cartera.....	39
2.4.3	Mercado	39
2.4.4	Cuero.....	39
2.4.5	Curtir	40
2.4.6	Comprador	40
2.4.7	Barreras arancelarias	40
2.4.8	Demanda	41
2.4.9	Competencia	41
2.4.10	La materia prima	42
2.4.11	Proyecto	42
2.4.12	Valor agregado.....	42
2.4.13	Embalaje	43
2.5	HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER	43
CAPITULO III: MARCO METODOLOGICO.....		45
3.1	MODALIDAD.....	45
3.1.1	Proyecto de Desarrollo.....	45
3.1.2	Tipos	45

3.2	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	46
3.2.1	Métodos:	46
3.2.2	Técnicas	46
3.3	CONSUMO APARENTE.....	48
3.4	DEFINICIÓN ESTUDIO DE MERCADO	48
3.5	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	48
3.6	LA INDUSTRIA CURTIDORA EN EL ECUADOR.....	49
3.6.1	Empresas curtidoras del Ecuador.....	50
3.6.2	Zonas de producción	52
3.7	EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE CUEROS	54
3.7.1	Exportaciones ecuatorianas de manufacturas de cuero.....	56
3.7.2	Exportación de carteras.....	57
3.8	IMPORTACIONES CHILENAS DE ARTÍCULOS DE CUERO.....	57
3.9	ESTUDIO DE LA OFERTA	58
3.9.1	Empresa.....	58
3.9.2	Ubicación Geográfica	59
3.9.3	Misión	59
3.9.4	Visión.....	59
3.9.5	Políticas.....	60
3.9.6	Política Ambiental	60
3.9.7	Valores	60
3.9.8	Organigrama estructural.....	60
3.9.9	Organigrama funcional	62
3.9.10	Producción de la empresa EL ALCE.....	63
3.9.11	Análisis del entorno	64
3.9.12	Matriz FODA	65
3.9.13	Análisis de la oferta	68
3.10	DEMANDA	70
3.10.1	Chile.....	71
3.10.2	CAPITAL Santiago de Chile	71
3.10.3	Superficie	73
3.10.4	Clima.....	73
3.10.5	Gastronomía.....	74
3.10.6	Religión.....	74

3.10.7	Moneda	74
3.10.8	Ingreso per cápita	74
3.10.9	Economía	75
3.10.10	Exportación de cuero y piel de Chile	76
3.10.11	Evolución de exportación de manufacturas de cuero de Chile	77
3.10.12	Exportaciones de manufacturas de cuero y artículos de talabartería de Chile	78
3.10.13	Importaciones en Chile	78
3.10.14	Importaciones de manufacturas de Chile	79
3.10.15	Importaciones de manufacturas de cuero de Chile	80
3.10.16	Principales proveedores de Chile	80
3.10.17	Balanza comercial de Ecuador y Chile	81
3.10.18	Acuerdos de Chile	82
3.10.19	Tendencias del consumidor chileno	84
3.10.20	Principales competidores	84
3.10.21	Segmentación de mercado	88
3.10.22	Hábitos de consumo	90
3.10.23	Análisis de la demanda	91
3.10.24	Análisis del precio	95
CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO		97
4.1	PROPUESTA	97
4.2	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	97
4.3	FACTORES DE VIABILIDAD	98
4.3.1	Localización del Proyecto	98
4.3.2	Macro localización	98
4.3.3	Microlocalización	99
4.4	PRODUCTO	99
4.4.1	Proceso de producción	100
4.4.2	Simbología y proceso de producción	100
4.5	El proceso de producción de carteras de cuero de Curtiembre EL AL-CE	101
4.5.1.	Curtiembre	101
4.5.2	Pasos para la obtención del cuero:	101
4.6.	NORMATIVA DEL PRODUCTO	107
4.7	PRODUCTO DE EXPORTACIÓN	110

4.8	Paletización	114
4.9	TIPO DE CONTENEDOR	115
4.10	PLAZA / DISTRIBUCIÓN	116
4.11	TRASPORTE.....	119
4.11.1	Puerto de destino.....	120
4.12	INCOTERMS	122
4.13	REGÍMENES ADUANEROS	123
4.14	ELECCIÓN DE LA FORMA DE PAGO.....	124
4.15	ARANCELES	125
4.16.	REGISTRO Y DOCUMENTOS PARA EXPORTAR.....	125
4.17	TOP DOWN.....	145
4.18	ESTADOS FINANCIEROS	147
4.19	FLUJO DE EFECTIVO	152
4.20	INDICADORES FINANCIEROS	154
4.20.1	Valor Actual Neto	154
4.20.2	Tasa interna de retorno TIR	155
4.20.3	Relación Beneficio / Costo RB/C	157
4.20.4	Período de recuperación de la inversión - PRI.....	158
4.20.5	Calculos adicionales.....	159
	CONCLUSIONES.....	160
	RECOMENDACIONES.....	161
	BIBLIOGRAFÍA	162
	ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°. 1: Matriz FODA de la Empresa “El alce”	66
Cuadro N°. 2: Acuerdos suscritos por Chile	83
Cuadro N°. 3: segmentación de mercado	89
Cuadro N°. 4: Regímenes Aduaneros	123
Cuadro N°. 5: Modelo de factura proforma	139
Cuadro N°. 6: Modelo de factura comercial	141
Cuadro N°. 7: Modelo de Carta de Porte	143
Cuadro N°. 8: Lista de Empaque - Packing List	145

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N°. 1: INCOTERMS	20
Ilustración N°. 2: Distancia de Riobamba hasta Santiago de Chile por vía terrestre.....	34
Ilustración N°. 3: Distancia de Riobamba- Ecuador hasta Chile- Santiago de Chile	37
Ilustración N°. 4: Instalaciones de la empresa “EL ALCE “	59
Ilustración N°. 5: Organigrama Estructural de la empresa “EL ALCE”	61
Ilustración N°. 6: Organigrama Funcional- Empresa “El Alce”	62
Ilustración N°. 7: Fuerzas de Porter	65
Ilustración N°. 8: Producción de carteras de cuero de la empresa EL ALCE.....	69
Ilustración N°. 9: Bandera de Santiago y Bandera de Chile	71
Ilustración N°. 10: Pagina online de la empresa VESKI	85
Ilustración N°. 11: Pagina online de la empresa Ernesto Nathan H. y Cia. Ltda.....	86
Ilustración N°. 12: Pagina online de la empresa M.A.....	87
Ilustración N°. 13: Mapa del Ecuador	98
Ilustración N°. 14: Ubicación de la empresa el alce	99
Ilustración N°. 15: Carteras de cuero de la empresa EL ALCE.....	99
Ilustración N°. 16: Instalaciones de la empresa el alce	100
Ilustración N°. 17: Simbología del proceso de producción de la empresa “EL ALCE”	100
Ilustración N°. 18: Proceso de producción de la empresa “EL ALCE”	101
Ilustración N°. 19: Curtimiento del cuero	102

Ilustración N°. 20: Secado del cuero.....	102
Ilustración N°. 21: Preparación del cuero	103
Ilustración N°. 22: Tinturado del cuero.....	104
Ilustración N°. 23: Preparación del producto	104
Ilustración N°. 24: Elaboración del producto.....	105
Ilustración N°. 25: Preparación del producto con moldes.....	106
Ilustración N°. 26: Cosido de la cartera	107
Ilustración N°. 27: cartera de cuero de exportación.....	110
Ilustración N°. 28: Fundas de exportación.....	111
Ilustración N°. 29: Cartones de exportación de carteras de cuero	111
Ilustración N°. 30: Pictogramas de manipuleo del cartón.....	112
Ilustración N°. 31: Etiqueta de normas INEN primario.....	113
Ilustración N°. 32: Etiqueta secundario o externo de la cartera de cuero	114
Ilustración N°. 33: Producto con etiqueta	114
Ilustración N°. 34: Pallet de exportación de las carteras de cuero	115
Ilustración N°. 35: Contenedor de 20 pies para la exportación de las carteras de cuero	116
Ilustración N°. 36: Empresa RIPLE de chile	117
Ilustración N°. 37: Cuadro resumen empresa Ripley Chile S.A	118
Ilustración N°. 38: Puerto de Guayaquil	120
Ilustración N°. 39: Puerto Valparaíso	121
Ilustración N°. 40: Rutas de navegación	121
Ilustración N°. 41: Incoterm FOB	122
Ilustración N°. 42: Registro de la empresa.....	128
Ilustración N°. 43: Portal de Ecuapass	132
Ilustración N°. 44: Solicitud de uso	133
Ilustración N°. 45: Crear usuario y contraseña	134
Ilustración N°. 46: Ingresar la identificación única de certificado digital	135
Ilustración N°. 47: Ingresar la identificación única de certificado digital	135
Ilustración N°. 48: Ingresar a Ventanilla única.....	136

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Empresas más destacadas curtidoras del Ecuador	51
Gráfico N° 2: Principales zonas de producción de cuero en el Ecuador.....	54
Gráfico N° 3: Mapa de Santiago	73
Gráfico N° 4: Principales destinos de las exportaciones de Chile	76
Gráfico N° 5: Exportación de manufacturas de cuero de Chile	77
Gráfico N° 6: Evolución de las importaciones de manufacturas de cuero de Chile.	79
Gráfico N° 7: Principales proveedores de las importaciones de Chile	81
Gráfico N° 8: Balanza comercial de Chile 2015	81
Gráfico N° 9: Población de Santiago de Chile – Chile	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Empresas curtidoras del Ecuador	51
Tabla N° 2: Producción mensual de las empresas del Ecuador de carteras.....	52
Tabla N° 3: Exportaciones ecuatorianas de cueros	55
Tabla N° 4: Exportaciones de manufacturas de cuero	56
Tabla N° 5: Exportaciones de carteras en número de unidades.	57
Tabla N° 6: Importación de carteras de Chile	57
Tabla N° 7: Personal de la empresa EL ALCE	63
Tabla N° 8: Proyección de la Oferta	70
Tabla N° 9: PIB per cápita de Chile.....	75
Tabla N° 10: Exportaciones lana, cuero y piel de Chile	77
Tabla N° 11: Exportación de manufacturas de cuero.....	78
Tabla N° 12: Principales productos importados por Chile.....	79
Tabla N° 13: Importaciones de manufacturas de cuero de Chile.....	80
Tabla N° 14: Competidores internacionales	88
Tabla N° 15: Manufactura de cuero en Chile	91
Tabla N° 16: Determinación del consumo aparente	93
Tabla N° 17: Proyección de la Demanda	94
Tabla N° 18: Proyección de la Demanda en valor y en porcentaje.....	94
Tabla N° 19: Demanda insatisfecho.....	95

Tabla N° 20: Proyección de la Demanda Insatisfecha	95
Tabla N° 21: Análisis del Precio	96
Tabla N° 22: partida arancelaria de cartera de cuero	97
Tabla N° 23: Tarifa – TOKEN.....	128
Tabla N° 24: Tarifa – HSM.....	129
Tabla N° 25: Tarifa – Archivo	129
Tabla N° 26: Tarifa – ROAMING	130
Tabla N° 27: Gastos de producción de carteras de cuero de la empresa el ALCE	146
Tabla N° 28: Gastos internos de la empresa el ALCE	146
Tabla N° 29: Top Down.....	147
Tabla N° 30: Gastos de Exportación.....	147
Tabla N° 31: Balance general	149
Tabla N° 32: Estado de resultados	150
Tabla N° 33: Flujo de ventas.....	153
Tabla N° 34: Proyecciones.....	159

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N°. 1: Local comercial.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°. 2: Productos elaborados	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°. 3: Producto acabado	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°. 4: Exhibición de productos	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°. 5: Oficinas Administrativas	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°. 6: Planta de producción.....	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

El proyecto de exportación de cartera de cuero para damas de la empresa “EL ALCE” Cia. Ltda. del cantón Guano, provincia de Chimborazo, hacia el mercado de Santiago de Chile, en el periodo 2016, tiene la finalidad de ampliar el mercado y generar fuentes de ingresos en la empresa y en el cantón, y a la vez de ampliar y dar a conocer en el mercado internacional sobre este producto que cumple normativas de estándares internacionales. Realizamos un estudio de mercado para conocer la demanda del producto en el país de destino en base a datos estadísticos de importación y exportaciones, la oferta local para el abastecimiento de las carteras y las normativas legales aduaneras para el acceso y liberación del producto en el país de Chile. Cabe destacar que las relaciones bilaterales de ambos países son muy buenas, dando un realce a sus balanzas comerciales que son favorables para ambos países. Para la exportación de carteras de cuero para damas al mercado de Chile se ha tomado en cuenta el aspecto legal y la documentación del país importador así como del exportador, necesaria para logística más adecuada para llevar a cabo la exportación, De esta manera el estudio económico y financiero realizado nos indica que en el Valor Actual Neto tenemos \$ **1327462.99** que implica la factibilidad de exportación, a su vez un TIR de 38%, con una Relación Beneficio Costo de \$9.10, estos resultados nos permite llevada a cabo la exportación ya que refleja un incremento en sus ingresos de la empresa. Además estos indicadores financieros destacan que este proyecto de exportación es rentable.

Palabras clave: PROYECTO DE EXPORTACIÓN. VALOR ACTUAL NETO (VAN). TASA INTERNA DE REMOTO (TIR). BENEFICIO COSTO R/BC. CARTERAS. FACTIBILIDAD. DEMANDA. OFERTA.

Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza
DIRECTOR TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The Project of women leather of the “EL ALCE” Limited Company in Guano city, Chimborazo province towards the market of Santiago de Chile, in 2016 goal is to expand the market and generate income sources for the enterprise and the village, and also increase and introduce these products to the international market which meet the the international standards A market study to know the product demand in the target country was first developed through import and export statics data, the local offer for the bags supplying and the customs regulations for the products access and release in Chile. It is necessary to mention that bilateral relations between the two countries are good, this highlights the trade balance which are favorable for both countries. For the women leathers bags exportation to Chile the legal aspects and the papers of the importing and exporting country have been considered, this was necessary to select the best logistics for the exportation. The economics and financial study showed that the Net Present value Value is 132746,99 dollars which demonstrates the feasibility of the exportation, with an Internal Rate of Return of 38%, a Cost-Benefit relation of 9, 10 dollars; these results proved that the exportation is possible since it reflects increment in the enterprise income. Furthermore, these financial indicators emphasize the projects profitability.

Keywords: EXPORT PROJECT. NET PRESENT VALUE (VAN). INTERNAL RATE OF RETURN (TIR). COST-BENEFICT. BAGS FEASIBILITY. DEMAND OFFER.

INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo las carteras se han vuelto un accesorio muy importante para las mujeres. Ya que estos accesorios son indispensable para organizarse los objetos que lleva al trabajo, estudio y otras actividades del diario vivir, por ello la producción mundial de este producto es variada y competitiva.

En el país se debe buscar nuevas alternativas para poder sobresalir, por mucho tiempo Ecuador exporta simplemente materia prima actualmente, el gobierno ha brinda apoyo al sector productivo con la finalidad que puedan exportar productos terminados que ayuden a mejorar la situación económica y no depender de los ingresos petroleros.

La empresa el alce es una institución dedicado a la producción y comercialización de los artículos de cuero a nivel nacional, ya que cuenta con una larga trayectoria y por su experiencia se ha postulado como una empresa que ofrece productos de calidad que están a la vanguardia con precios accesibles, además en la provincia de Chimborazo encontrarnos mano de obra y materia prima (cuero) de alta calidad, además la provincia es conocida por ser un sector ganadero.

El presente proyecto nace por la necesidad de provechar las oportunidades que se presentan para aumentar la oferta exportable del país y mejor sus ingresos dejando de depender de los productos tradicionales, y por el alcance que tiene a nivel mundial dicha producción.

Se realizara un estudio responsable y ético para determinar si el proyecto es factible o no, se partirá con un marco teórico que ayudara a determinar las teorías y conceptos a utilizarse, luego a un margo metodológico en el que se detallan la metodología del trabajo de investigación, para terminar con la propuesta la misma que tendrá un estudio de mercado, para identificar la demanda y la competencia, de igual manera tendrá un estudio técnico y legal, en el cual se destacara en qué estado se encuentra la empresa tanto infraestructura con el aspecto legal y cuál es el proceso legal para exportar, terminando así con un estudio financiero que definirá la rentabilidad del mismo para su puesta en marcha.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad la empresa “EL ALCE”, ubicada en el Cantón Guano provincia de Chimborazo se ha venido presentando distintos tipos de problemas tales como pérdidas en sus ventas, una producción con un alcance internacional que no es aprovechada al máximo, esto generado por el desconocimiento de los pasos, procesos y requerimientos necesarios para realizar la exportación de las carteras de cuero para damas hacia el mercado chileno. Y así también no conocer con certeza la viabilidad y aceptación que tendrán las carteras de cuero para damas, de alta calidad en dicho país.

Chile es un país con una economía estable, con el poder adquisitivo más alto de los países latinoamericanos y con altos porcentajes de importación de confección textil y calzado, pudiéndose considerar un destino atractivo para las exportaciones ecuatorianas.

El producto ecuatoriano se percibe como de excelente diseño y óptima relación, calidad, precio es por ello que es acogida en diferentes países del mundo. La exportación de la misma ayudará a incrementar de la rentabilidad de la empresa y al mismo tiempo aumentará PIB del país.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cuál es la factibilidad para la empresa “EL ALCE” comercializadora de carteras de cuero para exportar el producto hacia el mercado de Santiago de Chile – Chile?

1.1.2 Delimitación del problema

La presente investigación será un proyecto de explotación de carteras de cuero para damas desde la empresa “EL ALCE” ubicada en el cantón Guano en Ecuador, Región Sierra, provincia de Chimborazo hacia el mercado de Chile – Santiago de Chile, esta investigación se efectuará en el período 2016.

1.2 JUSTIFICACIÓN

En el país se debe buscar nuevas alternativas para poder sobre salir, ya que ha estado acostumbrado a tratar de solucionar sus problemas económicos con base a los rendimientos generados por la exportación del petróleo, y producciones agrícolas y pesquera, dejando de lado a un sector de gran importancia como es el sector de textiles. En el Ecuador existen grandes empresas dedicadas a elaborar artículos de cuero y confecciones de ropas y calzados de alta calidad, variedad que no son aprovechadas para exportar, por falta de inversión o desconocimiento de los procesos para la exportación.

Estas empresas serían de gran importancia para generar mayor rentabilidad en el país.

Por tal razón la empresa el “ALCE” ubicada en el Cantón Guano provincia de Chimborazo líder en el mercado local, a lo que se refiere la producción y comercialización en los artículos de cuero, por su calidad, variedad y precio. Estos artículos son adquiridos directamente por el consumidor quienes aprecian el arte de cuero ya que ofrece variedad de diseños en colores y precios.

La empresa el “ALCE” debido que cuenta con una alta calidad de productos de cuero, está optando por expandir sus productos hacia el mercado de Chile. Esta empresa “El Alce” ha visto como una gran oportunidad de comercialización de sus productos en este mercado, ya que la empresa chilena no cuenta con muchas empresas dedicadas a la fabricación de productos de cuero. En Chile la demanda es alta por lo que han optado importar calzado, artículos de cuero.

La industria local de la ropa, artículos y del calzado de cuero se encuentra en declive, por lo que las importaciones del sector satisfacen la demanda del país.

El presente proyecto ayudará a la Empresa “EL ALCE”, alcanzar beneficios económicos y sociales, la ejecución del mismo permitirá generar nuevas plazas de trabajo y por ende a bajar las tasas de desempleo existentes en la actualidad en el país, así como también a expandirse hacia nuevos mercados con la exportación de las carteras de cuero para damas.

La búsqueda de mercados externos para el producto es de suma importancia para dar a conocer la calidad y variedad que cuenta los productos ecuatorianos así genera el aumento del PIB del país.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

- Elaborar un proyecto de exportación de carteras de cuero para la empresa “El Alce” hacia el mercado de Santiago de Chile-Chile, en el período 2016.

1.3.2 Objetivos específicos

- Analizar la situación actual de la empresa, para definir las principales necesidades de la misma.
- Efectuar un estudio de mercado para identificar la demanda existente en el ciudad de Santiago de Chile mediante instrumentos metodológico y estadístico.
- Proponer un proyecto de exportación que identifique trasmite requisitos y documentos para exportar las carteras de cuero.
- Desarrollar un estudio financiero y económico de la exportación de carteras.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para el desarrollo del presente proyecto realizaremos un análisis de tesis o investigaciones científicas, relacionadas con el tema propuesto.

TEMA: “PLAN DE EXPORTACIÓN DE CHAQUETAS DE CUERO DESDE QUISAPINCHA – AMBATO-ECUADOR A TOULOUSE FRANCIA”

AUTORES: Verónica Irlanda Castro Garzón

UNIVERSIDAD: Universidad de las américas

RESUMEN

Este proyecto académico se basa en la empresa E-cuero, es una institución que se dedica a la comercialización de chaquetas de cuero de la más alta calidad, en este caso se trata de un plan de proyecto de exportación de chaquetas de cuero forradas de lana de borrego tanto de dama como de caballero, las mismas que se desea exportar desde Quisapincha-Ambato- Ecuador con destino a Toulouse Francia.

Para ello se ha tomado en cuenta los resultados de la investigación de mercados que han que las prendas de vestir con este tipo de características tienen gran acogida en el mercado Europeo, puesto a que el clima de Toulouse Francia tiende a ser frío por ello las personas prefieren prendas cómodas, abrigadas y elegantes. El reto que tiene E-cuero es tener la mayor acogida con el producto, conquistando desde la tienda más pequeña hasta las grandes cadenas de ropa de alto estilo, los productos son de excelente calidad, modelos originales (personalizados) lo que permite que el cliente se sienta contento por el producto y servicio que está adquiriendo.

Los precios son totalmente accesibles están desde los \$110.00 en adelante, la primera exportación se desea realizar de 3000 chaquetas de cuero como ya se podrá observar más adelante del proyecto se tiene estructurado una proyección a 5 y 3 años los mismos que

cada año tienen un incremento de cantidad de exportación y de precios.

Análisis

El objetivo principal de este proyecto es dar a conocer las chompas de cuero ecuatoriano de alta calidad en el mercado francés, este producto se lo fabrica en Quisapincha Ambato. Quisapincha es una pequeña parroquia del cantón Ambato que fue declarado una ruta turística de cuero en el 2016, aquí se fabrican productos de cuero con diseños únicos. Este plan de exportación tiene una gran ventaja en el mercado extranjero, por el clima y su acogida a estos productos de cuero. Pero hay que tomar en cuenta que este producto tendrá un gran auge solo en épocas de invierno y en cambio en épocas de verano el producto obtendrá una menor demanda y las ventas bajarán ocasionando pérdidas para la empresa.

El estudio de mercado para determinar si la oferta está en la capacidad de satisfacer las necesidades de la demanda extranjera es factible ya que ellos fabricaron 100 tanto como para damas como para caballero para dar sus primeros inicios.

TESIS II

TEMA: DEMANDA DE CUERO EN COLOMBIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DESDE EL SECTOR CHAPUEL, CANTÓN TULCÁN -ECUADOR.”

AUTORA: Nathaly Carolina Chugá Fuentes

UNIVERSIDAD: Politécnica Estatal del Carchi

Resumen

El objetivo principal de esta tesis es la propuesta de un Plan Logístico para la exportación de cuero desde el Sector Chapuel – Cantón Tulcán al Municipio El Cerrito – Colombia, con el fin de convertir esta estrategia de comercializar el cuero industrializado en un motivo para lograr incursionar en el mercado extranjero considerando la forma, inversión, costos y tiempo, obteniendo un reconocimiento y aceptación por parte del cliente en el exterior. El cuero, es un producto que ha sido utilizado desde años remotos, el mismo que

continúa latente y con mayor vigor en cualquier parte del mundo, el que ahora está marcando una diferencia entre los productos tradicionales de exportación, por el motivo de que este forma parte de un segmento de mercado como el manufacturero para la creación de todo tipo de artículos. En el sector Chapuel – Cantón Tulcán – Ecuador se encuentra un proveedor potencial para la empresa EXPORTACUERO S.A., que facilita llevar a cabo el plan logístico sin inconveniente minimizando costos y tiempo, cumpliendo con los requerimientos del cliente. Las interrogantes que surgieron para lograr desarrollar el plan logístico desde el país de origen hasta el país de destino, se refieren al análisis de la oferta exportable que tendrá la empresa EXPORTACUERO S.A., y posterior a eso el estudio técnico, logístico y financiero; para identificar la rentabilidad del proyecto. Para la búsqueda del mercado meta, se realizó un análisis considerando un porcentaje de crecimiento promedio de cuero, luego de haber determinado el consumo nacional aparente, obteniendo el déficit de la demanda colombiana, tanto en toneladas como en metros cuadrados. Mediante el estudio financiero de acuerdo a los indicadores como el VAN y el TIR, muestran que es rentable la inversión a realizarse, porque que, en menos de 5 años, se recuperaría la inversión inicial. Finalmente, la presente tesis se realiza para indicar la importancia de llevar a cabo el plan logístico para una comercialización exitosa del producto en el mercado internacional.

Análisis:

Este proyecto es muy interesante ya que no se busca exportara un artículo o producto de cuero si no se quiere exportar la materia prima que hacia el mercado colombiano. Ya que en el ecuador existe muchas empresas emprendedoras que se dedican a la fabricación del cuero puro, pero la falta de conocimiento y la experiencia para exportar son le han perdido expandirse hacia nuevos mercados. Lo que significa que este sector en el Ecuador es importante dentro de la economía nacional, ya que existen empresas curtidoras, las que se han visto afectadas en cierta parte por el ingreso de cuero o productos de cuero en especial de zapatos del exterior lo que no ha permitido un mejor desarrollo en este sector, a parte estas pequeñas y medianas empresas requieren del asesoramiento tanto en calidad del producto a ofertar, formas de comercializar, para no solo dedicarse al expendio nacional, sino también dirigirse al mercado internacional, pero para ello deben cumplir con estándares de calidad y ser competitivos en precios. Al momento este sector se ha expandido hasta el norte del Ecuador, como es el caso de Chapuel, que pertenece a la

parroquia de Tulcán, se encuentra una industria de cuero la que fue conformada por una asociación.

2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

2.2.1 Cuero

En Ecuador la actividad comercial del cuero tiene un largo camino, desde la época pre-colombina, los indígenas usaban pieles para cubrir y proteger sus cuerpos en las guerras continuas entre tribus, además de ello lo usaban como vestimenta y calzado. Desde el periodo incario se ha perfeccionado la técnica de conservación de las pieles, pero estas jamás han logrado un lugar a nivel internacional. Por lo tanto, el trabajo con el cuero aloja tradiciones y elementos culturales, sin embargo, durante las últimas dos décadas, la industria del cuero se ha globalizado en todo el mundo, lo que lleva nuevos retos para las industrias de todo el mundo.

En el inicio se mejoró la técnica de conservación de pieles y se la añadió otros fines como la elaboración de los “Quipus” que representaban la escritura incaica de nudos en cuerdas curtidas de cuero. En la música tuvo importante vital al ser parte fundamental de los tambores.

Sin embargo y a pesar de su larga historia, esta actividad no se ha desarrollado como en otros países manteniendo aun un carácter artesanal y familiar, en donde cada uno de los miembros de la familia ayudados en ocasiones por los obreros, se encarga del proceso completo de elaboración de artículos de cuero, trabajando en talleres artesanales.

No obstante, la tradición de esta actividad hace que en el país exista un gran potencial para la manufactura de cuero, sobre todo humano, que bien aprovechando podrían permitir un mejor y mayor desarrollo de una industria que podría llegar a convertirse en un nuevo rubro de exportación no tradicional para el país.(BITSTREAM, 2007)

Tanto en el nuevo como en el viejo Mundo, el cuero y las pieles constituyeron la primera vestimenta humana en los climas fríos. Asimismo, los anglosajones hacían sus escudos y llevaban pantalones del mismo material cuando se aprestaban a la lucha. (SIERRA, 2013)

El cuero es la piel del animal (res, bovino, entre otros) que se la prepara mediante químicos para producir un material duro, cómodo y que resista a la putrefacción.

Actualmente con nuevas regulaciones impuestas, ha crecido el sector de manera importante, la producción del cuero comienza con los proveedores de piel, las curtiembres, el mercado del cuero, los proveedores de accesorios y los centros de venta.

En la fabricación de artículos de cuero, como chompas y zapatos continua siendo indispensable de la materia prima importada de otros países como son Colombia y, Brasil, aunque se estiman que los productores de estos artículos llegan a más del noventa por ciento de materiales nacionales sobre todo el cuero y las suelas de zapatos. . (bitstream, 1996)

El curtido es el proceso químico mediante el cual se convierten los pellejos de animales en cuero. Estos son en su mayor parte subproductos de frigoríficos, aunque también pueden proceder de animales fallecidos de muerte natural. Las tenerías generalmente están situadas cerca de las zonas de cría de ganado; sin embargo, los cueros pueden prepararse y transportarse antes del curtido, razón por lo cual la industria está muy esparcida.

Criterio

El cuero y el curtido tiene un origen desde los aborígenes de la prehistoria que para sobrevivir tenían que matar animales para alimentarse y las pieles utilizar como vestimenta. El curtido es el proceso químico mediante el cual se convierten los pellejos de animales en cuero.

Hoy en día la tecnología se lo realiza diseño de distinta variedad de vestimentas. En el Ecuador, la actividad con pieles, tienen sus inicios en la época pre colonial, cuando nuestros aborígenes ya las usaban para cubrirse, para protección en las constantes guerras entre tribus, tanto como vestimentas, calzados y escudos.

2.2.2 La cartera

Las carteras surgieron como una alternativa de los bolsillos. Los antiguos monumentos de Grecia y Roma demuestran que las primeras bolsas para guardar objetos se originaron en esos pueblos. No sólo los hombres y las mujeres de la Edad Media llevaban bolsas colgadas del cuello o del hombro, también las divinidades como Mercurio, el dios del comercio, eran representadas con una bolsa de mano.

Las carteras modernas derivan de las escarcelas medievales, unas bolsas con líneas redondeadas por abajo y por arriba, que en su versión más primitiva sirvieron para que los mensajeros y peregrinos llevaran documentos. Su cierre estaba pensado para no tentar a los ladrones: consistía en un afilado puñal o un cuchillo atravesado.

Cuando los hombres y mujeres las incorporaron en sus adornos de uso cotidiano, las colgaron de sus ropas con un complicado sistema de cordones y un cinturón. Otras variedades fueron las bolsas de matrimonio: unas bolsitas llamadas parisienses y venecianas - de acuerdo a su lugar de origen- y que los hombres regalaban, llenas de monedas de oro a sus futuras esposas.

La religión también hizo su aporte a la historia de este accesorio cuando las limosneras, destinadas a guardar monedas para donaciones, se apartaron de sus fines caritativos y empezaron a incluir todo lo que se volvía incómodo de llevar en la mano. En su interior tenían una segunda bolsa, de cuero, para darle más resistencia y los cierres estaban cincelados en hierro, oro y plata, reproduciendo capillas góticas. (VANNI, 2003)

2.2.2.1 Clases de carteras

Baguette. Bolso pequeño y estrecho, de asa corta, forma rectangular y cierre con automático. Es utilizado debajo del hombro. Su nombre deriva de la similitud con la barra de pan francés (baguette). Diseñado por la italiana Silvia Venturini Fendi en 1997, el bolso cuenta con más de 700 versiones diferentes en la que se han modificado los materiales y los tejidos, pero respetando su patrón original.^{1 2}

Bandolera (uso impropio): Bolso que incluye una tira de tela (u otro material) de un extremo a otro y que se lleva colgada del cuerpo de forma transversal, pasando la cinta pecho y espalda desde un hombro hasta la cadera contraria.

- Bolso de mano: Es el más frecuente. Refiere al que tiene asas y se usa de forma habitual para llevar objetos de uso frecuente.
- Bolso de Viaje, Bolsa de Viaje o Bolso: Bolso de gran tamaño usado para viajar. Sirve para transportar camisas, pantalones, zapatos, etc.
- Carriel: Bolsa de cuero masculino en la región paisa colombiana desde los tiempos de la colonización.
- Cartera TCS (España): Hecha en cuero o tela, se usa por los colegiales para transportar libros y similares.
- Monedero: Bolso de dimensiones reducidas cuyo propósito es el de guardar monedas (imagen: Moneder hecho con un Bufo marinus).
- Petate: Bolsa alta y con forma redonda usada para transportar enseres personales. Usado normalmente por los militares.
- Riñonera: Pequeña bolsa rectangular con dos tiras de tela en cada extremo que se sujetan alrededor de la cintura, quedando localizada en la zona lumbar (a la altura de los riñones). En origen, era utilizada por los ciclistas.
- Saddle: Bolso inspirado en los utilizados para colgar en las sillas de montar a caballo. Diseñado por John Galliano para la casa Dior.
- Vade o Portafolios: Bolsa diseñada para el transporte de folios y documentos normalmente realizada en cuero. Es similar a una carpeta. (wikipedia, 2015)

Crterios

Con el avance de la tecnología en las empresas de todo el mundo, se ha podido realizar muchas variedades de bolsos grandes medianos y pequeños de distinto diseños tanto para damas o caballeros, a las cuales se los renombra de distintos modos ya se por su tamaño o diseño, ejemplo un bolso pequeño se lo llama monedero y las más grandes bolsos de mano.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Para efectuar el siguiente proyecto se tomará como base información de libros, revistas, teorías, informes, manuales y páginas web.

2.3.1 Teoría del Comercio Internacional

Podemos afirmar que el pensamiento entorno a la economía internacional se puede clasificar en dos grandes ramas: las finanzas internacionales y el comercio internacional. La primera se trata de una teoría monetaria centra en un corto plazo; en cambio la teoría del comercio internacional se preocupa por los aspectos reales de las relaciones económicas entre naciones y por las tendencias en el largo plazo. (CHACHOLIADES, 1992)

El comercio ha tenido lugar en la vida de la humanidad desde tiempos primitivos cuando apareció en forma de trueque, es decir intercambio de productos o servicios. La palabra comercio de deriva de las voces latinas cum, que significa con, y merx o mercis que significa mercancía. De acuerdo con Termes, R. (2003) el comercio se conceptualiza como la negociación que se realiza cuando se compra, se vende o se permuta.

Para cualquier país, el comercio exterior debe representar tres ventajas principales: permite obtener aquellas materias primas cuya producción nacional es insuficiente; permite obtener bienes a un costo menor, debido a las ventajas que proporciona la división internacional del trabajo, favoreciendo la competencia, dificultando los entendimientos entre productores nacionales. La concepción general del comercio internacional para los países es la consecución de una balanza comercial favorable, es decir que el rubro de exportaciones sea superior a las importaciones, este concepto lleva a gravar las importaciones y a subvencionar las exportaciones puesto que se tiene implícitamente la creencia de que los beneficios que un país obtiene mediante el comercio internacional son la contrapartida de las desventajas que tienen el resto de países. (eumed.net)

2.3.2 Normativas de la Organización Mundial de Comercio

La Organización Mundial de Comercio (OMC), antigua GATT, busca desde su creación en el año de 1995 crear reglas multilaterales para el comercio exterior, en cuanto a bienes, servicios, inversión y propiedad intelectual, aglutinadas con el comercio, medio ambiente, servicios, la propiedad intelectual y desarrollo, al inaugurar un sistema comercial liberal en el que los países signatarios logren comerciar entre ellos, en igualdad de condiciones y sin perjuicios para ninguna de las partes. La Organización Mundial de Comercio (OMC) se basa en los siguientes principios:

2.3.3 La protección de la rama de la producción nacional mediante los aranceles

Este principio obliga a los gobiernos a proteger a los sectores sensibles de su economía, aplicando aranceles dentro de lo normal, siempre y cuando evite caer en la política fiscal como traba para el comercio exterior.

Debemos recordar que, con la política de sustitución de las importaciones, la defensa de la industria nacional se hacía mediante la imposición de altísimos aranceles que en algunos casos eran superiores al trescientos cincuenta por ciento del valor CIF.

Bajo este principio, se recomienda a los países reducir y, cuando sea posible, eliminen la protección a la producción nacional dentro de las negociaciones comerciales multilaterales, con aranceles reducidos, estos se detallan en las listas especiales que los países negocian al unirse a la OMC, evitando con esto subir los aranceles excepto en condiciones especiales y con la vigilancia de este organismo regulador del comercio internacional, en casos especiales el Ecuador puede elevar hasta un diez por ciento más sus aranceles en los casos de materia prima, insumos, y bienes de capital.

2.3.4 Copci

Según registro oficial, en diciembre del 2010 a través de la asamblea nacional entra en vigencia el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).

El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza. (COPCI, 2010)

2.3.5 Código Orgánico de la Producción

Art. 93.- Fomento a la exportación. - El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:

- a. Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios;
- b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código;
- c. Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código;
- d. Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo;

- e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y,
- f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente

Código y demás normas pertinentes. (CODIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, 2010)

2.3.6 Normas ISO 9001

La ISO 9001:2008 es la base del sistema de gestión de la calidad ya que es una norma internacional y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

El objetivo de la ISO es llegar a un consenso con respecto a las soluciones que cumplan con las exigencias comerciales y sociales (tanto para los clientes como para los usuarios). Estas normas se cumplen de forma voluntaria ya que la ISO, siendo una entidad no gubernamental, no cuenta con la autoridad para exigir su cumplimiento. (NORMAS 9000 , 2008)

2.3.7 Constitución de la república del Ecuador

Art. 306.-El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza. (ECUADOR, 2008)

2.3.8 Instituto de promoción de exportaciones e inversiones

PRO ECUADOR es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional. (PROECUADOR, 2015)

2.3.9 Regulación y control

Art. 1.- Las disposiciones de la presente Ley se aplicarán a la exportación de todo tipo de productos bienes y servicios. Sin embargo, en lo que se refiere a los hidrocarburos, se estará a lo dispuesto en la legislación especial y a las pertinentes disposiciones del Capítulo II de esta Ley.

Art. 2.- Eliminase las patentes de exportación para todo tipo de productos así como los impuestos a la exportación de toda mercancía, con excepción de los Hidrocarburos, y se elimina cualquier otro requisito especial para exportar y, en consecuencia, los únicos requisitos y trámites que se observarán son los que se determinan en la presente Ley.

Nota: Artículo sustituido por Ley No. 73, publicada en Registro Oficial Suplemento 574 de 23 de noviembre de 1994.

Art. 3.- Todo trámite documentario de exportación se realizará en el Banco Central del Ecuador, a través del Sistema de Ventanilla Única de Exportaciones.

Art. 4.- El Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca y el Banco Central del Ecuador diseñarán el formulario como único documento interno. (ECUADOR C. D., 2001-2004)

2.3.10 Según el plan del buen vivir

Objetivo 11: Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible

El sistema económico mundial requiere renovar su concepción priorizando a la igualdad en las relaciones de poder –tanto entre países como al interior de ellos, a la (re)distribución y al ser humano, sobre el crecimiento económico y el capital (Senplades, 2009). Esta nueva concepción permitirá la concreción de aspectos como la inclusión económica y social de millones de personas, la transformación del modo de producción de los países del Sur, el fortalecimiento de las finanzas públicas, la regulación del sistema económico y la justicia e igualdad en las condiciones laborales.

Las economías populares y solidarias, base social y económica, son el mayor empleador del país y cuentan con millones de socios. La economía popular y solidaria que empleó en 2009 el 64% de los ocupados a nivel nacional (MIES, 2011), constituye un ejemplo palpable de que un sistema económico que privilegie al ser humano sobre el capital es posible. Por ello es fundamental insistir en la urgencia de cambiar las conductas individuales (los patrones consumistas), que son las que provocan y aceleran la insostenibilidad del consumo capitalista en el mediano plazo, aunque sean el fundamento de las utilidades del capital en el corto plazo. (FALCONI 2013-3).

2.3.11 Según el código de comercio exterior e inversiones

Medidas no Arancelarias del Comercio Exterior

Art. 78.- Medidas no arancelarias.- El Comité de Comercio Exterior podrá establecer medidas de regulación no arancelaria, a la importación y exportación de mercancías, en los siguientes casos:

- a) Cuando sea necesario para garantizar el ejercicio de un derecho fundamental reconocido por la Constitución de la República;
- b) Para dar cumplimiento a lo dispuesto en tratados o convenios internacionales de los que sea parte el Estado ecuatoriano;
- c) Para proteger la vida, salud, seguridad de las personas y la seguridad nacional;

- d) Para garantizar la preservación del medio ambiente, la biodiversidad y la sanidad animal y vegetal;
- e) Cuando se requiera imponer medidas de respuesta a las restricciones a exportaciones ecuatorianas, aplicadas unilateral e injustificadamente por otros países, de conformidad con las normas y procedimientos previstos en los respectivos acuerdos comerciales internacionales y las disposiciones que establezca el órgano rector en materia de comercio exterior;
- f) Cuando se requieran aplicar medidas de modo temporal para corregir desequilibrios en la balanza de pagos;
- g) Para evitar el tráfico ilícito de sustancias estupefacientes y psicotrópicas; y,
- h) Para lograr la observancia de las leyes y reglamentos, compatibles con los compromisos internacionales, en materias tales como controles aduaneros, derechos de propiedad intelectual, defensa de los derechos del consumidor, control de la calidad o la comercialización de productos destinados al comercio internacional, entre otras.

Art. 79.- Además de los casos previstos, se podrán establecer medidas de regulación y restricción no arancelarias a la exportación en los siguientes casos:

- a. Para evitar escasez de productos alimenticios o de otros productos esenciales para el país, así como para controlar el ajuste de precios de este tipo de productos;
- b. Para asegurar el abastecimiento de materias primas a los productores nacionales, en ejecución de un plan gubernamental de desarrollo industrial;
- c. Para proteger recursos naturales no renovables del país; para proteger el patrimonio nacional de valor cultural, artístico, histórico o arqueológico.
- d. En los demás casos que establezca el organismo competente en esta materia, por ser conveniente a las políticas comercial y económica de Ecuador, según lo establecido en los acuerdos internacionales debidamente ratificados.

2.3.12 Código orgánico de la producción, comercio e inversiones

Artículo 79 literal nos dice que no abra medidas arancelarias a los productos que estén en escasez en el país, debido a la nueva implementación de cocinas a inducción la industria ecuatoriana no está preparada para la elaboración de ollas apropiadas para estas cocinas, por lo que se provee una escasez de este producto por lo menos hasta que el país

económicamente se recupere y los productores ecuatorianos fortalezcan su economía para estar aptos de la producción de ollas para cocinas de inducción.

2.3.13 SENA E

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador es una empresa estatal, autónoma y moderna, orientada al servicio. Es parte activa del quehacer nacional e internacional, facilitador del Comercio Exterior, con un alto nivel profesional, técnico y tecnológico. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador está en constante innovación, y perfeccionamiento de los procesos, con el objetivo de brindar la mejor calidad en el servicio al usuario. Están conscientes que en las instituciones, el principal recurso es el humano, por eso creen en la gente. Están listos para enfrentar cualquier reto, y comprometidos con la gran responsabilidad que implica ser la Aduana del Ecuador. (SENAE)

2.3.14 INCOTERMS

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

ILUSTRACIÓN N.º 1: INCOTERMS

The image shows a matrix for Incoterms 2010. The columns represent different modes of transport: EXW, FCA, FAS, FOB, CPT, CIP, CFR, CIF, DAT, DAP, DDP. The rows represent the responsibilities: Carriage, Insurance, Loading, Unloading, Customs, and Transport. A legend at the bottom indicates that a yellow square means the Seller is responsible, a black square means the Buyer is responsible, and a half-yellow/half-black square means both are responsible.

Incoterm	Carriage	Insurance	Loading	Unloading	Customs	Transport
EXW	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer
FCA	Seller	Buyer	Seller	Buyer	Buyer	Buyer
FAS	Seller	Buyer	Seller	Buyer	Buyer	Buyer
FOB	Seller	Buyer	Seller	Buyer	Buyer	Buyer
CPT	Seller	Buyer	Seller	Buyer	Buyer	Buyer
CIP	Seller	Seller	Seller	Buyer	Buyer	Buyer
CFR	Seller	Buyer	Seller	Buyer	Buyer	Buyer
CIF	Seller	Seller	Seller	Buyer	Buyer	Buyer
DAT	Seller	Buyer	Seller	Seller	Buyer	Buyer
DAP	Seller	Buyer	Seller	Seller	Buyer	Buyer
DDP	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Buyer

Fuente: PROECUADOR.COM

Elaborado por: Autores.

2.3.14.1 Clasificación de las reglas Incoterms 2010

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. Sin embargo el vendedor debe proporcionar la información pertinente de seguro o de transporte para facilitar la contratación de los mismos por parte del comprador.

El vendedor debe entregar la mercancía poniéndola a disposición del comprador en el punto acordado, y no cargada en ningún vehículo de recogida. El vendedor debe entregar la mercancía en la fecha acordada o dentro del plazo acordado.

El vendedor corre con todos los riesgos de pérdida o daño causados a la mercancía hasta que se haya puesto a disposición del comprador en el punto acordado, excepto si el comprador no da aviso suficiente de ir a retirar la mercancía desde la fecha acordada o la fecha de expiración del contrato, siempre y cuando la mercancía sea objeto del contrato.

El vendedor debe de pagar todos los costos hasta que la mercancía se haya entregado al comprador, incluidos los del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador no tiene ninguna obligación ante el vendedor de formalizar un contrato de transporte, ni de seguro.

El comprador debe pagar todos los costos relativos a la mercancía posterior a su recepción, pagar costos en el caso de que no haya dado aviso suficiente al vendedor de retirar la mercancía, pagar costos relativos a los trámites aduaneros que conlleva una exportación y reembolsar los gastos en que haya incurrido el vendedor posterior a la entrega relativos a trámites para la exportación.

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. Si este no es el caso, el comprador deberá llevar a cabo la contratación del transporte desde el lugar de entrega designado.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de contratar el seguro, sin embargo si es de interés para el comprador, el vendedor debe proporcionar la información necesaria para que se lleve a cabo esta contratación.

El vendedor debe entregar la mercancía al transportista o a la persona designada por el comprador en el punto acordado y dentro del plazo acordado.

El vendedor corre con todos los riesgos y pérdida de la mercancía hasta que se haya entregado.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador corre con todos los riesgos y pérdida de la mercancía desde que ha recibido la misma. En el caso de que el comprador no haya notificado si éste iba a realizar el contrato de transporte o la persona designada, o en el caso de que la persona designada no se quiera hacer cargo de la mercancía, el comprador tendrá que asumir los riesgos y costos siempre y cuando la mercancía sea objeto del contrato.

CPT (Transporte 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. Hay que tomar en cuenta que en éste término, 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. Sin embargo, el vendedor paga el transporte hasta el punto de destino designado. Cabe recalcar que la ruta deberá ser la más usual, y en el caso de que no se haya designado una ruta en específico deberá ser la que más le convenga al vendedor.

El vendedor debe proporcionar al comprador el documento de transporte, el mismo debe de permitir al comprador realizar algún reclamo al transportista, al igual que vender la mercancía en tránsito mediante la transferencia del documento.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de seguro. Sin embargo, el vendedor debe de proporcionar a riesgos y expensas del comprador la información necesaria para que el comprador pueda contratar el seguro, o viceversa.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador deberá asumir los costos desde el punto de entrega (es decir desde que se ha entregado la mercancía al transportista) hasta el lugar de destino designado (salvo que se haya designado lo contrario en el contrato de transporte).

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. Hay que tomar en cuenta que en éste término, 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. Sin embargo, el vendedor paga el transporte hasta el punto de destino designado. Cabe recalcar que la ruta deberá ser la más usual, y en el caso de que no se haya designado una ruta en específico deberá ser la que más le convenga al vendedor.

El vendedor deberá realizar la contratación del seguro al menos con la cobertura mínima. El mismo deberá cubrir como mínimo el precio dispuesto en el contrato más un 10%. Asegurará la mercancía desde el punto de entrega al menos hasta el punto del lugar designado. El seguro deberá contratarse con una Compañía de Seguros de buena reputación y dar derecho al comprador o cualquier persona que tenga interés asegurable sobre la mercancía a reclamar directamente sobre el asegurador.

El vendedor debe proporcionar al comprador el documento de transporte, el mismo debe de permitir al comprador realizar algún reclamo al transportista, al igual que vender la mercancía en tránsito mediante la transferencia del documento.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

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. En éste término se considera que la mercancía está entregada cuando ha llegado al lugar de destino designado (sea éste el puerto o cualquier otro lugar de destino acordado) y posterior a su descarga está a disposición del comprador. Considerar que se diferencia de DAP ya que en éste término la mercancía debe de ser descargada, en DAP la mercancía debe de estar preparada para su descarga.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.

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. En éste término se considera que la mercancía está entregada cuando ha llegado al lugar de destino designado (incluye el punto acordado en el caso de que estuviere determinado) y preparada para su descarga está a disposición del comprador.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador corre con todos los riesgos y daños de la mercancía desde que la misma ha sido entregada (ha sido preparada para su descarga y a su vez se considera que está a disposición del comprador 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.

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. En éste término se considera que la mercancía está entregada cuando ha llegado al lugar de destino designado (incluye el punto acordado en el caso de que se hubiere determinado) y preparada para su descarga está a disposición del comprador.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.

El comprador corre con todos los riesgos y daños de la mercancía desde que la misma ha sido entregada (ha sido preparada para su descarga y a su vez se considera que está a disposición del comprador en el lugar de destino designado).

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.

El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgos y expensas del comprador. 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. En cualquiera de los dos casos el vendedor deberá entregar la mercancía dentro del plazo acordado. Si el

comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado.

El comprador deberá asumir los costos en el caso de que el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de la mercancía, siempre y cuando la mercancía se haya declarado como mercancía objeto del contrato. El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado.

FOB (Franco a Bordo)

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgos y expensas del comprador. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma a bordo 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. En cualquiera de los dos casos el vendedor deberá entregar la mercancía dentro del plazo acordado. Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado.

El comprador deberá asumir los costos en el caso de que el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de la mercancía, siempre y cuando la mercancía se haya declarado como mercancía objeto del contrato. El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado.

CFR (Costo y Flete)

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor tiene la obligación de contratar el transporte desde el punto de entrega acordado hasta puerto de destino designado, o en el caso de que se haya acordado, un punto específico en dicho puerto designado. El vendedor deberá proporcionar un transporte por la ruta usual en un buque del tipo normalmente utilizado para el transporte del tipo de mercancía vendida. Se considera la mercancía entregada cuando está puesta a bordo del buque o cuando se proporciona la mercancía así entregada. Cabe recalcar que éste término difiere el momento de la entrega de la mercancía, con el momento al cual el vendedor tiene obligación de asumir los costos, dando así que el riesgo se transmite al comprador cuando la mercancía está a bordo del buque, pero el vendedor tiene que asumir los costos cuando la mercancía llega al puerto de destino designado.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.

El comprador deberá asumir todos los costos desde que la mercancía ha sido entregada, incluyendo los costos relativos a la mercancía mientras está en tránsito hasta su llegada al puerto de destino, salvo que tales costos y gastos fueran por cuenta del vendedor según el contrato de transporte.

CIF (Costo, Seguro y Flete)

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor tiene la obligación de contratar el transporte desde el punto de entrega acordado hasta puerto de destino designado, o en el caso de que se haya acordado, un punto específico en dicho puerto designado. El vendedor deberá proporcionar un transporte por la ruta usual en un buque del tipo normalmente utilizado para el transporte del tipo de mercancía vendida. Se considera la mercancía entregada cuando está puesta a

bordo del buque o cuando se proporciona la mercancía así entregada. Cabe recalcar que éste término difiere el momento de la entrega de la mercancía, con el momento al cual el vendedor tiene obligación de asumir los costos, dando así que el riesgo se transmite al comprador cuando la mercancía está a bordo del buque, pero el vendedor tiene que asumir los costos cuando la mercancía llega al puerto de destino designado.

El vendedor deberá realizar la contratación del seguro al menos con la cobertura mínima. El mismo deberá cubrir como mínimo el precio dispuesto en el contrato más un 10%. Asegurará la mercancía desde el punto de entrega al menos hasta el puerto de destino designado. El seguro deberá contratarse con una Compañía de Seguros de buena reputación y dar derecho al comprador o cualquier persona que tenga interés asegurable sobre la mercancía a reclamar directamente sobre el asegurador.

En el caso de que el comprador esté interesado de contratar coberturas adicionales de seguro, será a expensas de él mismo, y deberá proporcionar la información necesaria al vendedor para que facilite la obtención de esa cobertura adicional.

El vendedor debe proporcionar al comprador el documento de transporte, el mismo debe de permitir al comprador realizar algún reclamo al transportista, al igual que vender la mercancía en tránsito mediante la transferencia del documento.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

2.3.15 TRANSPORTE

La cuestión del transporte es crucial para el comercio exterior. El transporte puede favorecer tanto como liquidar las pretensiones de una empresa para consolidarse en un mercado. Definidas las condiciones del transporte con el importador, el exportador debe obtener, con antelación, la reserva en plaza para la carga en el medio de transporte seleccionado, debiendo ser preservada una buena relación con el agente de transporte.

Factores a ser analizados y a tener en cuenta a la hora de elegir medio de transporte:

- Puntos de embarque y desembarque
- Costos relacionados con el embarque, desembarque, cuidados especiales, flete hasta el punto de embarque, flete internacional, manipulación, etc.
- Urgencia en la entrega
- Características de la carga: peso, volumen, forma, dimensión, peligrosidad, cuidados especiales, refrigeración, etc.
- Posibilidades de uso del medio de transporte, tales como disponibilidad, frecuencia, adecuación, exigencias legales.

El transporte requiere control específico dentro del plano trazado, por involucrar aspectos financieros, comerciales y operacionales. Se debe tener en cuenta: el volumen, la frecuencia de los fletes, el área, las opciones disponibles y asesoría especializada.

El exportador puede designar una empresa especializada en el transporte de la mercadería o por su cuenta, buscar el tipo de traslado más adecuado para atender el pedido del importador.

Se aconseja la revisión periódica de los respectivos contratos, pues la dinámica de innovaciones en el segmento acostumbra a favorecer al exportador. El transporte internacional puede ser realizado por los medios marítimo, terrestre, aéreo o por la combinación de estos medios (intermodal o multimodal). La elección ideal debe suplir las necesidades, tanto del exportador como del importador. Las operaciones que contemplan la concurrencia de dos o más modos de transporte pueden ser clasificadas como intermodal y multimodal.

2.3.15.1 Transporte Intermodal

El transporte intermodal se caracteriza, básicamente, por el transporte de la mercadería en dos o más modalidades, en una misma operación, donde cada transportador emite un documento y responde, individualmente, por el servicio que presta.

La intermodalidad puede reducir costos de otros modos más onerosos en locales de entrega de la mercadería que no puede ser alcanzados por un único medio de transporte, dependiendo de la proporcionalidad de la distancia y de otros factores representados por cada uno de ellos.

2.3.15.2 Transporte Multimodal

La opción vincula el recorrido de la carga en un único documento de transporte, designado Documento o Conocimiento de Transporte Multimodal, independiente de las diferentes combinaciones de medios de transporte, como por ejemplo, ferroviario y marítimo.

Además de propiciar el mejor aprovechamiento de los equipamientos, el transporte multimodal resulta por la mayor eficiencia de los servicios de transporte de carga, con menores costos, mayor agilidad y confiabilidad de entrega.

Ventajas de la utilización del transporte multimodal:

- Permite manipulación y movimiento más rápido de la carga, inclusive las operaciones de transbordo
- Garantiza mayor protección a la carga, reduciendo riesgos de daños y averías
- Disminuye los costos de transporte a partir de la unificación y consolidación de la carga
- Estimula la competitividad con el comercio internacional donde la práctica es ampliamente difundida entre los países desarrollados
- Mejora la calidad del servicio prestado, por la utilización de operadores responsables y de servicios de transporte eficientes.

2.3.15.3 Aspectos fundamentales del transporte internacional

El transporte en la logística de comercio internacional, juega un papel fundamental en el comercio exterior. A medida que se disponga de mecanismos más eficientes de transporte y de una infraestructura adecuada para este, se agilizarán las actividades comerciales de carácter internacional, y su producto y relaciones con socios internacionales aumentarán.

El transporte de mercancías cuenta con varios componentes esenciales para lograr un mejor desempeño, entre ellos podemos citar:

- La infraestructura, en la cual se incluyen las vías naturales o artificiales (ríos, lagos, océanos, espacio aéreo, rieles, carreteras) y las terminales.
- Las operaciones, compuestas por los modos de movilización que pueden ser unimodal o multimodal, es decir que involucra más de un medio de transporte, las unidades de operación (vagones, camiones, barco, aviones) y operadores de unidades.
- Los servicios que incluyen tanto a los proveedores individuales como corporativos (transportistas, conferencias navieras o aéreas) y los usuarios individuales o corporativos (importadores, exportadores, comercializadores o consejos de usuarios).

Los transportes ayudan al desarrollo económico, social, político y cultural. El aspecto de las ciudades está configurado por las infraestructuras y los nuevos medios. Las actividades del transporte (un sistema muy importante al estar formado por muchos componentes relacionados entre sí) influyen muy notablemente en nuestra sociedad.

Para poder competir adecuadamente en la realización de un transporte internacional deben estudiarse y calcularse muy bien los fletes, analizando los pros y contras de la operación, posición de compra y entrega, puerto de salida y destino, transbordos, demoras, penalizaciones, despacho aduanero, restricciones de circulación, días festivos, huelgas, tránsitos, etc.

2.3.15.4 Legislación que rige el transporte internacional

La legislación aduanera contiene algunas regulaciones específicas que recaen sobre las actividades que cumplen los operadores de transporte. Se destacan por su importancia las siguientes:

El transporte internacional marítimo, aéreo y terrestre, para ser autorizado debe contar con un representante domiciliado en el lugar donde vaya a operar.

Los transportistas internacionales marítimo, aéreo y terrestre, deben constituir garantía permanente y suficiente, para cubrir las obligaciones de los porteadores, de las cuales son

responsable solidarios. El arribo y salida del transporte debe realizarse en las aduanas habilitadas para la respectiva operación. Los vehículos de transporte están sujetos a requisa, por parte de las autoridades aduaneras. La circulación de vehículos de transporte de mercancías en la zona de vigilancia aduanera, debe contar con un permiso expedido por el administrador de la aduana de la respectiva circunscripción, salvo que porten los documentos comerciales o aduaneros correspondientes.

Los vehículos de transporte en la oportunidad de practicar operaciones de tráfico internacional, están obligados a portar los documentos que amparen las mercancías objeto de la operación. Estos documentos son: Manifiesto de carga; conocimientos de embarque; Guía aérea o guía de encomienda, según sea el caso. Los portadores tienen la obligación de entregar a la aduana correspondiente, los documentos referidos en el punto anterior, en la fecha de llegada o de salida del vehículo de transporte. También los pueden entregar desde el momento en que el vehículo hubiese llegado a la jurisdicción de la aduana. Los transportistas deben declarar a la aduana las mercancías descargadas de más y de menos. Los portadores de mercancías de importación y tránsito están obligados a notificar de inmediato a los consignatarios la llegada de las mercancías.

2.3.15.5 clasificación del transporte

Según el ámbito de operación

- Nacional: El autorizado para efectuar transporte entre distintos puntos del territorio nacional. Cuando es marítimo, fluvial, lacustre o aéreo, también se le conoce como cabotaje (Arts. 72 y sigs. Ley Orgánica de Aduanas; Art. 98 Ley de Aviación Civil)
- Internacional: El autorizado para efectuar transporte con el exterior del territorio nacional, es decir, entre naciones.
- Mixto: El autorizado para efectuar transporte, tanto entre distintos puntos del territorio nacional, como con el exterior.

Según la nacionalidad de su matrícula:

- Nacional: Si su matrícula ha sido expedida en el país.
- Extranjero: Si su matrícula ha sido expedida por otro país

Según el medio natural donde opera

2.3.15.6 Transporte por carretera

El transporte por carretera se caracteriza por la facilidad en la entrega de a mercadería, realizando conexiones entre el transporte multimodal y el intermodal. Estas conexiones buscan el producto a exportar en la fuente y lo embarcan en otros modales o al inverso, en caso de las importaciones, entregando en la puerta los productos traídos por otros medios. Es recomendable para cortas y medias distancias en la exportación o importación de bienes. Proporciona agilidad y flexibilidad tanto en el traslado de las cargas, aisladas o en conjunto con otras y también en la integración de regiones.

Documento de transporte: Conocimiento de embarque (B/L).

- Ventajas: tarifas más bajas, transporte en masa de grandes volúmenes, diversidad y especialización de Buques, no tiene restricciones para productos peligrosos.
- Desventajas: baja velocidad, seguro y embalajes más costosos, costos portuarios, altos riesgos de saqueo y deterioro, frecuencias más espaciadas.

La simplicidad del funcionamiento de este medio de transporte permite, en cualquier ocasión, los embarques urgentes. Las otras ventajas son:

- Entrega segura y directa de los bienes al importador
- Manoseo mínimo de las cargas, pues el camión sigue lacrado hasta el destino
- Entrega rápida en distancia corta
- Embalajes más simples y de bajo costo

ILUSTRACIÓN N°. 2: DISTANCIA DE RIOBAMBA HASTA SANTIAGO DE CHILE POR VÍA TERRESTRE



Fuente: google map
Elaborado por: Autora

2.3.15.6.1 Ecuador Riobamba- Chile Santiago de Chile

Distancia entre ciudades Riobamba, Chimborazo, Ecuador y Santiago de Chile, Región Metropolitana, Chile en la vía pública es — 4964.78 km o 3078.16 millas. La distancia entre los puntos en las coordenadas — 16976 km o 10185.6 millas. Para superar esta distancia a una velocidad promedio del vehículo de 80 kmh requiere — 212.2 h. o 12732.0 minutos.

La longitud de esta distancia es de unos 42.4% la longitud total de la línea ecuatorial. Avión de pasajeros Airbus A380 volará la distancia en 18.7 h., y el tren 242.5 h. (No hay tren de alta velocidad).

2.3.15.7 Transporte ferroviario

El transporte ferroviario internacional es hecho en vagones fraccionados por locomotoras que, sobre rieles, recorren trayectos debidamente delineados, por lo tanto, sin flexibilidad de recorrido y presos a caminos únicos. Las conexiones más comunes son entre los países limítrofes y pueden ser utilizadas las vías de otros países. La agilidad del transporte ferroviario no se compara a la del carretero pues las cargas, tienen que ser llevadas a él.

Algunas ventajas del transporte ferroviario:

- Costo menor de transporte
- Flete más barato que el carretero
- Ejecuta viajes sin problemas de congestionamiento
- Existencia de terminales de carga próximas a las fuentes de producción

2.3.15.8 Transporte Aéreo

Por la velocidad utilizada, el transporte aéreo es utilizado para pequeñas cargas y que tiene urgencia en la entrega, los factores básicos de seguridad, ética y operacionalidad están establecidos en las normas IATA (International Air Transport Association) y en acuerdos y convenciones internacionales. Este modo tiene las siguientes características:

- Creciente aumento de flotas y rutas
- Mayor rapidez en el transporte
- Ideal para el envío de mercaderías con poco peso o volumen y alto valor
- Muy eficaz en el transporte de muestras
- Eficacia comprobada en al prioridad de entrega (Urgencia)
- Acceso a determinados mercados, difíciles de alcanzar por otros medios de transporte
- Reducción de los gastos de almacenaje

2.3.15.9 Transporte marítimo

Aplica para vías navegables marítimas, o de navegación interior como ríos o lagos. Se contrata Puerto a Puerto a través de agentes de carga o embarcadores. La carga se embarca en contenedores especializados para lo cual debe ser consolidada. Es el medio de

transporte por excelencia; es el que permite trasladar grandes pesos y volúmenes de mercaderías sólidas o líquidas, habiendo aumentado la velocidad de transporte, en los últimos años.

Las características esenciales del tráfico marítimo son las siguientes:

- **Carácter Internacional:** ya que es prácticamente el único medio económico de transportar grandes volúmenes de mercancías entre puntos distantes geográficamente.
- **Capacidad:** los tonelajes de los buques llegaron hace muchos años a superar el medio millón de toneladas de peso muerto en los grandes petroleros.
- **Flexibilidad:** implica la posibilidad de emplear buques desde pequeños tamaños.
- **Versatilidad:** por los diferentes tipos de buques adaptados a todo tipo de cargas.

2.3.15.9.1 Operadores del transporte marítimo

Detallaremos a continuación las personas jurídicas o físicas que intervienen en el transporte marítimo internacional y sus principales funciones:

- **Armador, Porteador o Naviero (Shipowner):** Es el propietario del buque. Puede suscribir contratos de fletamento con el porteador efectivo.
- **Porteador Efectivo:** Es el transportista propiamente dicho, que puede ser también el propio armador.
- **Agencias Marítimas o Navieras, (Ships Agent):** Son representantes de los armadores o de los porteadores efectivos que realizan la gestión comercial del transporte en cada puerto.
- **Agencias Generales, Agencias Generales de Carga o Agencias de Fletamento (Chartering Broker):** Los consolidadores que gestionan buques y cargas.
- **Cargador (Shipper):** Es el exportador o el importador responsable del embarque de la mercancía que suscribe el contrato de transporte marítimo.
- **Estibador:** Es la empresa autorizada para realizar las operaciones portuarias. Recordar la importancia del Conocimiento de Embarque (Bill of Lading o B/L), Instrumento que acredita el contrato de transporte por vía marítima o fluvial. Lo confecciona la compañía naviera, su agente naviero o el capitán del barco y en él consta el haber

recibido la carga a bordo de la nave para ser transportada al puerto que se indicará en el mismo documento.

ILUSTRACIÓN N°. 3: DISTANCIA DE RIOBAMBA- ECUADOR HASTA CHILE- SANTIAGO DE CHILE



Fuente: google map
Elaborado por: Autora

2.3.16 Acuerdos comerciales

El Ecuador ha firmado un sin número de Acuerdos comerciales sean estos bilaterales o multilaterales como bloque económico, los mismos que le otorgan el beneficio de preferencia arancelaria total o parcial para el ingreso de productos ecuatorianos a muchos de esos países con que constan en el Acuerdo. Es por esto que, la política de comercio exterior ha girado en torno al establecimiento de convenios y tratados comerciales, ya sea de libre comercio o de tratamiento preferencial, para eliminar o disminuir la discriminación en los aranceles aduaneros de un país contra los productos originarios de otro, o bien para reducir los trámites de que deben seguir para ingresar.

Los bloques económicos a los cuales pertenecemos son:

- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)
- Comunidad Andina (CAN)
- Sistema Global de Preferencias Comerciales entre los países en desarrollo (SGPC)

2.3.16.1 ALADI: La Asociación Latinoamericana de Integración

Es un organismo intergubernamental que, continuando el proceso iniciado por la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC) en el año 1960, promueve la expansión de la integración de la región, a fin de asegurar su desarrollo económico y social. Su objetivo final es el establecimiento de un mercado común latinoamericano. Bajo este acuerdo, los países miembros (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela) podrán exportar sus productos entre sí, gozando de preferencias arancelarias.

2.3.16.2 CAN: Comunidad Andina de Naciones

Las empresas ecuatorianas pueden emitir Certificado de Origen a los países miembros de la CAN, considerando que sus productos cumplen según la Decisión 416 del Acuerdo de Cartagena. Con este documento, emitido por las Cámaras y Fedexpor, los productos ecuatorianos podrán ingresar a los países miembros con preferencias arancelarias.

Los países miembros de la Comunidad Andina son: Bolivia, Colombia, Perú y Ecuador.

2.4 MARCO CONCEPTUAL

2.4.1 Exportación

Es cualquier bien o servicio el cual es enviado desde un país a otra parte del mundo. Es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios que se trasladan de un país a otro.

Se realiza en condiciones determinadas en donde la complejidad de las distintas legislaciones y las operaciones involucradas pueden ocasionar determinados efectos fiscales. Se trata de una venta que va más allá de las fronteras arancelarias

en donde se encuentra instalada la empresa y por tanto las “reglas del juego” pueden cambiar. (ARTURO, 2013)

2.4.2 Cartera

Los bolsos o carteras son algo importante en la vestimenta de las mujeres. Es un accesorio esencial para cualquier aspecto que queramos llevar, así sea para una noche de gala o una tarde de salida con las amigas, porque además de terminar nuestro look, también es el lugar donde llevamos todo lo necesario.

Lo que no sabemos es que realmente existen varios tipos de bolsos y de esto les hablaré. De esta manera, podrás tomar una decisión más acertada cuando vayas a comprar tu próxima cartera, y además estarás al día con lo que haya salido nuevo en cada uno de los tipos que te enseñaré. (RENATA, 2010)

2.4.3 Mercado

"un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta" (MANKIN)

2.4.4 Cuero

El material de partida para la preparación del cuero lo constituye la piel de los animales. Su naturaleza es, sobre todo, adecuada al carácter del cuero obtenido. La piel en bruto se obtiene de toda clase de ganado vacuno como toros, bueyes, vacas, y terneros, además de las pieles de oveja , piel de cabra, piel de cerdo, piel de caballo y muchas pieles especiales de animales salvajes, animales acuáticas y reptiles. A esto hay que añadir los animales peleteros, animales salvajes y domesticados, cuyas pieles son dedicadas a ser curtidas y con ello valorizadas. (Efrén, 2012)

2.4.5 Curtir

Preparar la piel de un animal para que no se pudra y pueda ser usada para confeccionar prendas de vestir y objetos.

Tratar la piel de un animal con diversos procedimientos y sustancias para hacerla flexible y para que no se descomponga, y de este modo dejarla lista para su uso en la fabricación de objetos diversos. (LAROUSSE, 2007)

2.4.6 Comprador

El comprador es el que cubre necesidades adquiriendo bienes o servicios a cambio de un precio cierto. Los consumidores (y usuarios) somos compradores de bienes y (contrastadores de servicios) por definición y somos una de las dos partes que tienen los mercados: la demanda por oposición a la oferta, compuesta por los vendedores.

Al punto en el que se encuentran la oferta y la demanda, en un mercado, se le llama “punto de equilibrio” o precio, que es el valor en unidades monetarias que el comprador está dispuesto a entregar al vendedor a cambio del producto o servicio ofertado por este último.(CONSUMOTECA, 2014)

2.4.7 Barreras arancelarias

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional.

Las barreras legales que más se utilizan son las arancelarias y tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país, dado por medio del establecimiento de derechos a la importación. Cuanto más alto sea el monto de los aranceles de una mercancía, más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local en otro país, ya que ese arancel incidirá en los precios de los productos importados; elevándolos. (PROECUADOR, 2013)

2.4.8 Demanda

Es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la "oferta") y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.

Ahora, teniendo en cuenta que ésta definición es muy general y que los mercadólogos necesitan tener una idea más completa acerca de lo que es la demanda, en el presente artículo se incluye: 1) Las definiciones que proponen diversos expertos en temas de mercadotecnia y economía; y 2) un análisis estructural de la definición de demanda que revela las partes más importantes que conforman la demanda. (IVAN, 2006)

2.4.9 Competencia

En el mundo real, es difícil encontrar estructuras de mercado que garanticen la transparencia plena tanto para consumidores como para competidores. No siempre las posiciones competitivas son iguales y por lo tanto, es necesario analizar detalladamente la clase de mercado que se afronta, para poder realizar un análisis claro de la realidad competitiva presente.

2.4.9.1 La competencia perfecta

Se tiene básicamente cuando ningún agente o empresa es capaz de influir sobre el precio.

Hay un gran número de competidores.

Hay perfecta información: Todos los competidores saben del precio de sus rivales y todos los compradores saben de las ofertas de los productores.

La empresa puede vender de su producto toda la cantidad que desea.

Como es lógico, dichas condiciones son muy estrictas y poco realistas, por esto, la teoría económica ha diseñado la teoría de la llamada Competencia Imperfecta.

2.4.9.2 La competencia imperfecta

En una industria un sector de la industria o un mercado se presenta competencia imperfecta cuando alguno de los agentes posee algún grado de control sobre los precios. (ALEJANDRO, 2002)

2.4.10 La materia prima

Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene Incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final. La materia prima es utilizada principalmente en las empresas industriales que son las que fabrican un producto. Las empresas comerciales manejan mercancías, son las encargadas de comercializar los productos que las empresas industriales fabrican. (OCHOA, 2009)

2.4.11 Proyecto

El termino Proyecto pese a ser de uso común, puede tomar significados diferentes y no siempre se emplea en el mismo sentido. La palabra proviene del latín proiectus, que a su vez deriva de proicere, que significa dirigir algo o alguna cosa hacia adelante. De aquí que entre sus aceptaciones encontremos que proyecto se refiere a un esquema, programa o plan que se hace antes de dar forma definitiva a algo o alguna cosa. Un proyecto es una intervención deliberada y planificada por parte de una persona o ente que desea generar cambios favorables en una situación determinada. Es el conjunto de actividades concretas, interrelacionadas y coordinadas entre sí, que se realizan con el fin de producir determinados bienes y servicios capaces de satisfacer necesidades o resolver problemas. (OROZCO, 2015)

2.4.12 Valor agregado

Valor agregado o valor añadido, en términos de marketing, es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio con el fin de darle un mayor valor en la percepción del consumidor. Generalmente se trata de una característica

o servicio extra poco común o poco usado por los competidores, y que le da a la empresa o negocio cierta diferenciación. (CREENEGOCIOS, 2013)

2.4.13 Embalaje

Es aquella envoltura que protege al producto desde el momento de producción hasta su consumo, este hace más fácil su manejo.

Características más importantes de un buen embalaje:

- Fácil de utilizar (abrir, cerrar y consumir).
- Protector de las características del producto contra: luz, aire, golpes, variaciones externas (temperatura, humedad, presión interna y externa).
- Seguro: en la utilización y contra robos.
- Atractivo (YAMILETWADE, 2011)

2.5 HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

2.5.1 Idea a defender

La idea a defender es algo que proponemos a realizarlo pero no lo ejecutaremos en el momento y en cambio la hipótesis tenemos comprobarlo si está en ejecución en este momento el proceso de exportación mediante la fórmula del CHI cuadrado.

El proyecto de exportación de carteras de cuero para damas beneficiara económicamente y su vez abrirá fuentes de empleo a la empresa “el Alce” del cantón guano, provincia de Chimborazo, y a su vez a dicho cantón por lo tanto este proyecto es viable.

2.5.2 Variables

2.5.3 Variable independiente

Exportación de carteras de cuero para damas.

2.5.4 Variable Dependiente

Beneficiará a la empresa “EL ALCE” del cantón Guano, provincia de Chimborazo, y a su vez a dicho cantón por lo tanto este proyecto es viable.

CAPITULO III: MARCO METODOLOGICO

3.1 Modalidad

3.1.1 Proyecto de Desarrollo

Es una herramienta de gestión que promueve el desarrollo social en un determinado territorio en este caso en el cantón Guano Provincia de Chimborazo. De esta manera, sienta las bases para atender las necesidades insatisfechas de la población y para mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos. La exportación de carteras de cuero para damas hacia el mercado chileno se busca satisfacer las necesidades del mercado de este país y al mismo tiempo mejorar la economía tanto de la empresa “EL ALCE” como del país. (CPYRIGHT, 2008)

3.1.2 Tipos

3.1.2.1 Investigación bibliográfica

La aplicación del método de investigativo es totalmente necesario para la elaboración de este proyecto de exportación de carteras de cuero para damas ya que vamos a poder contar con libros, tesis, proyectos, páginas web, etc. Ya que esto nos ayuda para el respectivo estudio donde nos permite comprobar la validez de algunos conceptos que se encuentran en el proyecto.

3.1.2.2 Investigación de Campo

Admitirá investigar o conocer cómo está el mercado en la actualidad y si es necesaria una óptima la introducción de un nuevo producto o servicio. Analizar la oferta, la demanda existente en el mercado para poder decidir la viabilidad del proyecto, para lo cual se han determinado algunas variables a ser consideradas en la investigación.

3.1.2.3 Investigación Exploratoria

Se realizan sobre fenómenos de los que se tiene poco o ningún conocimiento. Esto hace que sus objetivos sean enunciar una visión general del objeto a estudiar, en la que se señalan sus aspectos fundamentales. Generalmente, a partir de este tipo de investigación se determinan lineamientos para investigaciones futuras.

3.1.2.4 Investigación Descriptiva

También conocida como la investigación estadística, describen los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea. El comercio y la exportación del presente proyecto a merita una investigación descriptiva que determine el cómo es y cómo se encuentra la situación de las variables.

3.2 Métodos, técnicas e instrumentos

3.2.1 Métodos:

3.2.1.1 Método Inductivo

El método inductivo es aquel método científico que alcanza conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular. Partiremos investigando sobre de la los conceptos y teorías sobre la exportación de carteras de cuero para damas hacia el mercado de chile. (VENEMEDIA, 2014)

3.2.1.2 Método Deductivo

Con la aplicación de este método, conoceremos las necesidades colectivas de requerimiento de carteras de damas, posteriormente definir las zonas de influencia del proyecto.

3.2.2 Técnicas

Según el nivel de información que proporcionan las fuentes de información pueden ser primarias o secundarias.

- Fuentes primarias contienen información nueva y original, resultado de un trabajo intelectual.

EJEMPLO: observación, libros, revistas científicas y de entretenimiento, periódicos, diarios, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, patentes, normas técnicas. (LEDEZMA)

3.2.2.1 Observación:

La observación es la técnica de investigación básica, sobre las que se sustentan todas las demás, ya que establece la relación básica entre el sujeto que observa y el objeto que es observado, que es el inicio de toda comprensión de la realidad. (SALGADOANOMI, 2010)

3.2.2.2 Fuentes secundarias

Contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales.

EJEMPLO: enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones. (BIBLIOTECA UNIVERSIDAD DE ALCALA)

- **Fuentes internas:** Son los que están dentro de la empresa como ventas, márgenes y estados financieros.
- **Fuentes Externas:** Son las que están fuera de la empresa como: Publicaciones del Gobierno, INEC, Banco Central del Ecuador, INEN, revistas especializadas. (MORALES, 2013)

3.2.2.3 Herramientas

- **Wed:** es una fuente de información que nos permite desarrollar la investigación de una manera más amplia.
- **Fotos:** mediante las fotos podemos dar a reflejar y componer de una manera más comprensible el desarrollo del proyecto.

3.3 Consumo aparente

Volumen total de las entregas netas en un determinado país o región, al que se añaden las importaciones y del que se deducen las exportaciones de dicho país o región.

El consumo aparente nos ayudara a conocer la demanda que existe en el país de destino, de este modo sacar las proyecciones.

La fórmula del Consumo Aparente está dada por:

$$CA = P + M - X$$

Dónde:

CA = Consumo Aparente

P = Producción Nacional

M = Importaciones

X = Exportaciones

ESTUDIO DE MERCADO

3.4 DEFINICIÓN ESTUDIO DE MERCADO

Es el estudio de la oferta y demanda de bienes y/o servicios del proyecto en estudio. Se trata de determinar la cantidad del producto o servicio que va a ser demandado, determinar cuánto se debe producir, a qué precio, especificando las características del producto o servicio en estudio y abordando los problemas de comercialización, materias primas, etc.

3.5 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Determinar la demanda actual y futura de las carteras de cuero en el mercado chileno.
- Conocer los principales competidores y su participación dentro del mercado chileno.

- Establecer que existe una demanda insatisfecha de carteras de cuero en el mercado chileno y así poder conocer si es factible el desarrollo y ejecución del proyecto.
- Identificar el precio factible por cada cartera dentro del mercado.

3.6 LA INDUSTRIA CURTIDORA EN EL ECUADOR

Se conoce que la industria curtidora del país, que genera aproximadamente 2000 puestos de trabajo, históricamente se ha provisto del ciento por ciento del cuero en el mercado interno, para atender las necesidades de consumo de más de 3000 establecimientos que producen calzado, manufacturas de cuero, marroquinería, entre otros productos, dando ocupación a más de 50 mil trabajadores que según la ANCE, actualmente se encuentran atravesando una difícil situación económica por la falta de materia prima que por una indiscriminada comercialización está atravesando nuestras fronteras hacia otros países en los cuales los precios son más atractivos, no solo para la materia prima, las pieles, sino y sobre todo, para el ganado en pie.

La ropa de vestir de cuero se elabora a partir de la piel de animales, preparada químicamente, para producir materiales robustos, flexibles y resistentes a la putrefacción. Los cueros más utilizados para este tipo de manufacturas son los provenientes del ganado vacuno. De hecho, la mayor parte de la producción mundial de cuero procede de pieles de ganado vacuno, caprino y lanar. También se emplean, aunque en menor proporción, pieles de caballo, cerdo, canguro, ciervo, foca, morsa y diversos reptiles. Esta diversidad de procedencias origina agudos conflictos sociales, entre conservacionistas y grupos empresariales sin disposición a asumir sus responsabilidades ambientales. En Ecuador, el desarrollo del sector curtidor mantuvo niveles artesanales hasta la década de los sesenta del siglo pasado. Es evidente que la calidad de la materia prima de las curtidurías depende en buena medida de los estándares sanitarios, fitosanitarios y ambientales prevalecientes en los mataderos, que para esa época también eran artesanales. Ante el crecimiento de ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato; del consecuente incremento de la demanda (de calzado, bolsos, billeteras, carteras, manufacturas de cuero, etc.); y, de políticas de protección industrial, se inició la industrialización del sector, bajo el modelo de sustitución de importaciones de la década de los setenta del siglo pasado. Sin embargo, este impulso no pudo continuar. El ajuste estructural ideado durante la era neoliberal (desde mediados de la década de los ochenta del siglo pasado hasta finales de la primera

década del presente siglo) trajo consigo la desgravación arancelaria y la ausencia de la política pública de fomento a las manufacturas. Solo a partir de 2009, mediante la aplicación de medidas comerciales como las salvaguardas establecidas en ese año, el sector de manufacturas de cuero ha experimentado un interesante repunte. Sin embargo, esas medidas proteccionistas, erigidas más bien con el ánimo de asegurar la viabilidad de la balanza de pagos, y no como parte de una política de desarrollo industrial consistente en todos los sectores, fueron eliminadas hasta mediados de 2010. Además de estas variaciones de la política pública, que temporalmente pueden otorgar condiciones más o menos favorables para el crecimiento endógeno, el sector del cuero presenta problemas de niveles de producción y calidad de las pieles crudas. Estos problemas no permiten cubrir la demanda existente. (OLEAS, 2011).

3.6.1 Empresas curtidoras del Ecuador

Existen sociedades artesanales dedicadas al sector del cuero, como lo es la Curtidora Cabaro, la Tenería Cumandá de Ambato y Curtilán de Latacunga, Provincia de Cotopaxi que al año procesan 80 mil pieles en promedio. La única asociación que congrega a los curtidores del cuero esta ubicada en Ambato, es la Asociación Nacional de Curtidores de Cuero del Ecuador (ANCE), con agrupación a nivel nacional. Incluso existen más curtidores que son agremiados a Cámaras de la Pequeña Industria de varias ciudades del Ecuador, Cámaras de Industrias y Cámaras Artesanales.

Solo algunas empresas que son proveedoras de materias primas exportan sus productos al mercado internacional. Tan solo tres empresas envían su producción al mercado externo con resultados positivos, debido a su inversión en maquinaria y capacitación del personal, han conseguido conocer las necesidades del mercado externo para llegar con un producto de calidad y sumamente competitivo.

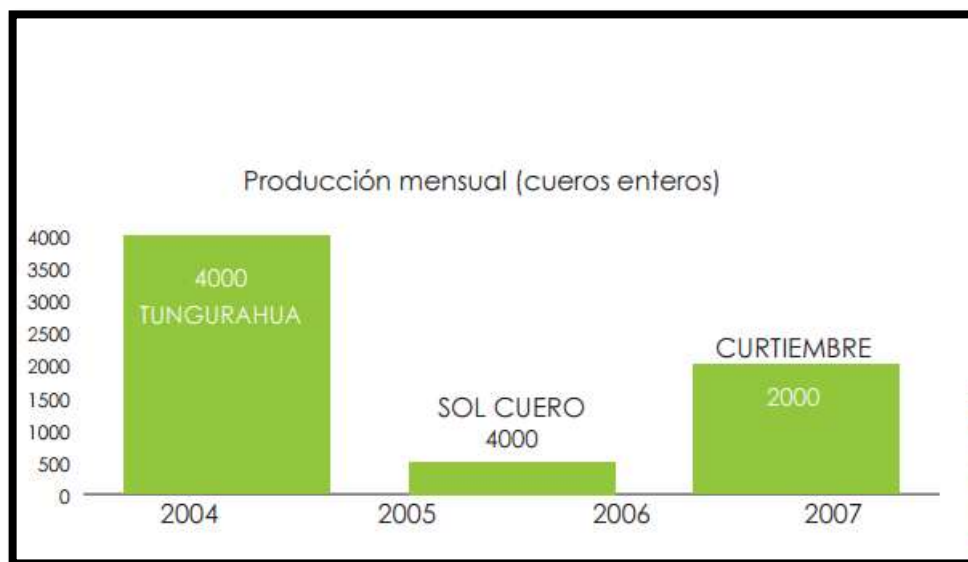
TABLA N° 1: EMPRESAS CURTIDORAS DEL ECUADOR

Empresas	Ubicación	Clasificación
Curtiembre Renaciente	Cuenca	Curtiembre
Tenería San José	Ambato	Curtiembre
Tenería Díaz	Ambato	Curtiembre
Propiel	Ambato	Curtiembre
Curtidora Tungurahua	Ambato	Curtiembre
Taswara	Ambato	Manufacturas
Con cuero	Cuenca	Manufacturas
Curtiembre El AL-CE	Riobamba	Curtiembre
Almacenes Chimborazo	Quito	Marroquinería
Corporación MIL	Quito	Marroquinería
Nova piel	Quito	Marroquinería

Fuente: Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador (ANCE)

Elaborado por: Autora

GRÁFICO N° 1: EMPRESAS MÁS DESTACADAS CURTIDORAS DEL ECUADOR



Fuente: asociación curtidores del país 2015

Elaborado por: Autora

En la gráfica se observa que los niveles la producción de la empresa Tungurahua son más eficientes y productivos con un promedio de 400 pieles enteras mensualmente, seguida de curtiembre renaciente con un promedio de 2000 cueros enteros y finalmente sol de

cuero con una producción mensual de 500 cueros. Otra de las empresas que es muy significativa en la producción nacional es en cotacachi con una producción de 2000 cueros y la empresa el Alce en el cantón guano con una producción de 200.

TABLA N° 2: PRODUCCIÓN MENSUAL DE LAS EMPRESAS DEL ECUADOR DE CARTERAS

	EMPRESA		
	TUNGURAHUA (TUNGURAHUA)	SOL CUERO (AZUAY)	CURTIEMBRE RENACIENTE (AZUAY)
producción mensual (cueros enteros)	4000	500	2000

Fuente: asociación curtidores del país 2015

Elaborado por: Autora

3.6.2 ZONAS DE PRODUCCIÓN

Las provincias con mayor producción se encuentran en la Sierra, en Tungurahua, Imbabura, Azuay y Cotopaxi. Según datos de la Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador (ANCE), la provincia del Tungurahua cuenta con 1.770 talleres artesanales dedicados a la confección de prendas de vestir de cuero y a la zapatería.

Esta cantidad de talleres representa 75,6% de la actividad artesanal de la rama en Ecuador. Los talleres se ubican en los cantones de Ambato, Baños, Cevallos y Quisapincha. (OLEAS, 2011)

4.3.2.1 Quisapincha

Quisapincha se especializa en la elaboración y comercialización de artículos como: chompas, carteras, sombreros, guantes, entre otros productos a base de cuero, obteniendo un nivel de calidad que concentra la atención de turistas nacionales e internacionales.

Aquí se puede encontrar más de 50 almacenes que se dedican a la venta de prendas de vestir y artesanías confeccionadas en cuero, es por ello que se le ha denominado “Ruta

Turística del Cuero”; es gracias a esta denominación que los confeccionistas se van especializando cada vez más en el corte, costura, acabado y comercialización de sus artículos.

El comercio en esta parroquia se incrementó hace 5 años atrás, anteriormente la gente vendía sus productos en la feria o mediante encargos de clientes de Quito, Cuenca, Tulcán, Ambato y otras ciudades del país. Ahora exportan a países como: Colombia, Venezuela, Costa Rica, España y Estados Unidos. (MIPYMES, 2011)

4.3.2.2 Cotacachi

Cotacachi se destaca por sus artesanías de cuero como calzado, chaquetas, carteras, billeteras, sombreros y una infinidad de artículos que se elaboran y confeccionan en este sector. La calidad de la manufactura es de primera y con precios económicos. La ciudad de Cotacachi cuenta con artesanos emprendedores los cuales mantienen tiendas propias de sus artículos de cuero dentro de la ciudad.

Es conocida dentro y fuera del país por los diferentes artículos de cuero que podemos encontrar en la parroquia de Santa Ana de Cotacachi, favoreciendo de igual manera las exportaciones del Ecuador.

La capacitación es importante destacar ya que, cuenta con un Instituto Tecnológico del cuero, que aporta para el beneficio y desarrollo de la producción y fabricación de manufacturas de cuero. De igual manera, cuenta con tenerías dentro de la ciudad facilitando la creación de manufacturas de cuero.

Cotacachi es una de las ciudades que cuenta con atractivos naturales, las que favorecen el ecoturismo dentro de esta zona. (MIPYMES, 2011)

4.3.2.3 Cuenca

Siendo una de las ciudades importantes en el Ecuador, ha desarrollado en gran medida la producción de diversas industrias como la cerámica, artículos de cuero (Chompas,

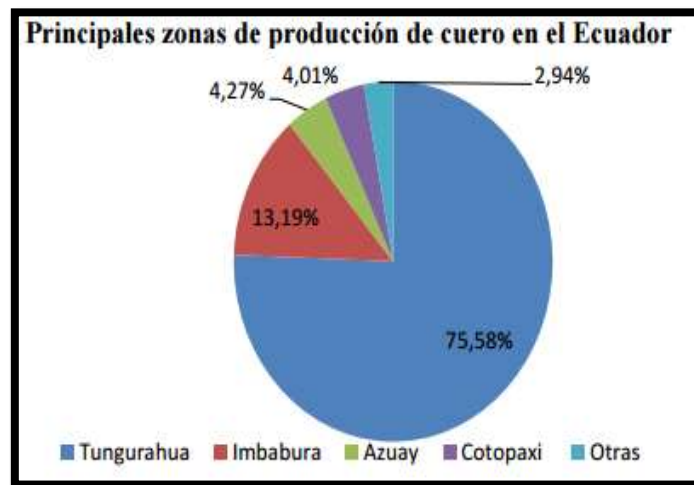
calzado, carteras), textil - confecciones, floricultura y agroindustria, muebles y madera, artesanías, joyería, sombreros de paja toquilla, entre otros.

La producción y elaboración de artículos de cuero dentro de la provincia del Azuay se lo realiza de la más alta calidad, para alcanzar los más altos estándares del mercado internacional, con el fin de satisfacer nuestros posibles compradores.

Cuenca se ha destacado en los últimos años por producir artículos de cuero de muy buena calidad, logrando la unión de varias zonas productoras mediante la creación de un cluster que está enfocado a satisfacer la demanda internacional.

En el 2007 se realizó un foro sobre los puntos de calidad en la manufactura, dirigido al Cluster de Cuero y Calzado. Se ha logrado consensos para mejorar la calidad del producto, rentabilidad, costos y posición en el mercado. (MIPYMES, 2011).

GRÁFICO N° 2: PRINCIPALES ZONAS DE PRODUCCIÓN DE CUERO EN EL ECUADOR



Fuente: Flasco
Elaborado por: Autora

3.7 EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE CUEROS

Según el Banco Central del Ecuador, el país es un tradicional exportador de cueros teniendo como mercados extranjeros a:

Al observar las exportaciones de artículos de cuero de Ecuador, podemos notar que las exportaciones de este sector son sumamente variables, existen alzas y bajas en los valores

FOB al pasar los años, deduciendo que estas fluctuaciones son originadas por que gran parte de la piel de los animales que se producen en los camales del país es enviado a otros países, siendo esta una situación preocupante para el sector del cuero en el Ecuador, motivo por el cual el gobierno nacional debe incorporar medidas pertinentes que permitan un dinamismo en el desarrollo de la industria del cuero en el país por las divisas que se pierden y la mano de obra desocupada que origina desempleo.

Otro factor a tomar en cuenta es que no existe una diversificación de mercados que adquieran nuestra oferta exportable, dado que la mayoría de estos países se consideran tradicionales, por lo que se ha estado exportando a los mismos países año por año. Se puede también observar que las bajas ventas en unos mercados han sido equilibrada por el incremento de ventas en otros países, esto se hace notable al comprar el mercado de Estados Unidos que han ido bajando sus importaciones conforme pasan los años, mientras que el mercado de Colombia ha ido subiendo sus importaciones poco a poco.

De igual manera que con otros artículos de exportación del país, el principal mercado de destino de nuestras exportaciones de artículos de cuero es Estados Unidos de América, siendo una tendencia general de nuestro comercio exterior.

TABLA N° 3: EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE CUEROS

País	2010	2011	2012	2013	2014
Estados Unidos	596.67	671.69	714.92	407.28	163.85
Colombia	523.87	411.50	733.42	601.75	413.56
China	306.90	179.09	51.00	29.74	90.61
Venezuela	212.24	95.95	144.25	191.40	44.39
Irlanda	306.90	254.66	462.83	357.42	92.17
Perú	0	1.78	18.11	35.3	48.28
España	45.96	78.02	0	0	0
Total	1'881.39	1'707.48	2'143.74	1'623.44	928.72

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaborado por: Autora

3.7.1 Exportaciones ecuatorianas de manufacturas de cuero

En la siguiente tabla podemos observar que varios países han dejado de importar artículos de cuero ecuatorianos, apareciendo también mercados marginales, en la cual su demanda es baja pero indica que son países que podrían necesitar más de nuestros productos de cuero.

El Banco Central del Ecuador nos muestra que el sector artesanal ha hecho grandes esfuerzos para salir al mercado mundial, incrementando la producción para satisfacer la demanda creciente, aun sabiendo que el mercado mundial es poco explotado y aprovechado.

El mercado para los artículos de cuero tiene un buen futuro, se consolidan más formas de integración regional y mundial, para conseguir un dinamismo del comercio de bienes y servicios.

En cuanto tiene que ver a los años próximos el Ecuador mientras promueva la producción, sobre todo en los sectores que mostremos altos grados de competitividad, debido a que Estados Unidos es y será nuestro mayor mercado de destino para la gran mayoría de nuestras exportaciones.

TABLA N° 4: EXPORTACIONES DE MANUFACTURAS DE CUERO

	2010	2011	2012	2013	2014
Otros	442.638	414.079	413.137	399.541	389.968
Desconocido	1.535	13.283	1.016	86.393	4'849.391
Estados Unidos	327.956	454.149	635.994	460.624	162.313
Perú	506.340	556.294	227.353	203.432	94.660
Alemania	395.788	390.755	184.563	8.813	2.313
Panamá	19.045	57.164	368.158	191.715	71.092
Colombia	17.917	69.588	323.818	125.737	48.608
Costa Rica	81.032	128.602	126.300	117.800	77.430
China	184.510	93.459	160.337	48.417	31.141
Venezuela	99.247	45.836	82.856	13.797	4.313
España	91.933	13.921	9.619	56.784	14.871
Total	2'167.940	2'237.031	2'533.152	1'713.053	5'746.102

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaborado por: Autora

3.7.2 Exportación de carteras

El principal destino en 2015 de las carteras ecuatorianas fue España llegando a exportarse 9.782 unidades por consiguiente en el mismo año se vendió a los Estados Unidos de América 4.309 unidades y a Chile, nuestro mercado objetivo, se exporto 2.127 unidades. Esto demuestra que las carteras ecuatorianas tienen una excelente acogida en el mercado extranjero, lo cual se puede entender que tiene excelente calidad y diseño.

TABLA N° 5: EXPORTACIONES DE CARTERAS EN NÚMERO DE UNIDADES.

Exportaciones de carteras (unidades)					
Importador	2011	2012	2013	2014	2015
EEUU	2.855	3.618	2.073	4.673	4.309
Chile	467	1.275	188	1.117	2.127
España	-	18	-	2.436	9.782
Alemania	1.091	1.127	1.345	491	55
Panamá	-	-	-	618	618

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autora

3.8 IMPORTACIONES CHILENAS DE ARTÍCULOS DE CUERO

TABLA N° 6: IMPORTACIÓN DE CARTERAS DE CHILE

Exportaciones	2011	2012	2013	2014	2015	
Mundo	327273	470682	635348	386989	3158018	
1	China	125455	261998	382327	148697	2264686
2	Colombia	1818	1529	1121	1857	137865
3	Estados unidos	9091	1206	4100	1573	100035
4	Argentina	16364	20240	19155	26276	83603
5	Francia	15545	1166	1326	1932	76619
21	Ecuador	680	1475	1244	1317	3127

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autora

Chile en el año 2015 importó un total de 3.158.018 de carteras donde su principal proveedor fue China seguido por Colombia con 2.262.686 y 137.865 unidades respectivamente. Ecuador en el mismo año vendió un total de 3.127 con una tendencia positiva.

3.9 ESTUDIO DE LA OFERTA

3.9.1 EMPRESA

3.9.1.1 Reseña Histórica

Curtiembre EL AL-CE inicia en el año de 1989 curtiendo cueros pequeños como son de borrego y cabras. En 1991 empieza a curtir cueros de res al mismo tiempo a confeccionar ropa de cuero. Desde entonces ha ido diversificando la producción de artículos de cuero, y a partir de junio del 2008 implementa la línea de calzado. Cada día se mejora la calidad y diversidad de sus productos. En todo este tiempo ha determinado como política de marketing el llegar al consumidor final directamente con los productos, es por esto que se está estableciendo la distribución directa por medio de locales en centros comerciales.

Es una pequeña empresa que se compromete a dar Calidad, la prevención ambiental y establecer medidas de seguridad e higiene son objetivos permanentes, así como la mejora continua en todos los productos, procesos y servicios de la Empresa, que tiene como fin último, lograr la máxima satisfacción del cliente.

Es una empresa pequeña, de Sociedad de hecho, donde el propietario hace de Gerente y tiene una Responsabilidad ilimitada. La aportación del capital es propia, por tanto es una empresa nacional de capital privado.

ILUSTRACIÓN N°. 4: INSTALACIONES DE LA EMPRESA “EL ALCE”



Fuente: Empresa “EL ALCE”

Elaborado por: autora

3.9.2 Ubicación Geográfica

La fábrica y oficina están ubicadas en la provincia de Chimborazo, cantón Guano, exactamente en la entrada a este cantón a 250 metros de la carretera en la Calle José Rodríguez 103 y León Hidalgo. Cuenta con un amplio almacén de comercialización ubicado en la misma fábrica, otro local comercial en el parque central de Guano. Un tercer local en el C. C. El Recreo en la ciudad de Quito, el cuarto en el Quicentro Sur. Por último un local en el Centro Comercial Ventura en Cumbaya.

3.9.3 Misión

“Fabricar con calidad artículos en cuero en general, mejorando e incrementando cada vez su producción, para llegar directamente al consumidor final con precios competitivos, a la provincia de Chimborazo y el país, basándonos en una administración moderna con capacidad de cambio y personal capacitado”

3.9.4 Visión

“Llegar a ser líderes en nuestro ramo a nivel local y nacional, brindando productos de calidad, respetando la naturaleza, capacidad de cambio y compromiso de trabajo, en beneficio de nuestros clientes y promoviendo el desarrollo social y económico de la provincia y el país”.

3.9.5 Políticas

- Es nuestro compromiso que los artículos de cuero elaborados cumplan con los requerimientos de nuestros clientes.
- Es nuestro compromiso mejorar continuamente la calidad de nuestros artículos sin afectar el medio ambiente.
- Es nuestro compromiso hacer del empeño y la creatividad medios para el desarrollo y la realización de las personas.

3.9.6 Política Ambiental

Tenemos como política el tratamiento de los efluentes líquidos producidos durante el proceso de curtiembre y elaboración de artículos de cuero, además el reciclaje de los residuos sólidos y materia prima no utilizada tratando de cumplir con las soluciones para así reducir el impacto ambiental producido por estos.

3.9.7 Valores

- Creemos en el respeto y dignidad de las personas.
- Creemos en el trabajo y negocios con ética e integridad moral.
- Creemos en el trabajo en equipo.
- Comprometemos la satisfacción del cliente interna y externa en pos de una relación a largo plazo.

3.9.8 Organigrama estructural

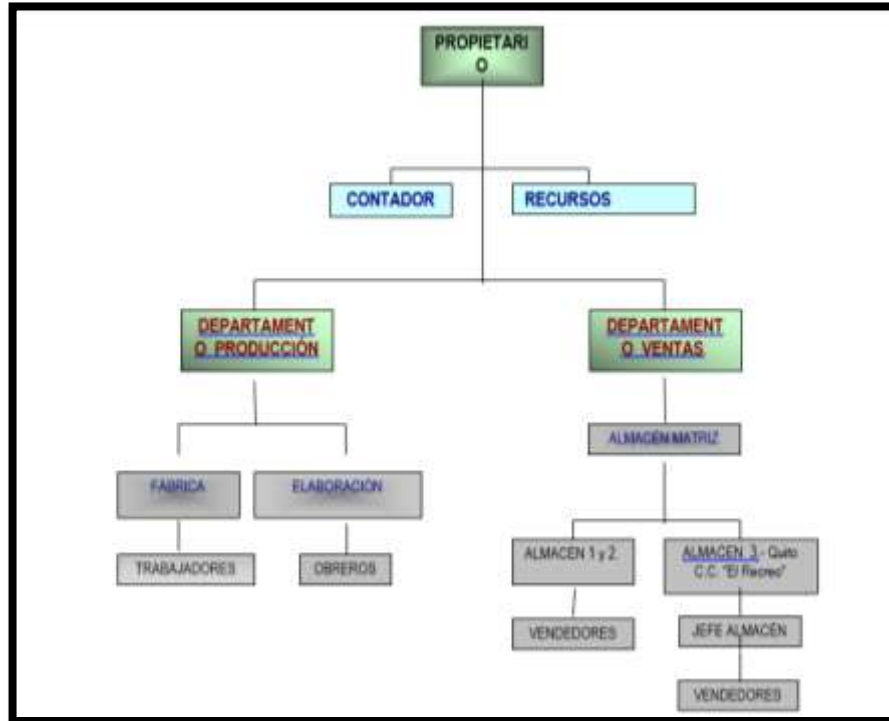
Los organigramas son una representación gráfica de la estructura de una organización. Los componentes más comunes de un organigrama son representados mediante casillas (rectángulos o cuadrados) y líneas.

Las casillas pueden incluir el puesto de trabajo, las funciones desarrolladas o bien el cargo atribuido a la persona que desarrolla la función u ocupa el puesto.

Las relaciones entre las distintas áreas se representan por líneas; cuando son continuas, se refieren al orden jerárquico; y cuando son discontinuas se refieren a las relaciones.

La pequeña empresa “El Alce” tiene una estructura organizacional definida o dividida en áreas funcionales, cuyo responsable directo es el gerente-propietario.

ILUSTRACIÓN N.º 5: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “EL ALCE”



Fuente: empresa el alce
Elaborado por: autora

Además, se contrata el siguiente personal, cuando se requiere sus servicios:

Un abogado que se encarga de los problemas legales de la empresa.

Personal de mantenimiento específico para cada máquina.

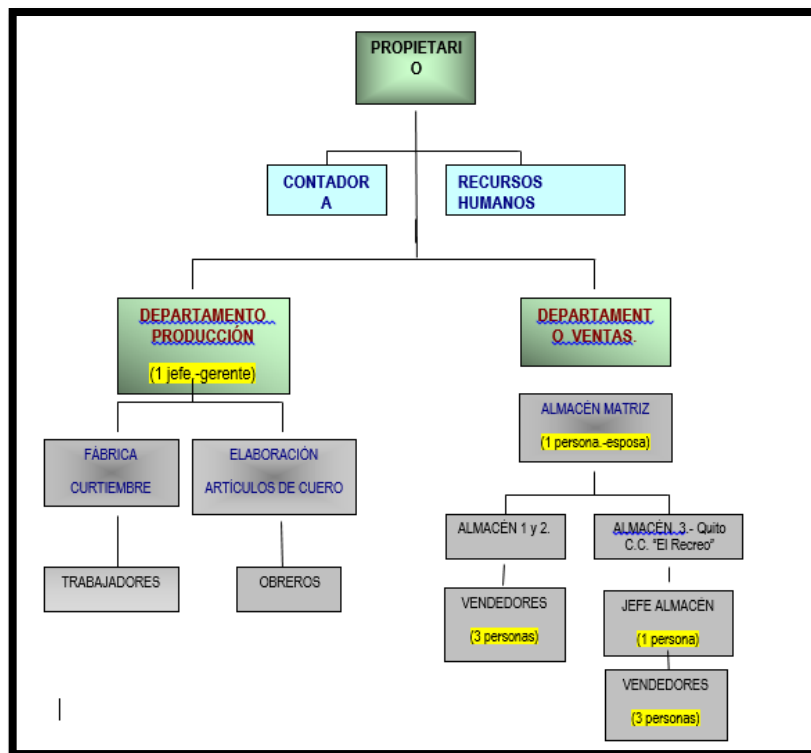
El organigrama vertical está representado en orden decreciente de autoridad, de arriba hacia abajo. A veces los puestos colocados a la misma altura pueden tener diferente nivel, pero lo que importa son las funciones que desarrollan y las diferentes unidades que dependen de ella.

3.9.9 Organigrama funcional

La empresa conjuntamente con su personal se encargará de cumplir con los requerimientos de los clientes.

En la empresa “El Alce” trabajan 27 personas que cumplen diversas funciones, de acuerdo al siguiente

ILUSTRACIÓN N.º. 6: ORGANIGRAMA FUNCIONAL- EMPRESA “EL ALCE”



Fuente: empresa el alce
Elaborado por: autora

Además, se contrata el siguiente personal, cuando se requiere sus servicios:

Un abogado que se encarga de los problemas legales de la empresa.

Personal de mantenimiento específico para cada máquina.

A continuación, del Organigrama Funcional se resume el personal que labora en la empresa “El Alce”, en la siguiente tabla:

TABLA N° 7: PERSONAL DE LA EMPRESA EL ALCE

FUNCIÓN	NÚMERO DE PERSONAS
Gerente propietario	1
Contadora	1
Jefe de Recursos Humanos	1
Jefe de curtiembre	1
Jefe de confección	1
Trabajadores de planta	4
Obreros de planta	11
Vendedores	7
TOTAL	27

Fuente: empresa el alce

Elaborado por: autora

3.9.10 Producción de la empresa EL ALCE

En la actualidad la fábrica de Curtiembre El Alce cuenta con una producción estable de cuero de altísima calidad, el cual sirve de materia prima para la elaboración de las más distintas prendas de cuero como son: chompas, carteras, billeteras, bolsos y demás artículos de cuero.

La fábrica de curtiembre se encuentra instalada y adecuada para funcionar al cien por ciento, respeta el medio ambiente ya que el uso de los químicos necesarios para la curtiembre de la piel de los animales, son tratados de manera adecuada sin que se vea afectado el entorno.

Al analizar el poder de negociación de los compradores, se destaca que la influencia que tienen estos sobre La Fábrica de Curtiembre EL AL-CE, es sumamente fuerte cuando es de mucha importancia para la empresa realizar una comercialización de gran escala.

En el mercado local de cuero en el cantón Guano, Curtiembre EL AL-CE posee un poder de negociación sumamente alto por el tiempo que lleva como empresa pionera en este campo, por sus artículos de calidad y precios competitivos.

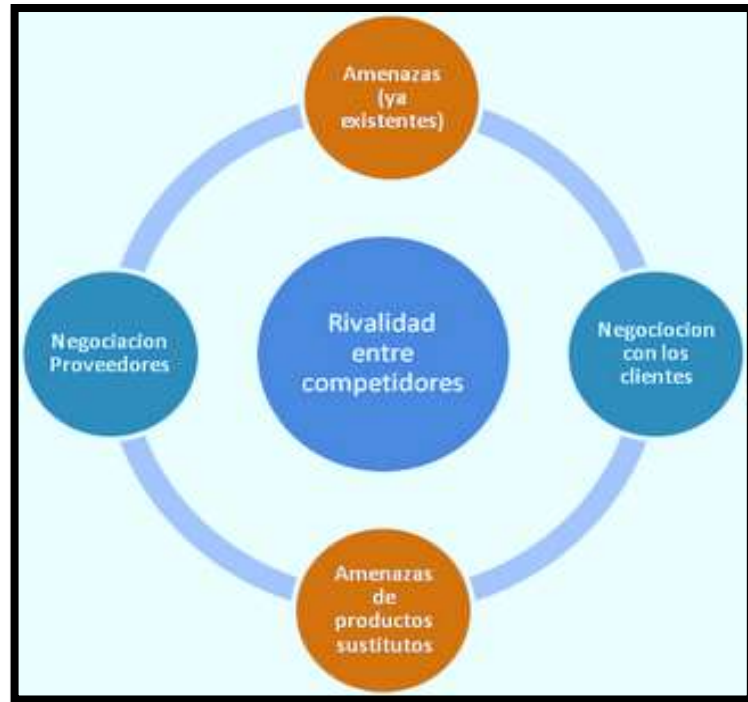
La gran acogida de sus productos sobre sus competidores se debe a la buena administración de esta; maneja inteligentemente sus productos al ver la aceptación de los mismos, sumado a sus precios competitivos y productos de acuerdo a la temporada que se encuentren en el año, conlleva la confianza y seguridad de los clientes al saber que los productos de Curtiembre EL AL-CE son de calidad.

Al salir fuera del cantón Guano Curtiembre EL AL-CE pierde parte de su poder de negociación ante los compradores debido a la competencia de otras empresas dedicadas a expender artículos de cuero y productos sustitutos, dando mayores opciones de compra a los clientes pero sacrificando la calidad al adquirir dichos productos.

3.9.11 Análisis del entorno

Para entender mejor la interacción que tiene la Curtiembre EL AL-CE con el mercado y todos sus actores se va a utilizar el análisis que realiza Porter, con el cual nos vamos a guiar para poder analizar y evaluar el entorno y manejo de sus recursos como el capital, los recursos humanos y recursos administrativos.

ILUSTRACIÓN N°. 7: FUERZAS DE PORTER



Fuente: empresa "El Alce"
Elaborado por: autora

3.9.12 Matriz FODA

Tomando la información inicial y basada en la entrevista que se realizó al gerente de Curtiembre EL AL-CE, de manera clara manifestó los aspectos internos y externos para establecer los puntos fuertes y débiles en lo que concierne al escenario de curtir, elaborar y comercializar los artículos de cuero elaborados en el cantón Guano, de esta manera se obtiene la matriz FODA.

CUADRO N°. 1: MATRIZ FODA DE LA EMPRESA “EL ALCE”

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Círculo cerrado de producción de la empresa en la manufactura y comercialización. • Diversificación de sus productos. <ul style="list-style-type: none"> • Confianza de sus clientes. • Aceptación en el mercado local y nacional. • Llega directamente al consumidor final con precios competitivos y productos de calidad, evitando los intermediarios. • Soporte técnico y experiencia de décadas en el sector del cuero. • Infraestructura adecuada, con espacio físico para el abastecimiento, producción y distribución. • Generación de fuentes de trabajo. • Marca comercial reconocida a nivel nacional. • Plan de remediación ambiental en ejecución. • Fábrica dotada con la tecnología y servicios de punta que aporta con la sustentabilidad del medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Restricción arancelaria de insumos para la curtición del cuero. • Instalaciones de curtición y producción no se encuentran trabajando al 100% de la capacidad. • Ausencia de un manual de calidad.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Diversificación de sus productos con las nuevas tendencias de moda. • Expansión comercial en varias ciudades del país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia desleal de productores informales que tercerizan los procesos.

<ul style="list-style-type: none"> • Legislación favorable con los procesos sustentables de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contrabando de mercadería de productos elaborados con imitaciones de cuero. • Inestabilidad política en la cual no se tiene las reglas claras. • Ausencia de políticas gubernamentales para favorecer a la empresa nacional. • Desastres naturales.
--	--

Fuente: entrevista al Gerente de la empresa “EL LACE”

Elaborado por: Autora

4.6.12.1 Análisis FODA

Luego de un análisis exhaustivo conocemos que Curtiembre EL AL-CE tiene grandes ventajas sobre su competencia a nivel local, dada la aceptación que tienen sus productos por su marca comercial, llegando directamente al consumidor final con precios competitivos y productos de cuero de calidad, evitando los intermediarios, generando fuentes de trabajo digno, por lo cual la hace sumamente competitiva, permitiéndole llegar sin inconvenientes con un precio sumamente bajo a nivel local y nacional, al contar con locales para la comercialización de sus productos de cuero no solo en el cantón Guano sino también en la provincia de Pichincha.

Su mayor ventaja es su propia planta de producción de artículos de cuero, sumado a sus profesionales ampliamente capacitados que le permiten tener producción constante de su artículo estrella, la chompa de cuero, además de su amplia y variada oferta de artículos de cuero.

Entre sus amenazas esta la competencia desleal de productores informales que tercerizan los procesos, evadiendo impuestos, incumpliendo con demás normas vigentes, además de ofrecer productos de baja calidad, que les impiden optar por exportar sus productos y mucho menos contar con certificados de cuidado ambiental. Una amenaza importante con la que también debe lidiar Curtiembre EL AL-CE es con el contrabando de mercadería

de productos elaborados con imitaciones de cuero por falta de vigilancia en las fronteras de nuestro país.

Una debilidad crítica de Curtiembre EL AL-CE es contar con su planta de producción y curtición desaprovechada, la misma que trabaja por debajo de su 15% de producción máxima, surgiendo la necesidad del presente estudio para llegar a un enorme mercado extranjero en constante crecimiento como es Shanghái – China.

Al hablar de sus oportunidades contamos con un punto fuerte para Curtiembre EL AL-CE al poseer procesos sustentables para la empresa que le permiten estar acorde a la actual legislación que se encuentra en vigencia para este sector de comercio. Otra oportunidad consiste en expandirse comercialmente a más ciudades en el país que le permitirá llegar con mayor facilidad a sus clientes.

3.9.13 Análisis de la oferta

Para determinar la oferta hemos tomado en cuenta cual es la capacidad de producción de la empresa EL ALCE.

La empresa EL ALCE del Cantón Guano cuenta con una producción de 400 carteras de cuero al mes, aprovechando solo el 30% de la capacidad de la producción de su maquinaria, y El 70 % se encuentra estancada y ociosa, si aprovechamos y hacemos producir, contaríamos con una producción de 933 carteras de cuero, esto sumaría a las 400 carteras y tendríamos un total de 1333 producción mensuales y al año contaríamos con un total 15,996 de carteras de cuero.

El 70% del total de la producción de las carteras será destinado para la exportación y el 30 % abastecerá la demanda del mercado local.

ILUSTRACIÓN N°. 8: PRODUCCIÓN DE CARTERAS DE CUERO DE LA EMPRESA EL ALCE

Producción 30% Aprovechada	Producción del 70 % Desaprovecha	Total de producción de carteras de cuero mensuales	Producción anual
400	933	1333	15,996

Fuente: Departamento de ventas de la empresa EL alce
Elaborado por: autora

3.9.13.1 Proyección de la oferta

Con el resultado obtenido en la tabla N° 9 comenzamos a proyectar la oferta con la que contaría la empresa EL ALCE en el transcurso de los 5 años , puesto que un proyecto de exportación tiene esa vigencia.

Comenzamos a proyectar solo la cantidad exportable, que es de 933 carteras que produce en el mes y al año contaría con 11,196 carteras de cuero.

Para esto utilizamos la siguiente formula:

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

Dónde:

Método de proyección

P_n= Población en el año

P_o= Población en el año inicial

1= Constante

i= Tasa de crecimiento (1,42%) de ciudad de Riobamba

n= N° de años

Año 1:

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

$$P_n = 11,196 (1 + 0,0142)^1$$

$$P_n = 11,196 (1.0142)^1$$

$$P_n = 11355$$

Año 2: $11355(1 + 0,0142)^2 = 11679$

Año 3: $11679(1 + 0,0142)^3 = 12185$

Año 4: $12185(1 + 0,0142)^4 = 12892$

Año 5: $12892(1 + 0,0142)^5 = 13834$

TABLA N° 8: PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	OFERTA
2015	11196
2016	11355
2017	11679
2018	12185
2019	12892
2020	13834

Fuente: Departamento de ventas empresa el alce

Elaborado por: Autora

Tenemos que en el año 2015 la oferta de carteras de cuero es de 1196 y para el año 2020 tenemos una oferta de 13834 de carteras de cuero.

3.10 DEMANDA

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que el mercado está dispuesto a consumir a un precio dado y en un lugar establecido. El proyecto de exportación de carteras de cuero a Chile utilizará el método a través del consumo aparente que se basa en datos de la producción nacional, las exportaciones de carteras de cuero y las importaciones del mercado chileno.

La aplicación de un proceso de recolección de información es utilizada para obtener información correcta y segura para realizar las proyecciones de mercado de las carteras de cuero a Chile, interpretando los resultados obtenidos en la investigación.

1586. Finalmente citaremos que la ciudad tiene el edificio más alto de América del Sur, la Gran Torre Santiago, de finalización en 2014.

Hay mucho para elegir en cuanto a vida nocturna. El centro histórico es el lugar obvio para ir. La música en vivo es muy popular en la zona de Ñuñoa al igual que en Bellavista, un barrio que también es conocido por tener los mejores locales para comer y beber. (SALAMANCA, 2015)

3.10.2.1 Economía de Santiago de Chile

La ciudad de Santiago es el principal polo de desarrollo económico de Chile y uno de los más importantes en Latinoamérica. De acuerdo al Banco Central, el producto interno bruto de la Región Metropolitana en 2005 fue de 24 461 582 millones de pesos chilenos (aprox. US\$ 35 380 millones)⁶³ y que era equivalente al 43,68% del PIB total nacional y de un 46,98% del PIB regionalizado nacional.⁶⁴ Esta cifra ajustada con la paridad de poder adquisitivo aumenta a US\$ 91 000 millones lo que la ubica como la 53.^a ciudad con más ingresos, y en la quinta urbe a nivel latinoamericano (tras Ciudad de México, Buenos Aires, São Paulo y Río de Janeiro). Para 2020, su PIB (PPA) alcanzaría los US\$ 170 000 millones con una tasa de crecimiento anual efectiva de 4,1% y, aunque mantendría su posición a nivel mundial, sería superada a nivel latinoamericano por Bogotá y se ubicaría sólo un puesto arriba de Monterrey.

GRÁFICO N° 3: MAPA DE SANTIAGO



Fuente: pagina america/chile/bandera-de-chile.html

Elaborado por: autora

3.10.3 Superficie

Chile cuenta con una superficie total de 2.006.096 km² con más de 4.000 km de playa donde no más del 20% de la superficie total es llana y la diferencia un relieve accidentado y montañoso.

3.10.4 Clima

La inusitada extensión norte-sur de Chile, equivalente a cruzar Europa desde el extremo norte de Noruega hasta más allá del extremo sur de España, da origen a una gran variedad de climas, donde sólo están ausentes los tropicales húmedos. En el Norte, regiones I, II y III, hay lugares donde jamás se han registrado lluvias, como en el Desierto de Atacama, y otros donde las esporádicas lluvias que caen en el invierno dan origen a una explosión de flores en primavera, fenómeno conocido como "Desierto Florido". En toda esta vasta

porción del país, la costa tiene clima moderado, con la nubosidad matinal y tardes soleadas.

3.10.5 Gastronomía

La gastronomía es esencialmente a base de productos del mar, los que en Chile alcanzan una calidad excepcional.

Chile es también uno de los principales productores de fruta de calidad, que se pueden disfrutar prácticamente en todo el país. Sus uvas, nectarines, manzanas y otras frutas gozan de preferencia en todos los continentes.

Otro rubro destacado es el vino, que gana adeptos y medallas en todo el mundo. Cepas que ya han desaparecido en el viejo mundo aquí siguen produciendo caldos de extraordinaria calidad a precios moderados. (CAPDEVIELLE)

3.10.6 Religión

El Estado chileno es laico y tolerante y la libertad de culto está garantizada constitucionalmente. Datos oficiales de 2002 mostraban que casi un 90% de los chilenos mayores de 15 años se declaraba creyente, mientras que el resto contestó no tener religión, ser ateo o agnóstico. De los creyentes, el 70% se consideró católico; 15,1%, evangélico y el 4,4%, dividido en otros credos. (This is Chile, 2013)

3.10.7 Moneda

Tiene como moneda el Peso chileno CLP (\$), el idioma oficial es el español pero también se habla mapudungun, aimara, rapa nui, quechua y alacalufe.

3.10.8 Ingreso per cápita

De acuerdo al FMI Chile en el 2009 tuvo el ingreso per cápita más alto de la región, con \$18.419 medio a precio de paridad de compra (PPP) ubicándose sobre Argentina, para el 2009 estimo que sería de \$13.742 y para el 2015 sería de \$18.419 acercándose a naciones como Portugal que tendrá \$23569 en dicho periodo.

Pero para un mejor entendimiento se identificara el PIB per cápita a precios (PPP) y PIB (USD) desde el año 2010 teniendo como fuente el Banco Central de Chile.

TABLA N° 9: PIB PER CÁPITA DE CHILE

Descripción series	Población (n° habitante)	Pib per cápita	Pib per cápita ppp (uds,FMI)
2009	16.432.674	9.411	13.742
2010	16.598.074	10.443	14.729
2011	16.763.470	10.910	15.363
2012	16.928.873	10.246	15.211
2013	17.094.275	12.771	16.147
2014	17.248.450	14.561	17.310
2015	17402.630	15.424	18.419

Fuente:Banco central de chile

Elaborado por: autora

El PIB per cápita (PPP) ha tenido un crecimiento promedio de 5,63% desde el año 2009 hasta el año 2015, y el PIB per cápita (USD) ha tenido un crecimiento promedio de 11,72% desde el mismo periodo hasta el año 2015, lo cual confirma el crecimiento sólido del país.

3.10.9 Economía

Chile posee una de las economías más abiertas del mundo, con bajas tarifas aduaneras y fuerte orientación a las exportaciones. Desde hace más de 12 años el PGB chileno crece a razón de 7% anual, mientras la inflación desciende sostenidamente, situándose hoy en poco más de 4% anual. Chile es miembro del APEC y de MERCOSUR, y ha suscrito acuerdos comerciales con la unión Europea, México y Canadá.

Entre las principales actividades se cuentan la minería, los servicios, la extracción de materias primas, la industria forestal, la pesca y la manufactura y el turismo. (CAPDEVIELLE)

Los principales mercados de destino de las exportaciones chilenas durante el año 2015 fueron países del continente asiático, sumando más de 40% de exportaciones solo entre China, Japón y Corea del Sur; Estados Unidos de Norteamérica y la Unión Europea se consolidan como el segundo y tercer mercado en importancia para Chile

GRÁFICO N° 4: PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DE CHILE



Fuente: Pro Ecuador 2015

Elaborado por: Autora

3.10.10 Exportación de cuero y piel de Chile

Evolución de la exportación de lana, cuero y piel Durante el 2015, la exportación de lana, cuero y piel llegó a US\$27,9 millones, registrando un aumento de 8,2% respecto del 2014 (cuadro 12). El principal destino de este producto fue Asia, que recibió 87,1% del total de envíos. El principal producto de exportación en este rubro continuó siendo la lana, que registró embarques por US\$16,9 millones en el 2015, lo que representó 60,8% del total exportado, y significó un aumento de 7,6% respecto del 2014.

TABLA N° 10: EXPORTACIONES LANA, CUERO Y PIEL DE CHILE

CUADRO 12 EXPORTACIÓN DE LANA, CUERO Y PIEL, POR PRODUCTO, 2014-2015 (Millones de US\$ fob)									
Producto	2014		2015					% Part. en 2015	% Var. 14/15
	IV trim.	Año	I trim.	II trim.	III trim.	IV trim.	Año		
Lana	2,5	15,7	6,9	4,8	3,8	1,5	16,9	60,8	7,6
Cuero y piel de bovino y equino	1,9	7,0	1,7	2,3	2,1	2,6	8,7	31,3	23,9
Los demás	0,4	3,0	0,3	0,8	0,8	0,3	2,2	7,9	-25,7
TOTAL	4,8	25,7	8,9	7,9	6,7	4,4	27,9	100,0	8,2

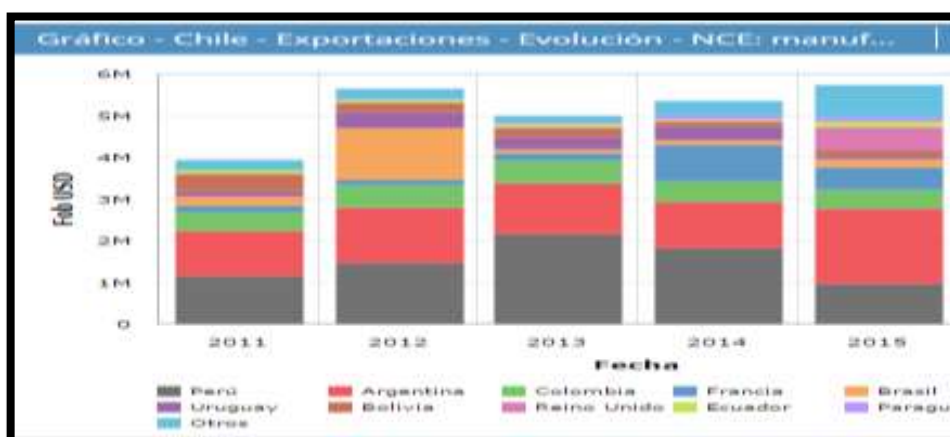
Fuente: Banco central de Chile

Elaborado por: Autora

3.10.11 Evolución de exportación de manufacturas de cuero de Chile

En el cuadro nos indica que las exportaciones de manufacturas de artículo de cuero han disminuido esto se debe que Chile no cuenta con fábricas de alta calidad y maquinarias necesarias para mantenerse en el mercado internacional. Chile más opta por importar estos artículos.

GRÁFICO N° 5: EXPORTACIÓN DE MANUFACTURAS DE CUERO DE CHILE



Fuente: TRADE <http://trade.nosis.com/>

Elaborado por: autora

3.10.12 Exportaciones de manufacturas de cuero y artículos de talabartería de Chile

En el siguiente cuadro nos indica la cantidad en dólares que han exportados los artículos de cuero hacia el mundo, este año ha tenido una notable disminución.

TABLA N° 11: EXPORTACIÓN DE MANUFACTURAS DE CUERO

Fecha País Importador	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Desconocido	1.535	13.283	1.016	86.393	5.396.894	331.699
Estados Unidos	327.956	454.149	635.994	460.624	227.451	572.430
Perú	506.340	556.294	227.353	203.432	168.889	102.094
Alemania	395.788	390.755	184.563	8.813	6.123	8.150
Panamá	19.045	57.164	368.158	191.715	97.221	170.761
Colombia	17.917	69.588	323.818	125.737	75.458	57.482
Costa Rica	81.032	128.602	126.300	117.800	124.157	80.142
Chile	184.510	93.459	160.337	48.417	47.722	56.259
Venezuela	99.247	45.836	82.856	13.797	6.386	94.955
España	91.933	13.821	9.619	56.784	94.060	59.210
Otros	442.638	414.079	413.137	399.541	543.418	423.507
Total	2.167.940	2.237.031	2.533.152	1.713.053	6.787.779	1.956.690

Fuente: TRADE <http://trade.nosis.com/>

Elaborado por: autora

3.10.13 IMPORTACIONES EN CHILE

Chile importa principalmente productos que corresponden a insumos energéticos como el petróleo, “diesel oil” y el gas. Destacan también el rubro automotriz y de maquinaria; y los bienes de consumo tecnológico como celulares y computadores.

TABLA N° 12: PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR CHILE

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR CHILE		
Millones USD CIF		
Producto	2015	Participación
Los demás productos en el Cap. 84 (Repuestos para maquinaria industrial, vehículos en general)	4,152	7.24%
Petróleo crudo	2,969	5.18%
Automóviles y vehículos tipo Jeep, para el transporte de personas	2,745	4.79%
Combustible diesel	2,562	4.47%
Los demás productos en el Cap. 85 (baterías y celdas de carga)	2,070	3.61%
Partes para máquinas clasificadas en el Cap. 84	1,631	2.84%
Teléfonos celulares	1,451	2.53%
Partes para equipos eléctricos/electrónicos del Cap. 85	1,008	1.76%
Computadores	899	1.57%
Los demás productos en el Cap. 39 (artículos de plástico para todo uso)	878	1.53%
Otros	36,973	64.48%
Total	57,339	100.00%

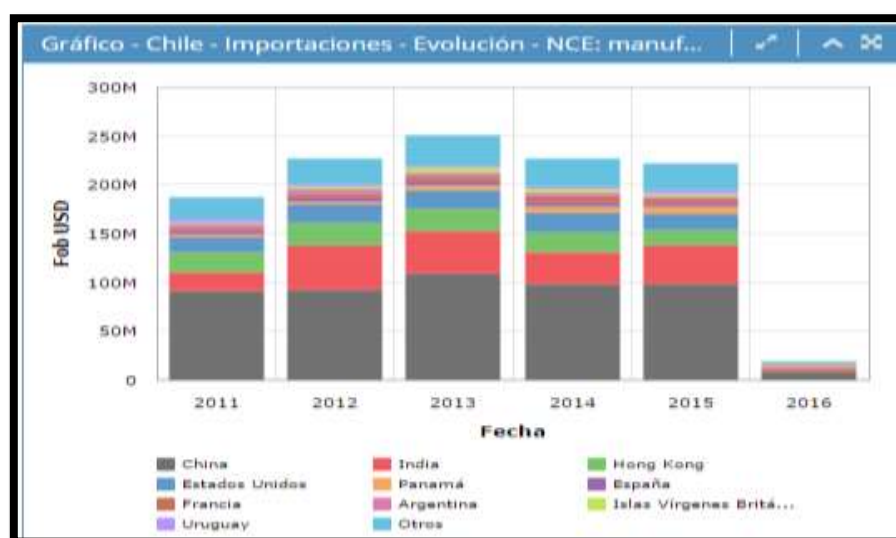
Fuente: Procuador 2015

Elaborado por: Autora

3.10.14 IMPORTACIONES DE MANUFACTURAS DE CHILE

En el siguiente cuadro nos muestra que en este año las importaciones de manufacturas de cuero, más los adquieren desde china y de la india y de los demás países se han suspendido ya que estos países tiene productos tiene altos costos en cambio China es una de los países que más provee a chile con precios bajos y variedades de productos de cuero como chompas, Bolsos de mano y escolares etc.

GRÁFICO N° 6: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE MANUFACTURAS DE CUERO DE CHILE.



Fuente: TRADE importaciones de chile

Elaborado por: autora

3.10.15 IMPORTACIONES DE MANUFACTURAS DE CUERO DE CHILE

En el siguiente muestra el valor que se ha importado del mundo en manufacturas de cuero

TABLA N° 13: IMPORTACIONES DE MANUFACTURAS DE CUERO DE CHILE

Fecha País Exportador	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Importaciones						
China	14.848.662	19.142.953	26.186.053	25.174.512	21.351.154	25.579.216
Panamá	6.620.348	11.860.355	15.632.339	8.790.009	6.840.814	6.016.946
Estados Unidos	5.655.091	6.328.746	7.114.537	7.353.293	5.021.715	3.776.510
Colombia	4.243.236	5.822.160	3.651.600	4.875.090	3.680.208	4.179.733
Hong Kong	3.652.551	4.299.121	4.315.836	5.905.158	4.730.636	3.332.560
Desconocido	103	600	114.581	9.665.017	4.944.555	3.971.189
España	326.057	558.678	1.168.146	2.252.708	1.728.912	1.680.710
Perú	943.775	864.197	1.041.515	1.528.346	1.117.935	844.950
México	582.448	858.079	671.960	961.387	471.103	339.613
Corea del Sur	87.452	483.087	295.775	672.501	544.751	401.631
Otros	2.987.539	2.593.792	2.770.929	2.120.148	1.345.624	1.429.179
Total	39.947.262	52.811.768	62.963.270	69.298.169	51.777.407	51.552.235

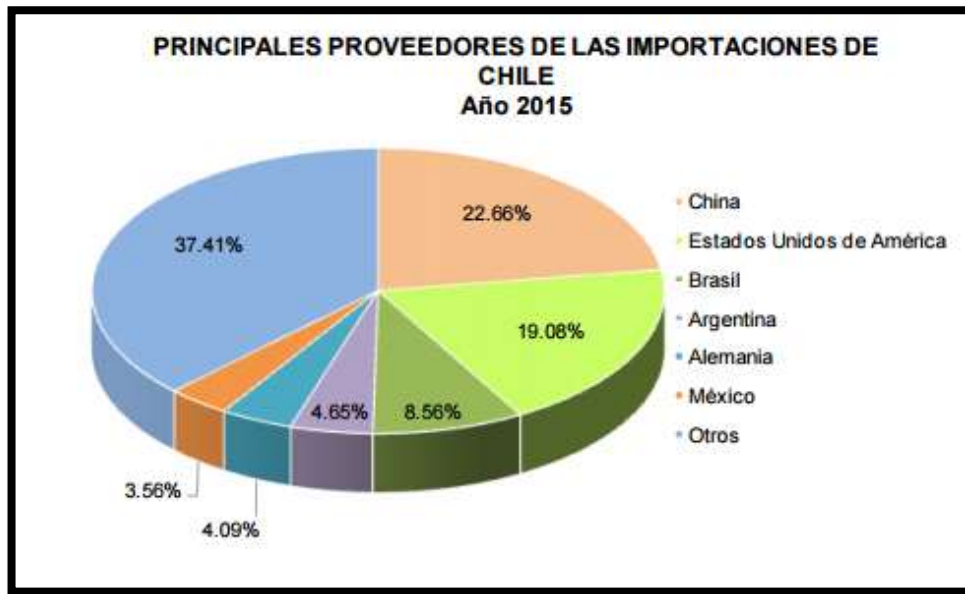
Fuente: TRADE importaciones de Chile

Elaborado por: autora

3.10.16 PRINCIPALES PROVEDORES DE CHILE

Durante el 2015, los tres principales proveedores de Chile fueron China, Estados Unidos y Brasil en ese orden, a continuación, los mercados de origen de las importaciones chilenas fueron los siguientes:

GRÁFICO N° 7: PRINCIPALES PROVEEDORES DE LAS IMPORTACIONES DE CHILE

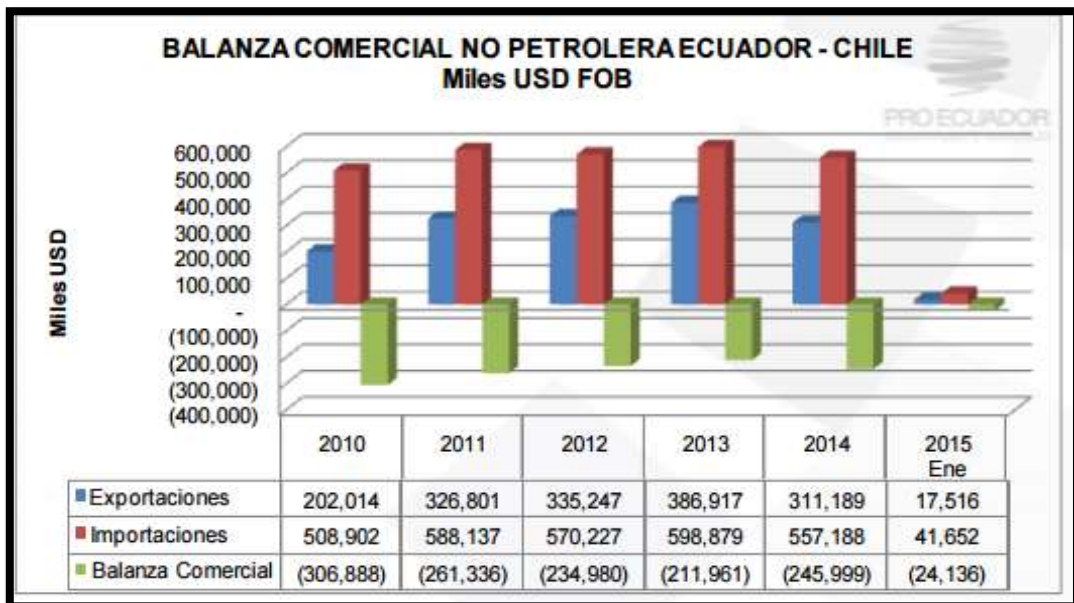


Fuente: Proecuador 2015
Elaborado por: Autora

3.10.17 BALANZA COMERCIAL DE ECUADOR Y CHILE

En el cuadro nos indica las importaciones son superiores a las exportaciones

GRÁFICO N° 8: BALANZA COMERCIAL DE CHILE 2015



Fuente: Pro ecuador 2015
Elaborado por: Autora

3.10.18 ACUERDOS DE CHILE

- Mercosur: Integrado por Argentina, Paraguay, Venezuela, Brasil y Uruguay. Chile participa como país asociado.
- Unión Europea: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania, Suecia.
- EFTA: Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza.
- P4: Chile, Nueva Zelanda, Singapur y Brunei Darussalam.
- Transpacific Partnership: Australia, Brunei Darussalam, Canadá, Chile, Estados Unidos, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Singapur, Vietnam y Japón.
- Alianza del Pacífico: Chile, Colombia, México y Perú.

CUADRO N°. 2: ACUERDOS SUSCRITOS POR CHILE

ACUERDOS COMERCIALES DE CHILE		
ACUERDOS VIGENTES		
Parte Signataria	Tipo de Acuerdo	Entrada en Vigencia Internacional
Australia	Tratado de Libre Comercio	6 de marzo de 2009
Bolivia	Acuerdo de Complementación Económica	6 de abril de 1993
Canadá	Tratado de Libre Comercio	5 de julio 1997
Centroamérica (1)	Tratado de Libre Comercio	14 de febrero de 2002
China	Tratado de Libre Comercio	1 de octubre de 2006
Colombia	Acuerdo de Libre Comercio	8 de mayo de 2009
Corea del Sur	Tratado de Libre Comercio	1 de abril de 2004
Cuba	Acuerdo de Complementación Económica	27 de junio de 2008
Ecuador	Acuerdo de Complementación Económica	25 de enero de 2010
EFTA (2)	Tratado de Libre Comercio	1 de Diciembre de 2004
Estados Unidos	Tratado de Libre Comercio	1 de septiembre 2004
Hong Kong SAR	Acuerdo de Libre Comercio	9 de octubre de 2014
India	Acuerdo de Alcance Parcial	17 de agosto de 2007
Japón	Acuerdo de Asociación Económica	3 de septiembre de 2007
Malasia	Tratado de Libre Comercio	18 de abril de 2012
Mercosur (3)	Acuerdo de Complementación Económica	1 de octubre de 1996
México	Tratado de Libre Comercio	31 de julio 1999
P4 (4)	Acuerdo de Asociación Económica	8 de noviembre de 2006
Panamá	Tratado de Libre Comercio	7 de marzo de 2008
Perú	Acuerdo de Complementación Económica	1 de marzo de 2009
Tailandia	Tratado de Libre Comercio	05 de noviembre de 2015
Turquía	Tratado de Libre Comercio	1 de marzo de 2011
Unión Europea (5)	Acuerdo de Asociación	1 de febrero de 2003
Venezuela	Acuerdo de Complementación Económica	1 de julio de 1993
Vietnam	Tratado de Libre Comercio	4 de febrero de 2014

Fuente: (ProEcuador, 2015)

Elaborado por: Autora

4.7.18.1 Chile Y Ecuador

El Acuerdo de Complementación Económica entre Chile y Ecuador (ACE N°32), se firmó en Chile el 20 de diciembre de 1994 y entró en vigencia el 1° de enero del 1995.

Debido a las listas de desgravación establecidas en el Acuerdo, desde el 1° de enero del 2000 el 96,6% de los productos se encuentran libres de arancel, mientras que el 3,4% restante se encuentra excluido de los beneficios arancelarios negociados en el ACE.

En septiembre del 2005 se iniciaron las negociaciones bilaterales para profundizar el ACE N°32 y en marzo del 2008, los dos países suscribieron el nuevo ACE N°65, que profundiza las disciplinas ya existentes, en materias como Obstáculos Técnicos al Comercio, Normas Sanitarias y Fitosanitarias, Normas de Origen y Asuntos Aduaneros; e incorpora un nuevo capítulo de Solución de Controversias mucho más detallado, con procedimientos distintos y más completos que los del ACE N°32.

El 25 de enero de 2010 entró en vigencia del ACE N°65, así como también el Acuerdo de Asociación Estratégica (AAE), que busca promover materias como la profundización y ampliación del diálogo político y social, de cooperación, de cultura y económico-comercial entre ambos países.

3.10.19 TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR CHILENA

En la última década el ingreso promedio de los chilenos se duplicó, la esperanza de vida ha aumentado, y tecnologías como internet y el celular pasaron a formar parte de la vida diaria, lo que ha permitido disparar el consumo. Malls y stripcenters se han convertido en los lugares favoritos para realizar compras. Cada vez se usan más tarjetas plásticas; ahora se invierte en verse bien y la tercera edad empieza a ser un segmento más apetecido.

Perfil de Consumidor

- Principal compradora es la mujer, para ella misma o para su familia.
- Aumento de número de mujeres que trabaja y son jefes de hogar (47.6% del total).
- La mujer toma el 70% de las decisiones de compra de la familia.
- Aumento del poder adquisitivo de las familias (mujer trabaja y menor cantidad de hijos).
- Gustos conservadores comparados con otros países de Latinoamérica.

3.10.20 Principales competidores

Son las nuevas empresas que quieren entrar en una industria. El número de competidores potenciales aumentará a medida que el grado de atractivo de un Sector Industrial aumente. El grado de atractivo de un Sector disminuirá si los competidores potenciales logran entrar a competir en condiciones similares a los competidores actuales.

3.10.20.1 Competidores por empresas en Santiago de CHILE-CHILE

4.7.20.1.1 Empresa veski cuero argentino

Es la primer Tienda Online de Carteras de Cuero en Chile. Nace para satisfacer la pasión de las mujeres por las carteras y accesorios ofreciendo las últimas tendencias, el diseño, la calidad y el buen precio de productos fabricados por diseñadores independientes argentinos. Creemos que el cuero es un material noble por su duración y refleja en la mujer que lo usa distinción, estilo y buen gusto. Por eso seleccionamos cuidadosamente nuestros productos y los diseñadores con los que trabajamos.

ILUSTRACIÓN N°. 10: PAGINA ONLINE DE LA EMPRESA VESKI



Fuente: pagina online de la empresa veski

Elaborado por: autora

4.7.20.1.2 Empresa Ernesto Nathan H. y Cia. Ltda

se encuentra establecida en el mercado de la marroquinería desde hace ya mas de 45 años, durante los cuales se ha dedicado a la Fabricación, Distribución, Importación y venta de todo tipo de artículos de cuero, entre los cuales se destacan las Accesorios, Articulos de Escritorio, Billeteras, Bolsos, Carpetas, Carteras, Chequeras, Cinturones, Guantes, Juegos de Salon, Llaveros, Maletas, Maletines, Mochilas, Monederos, Portadocumentos, Porta trajes, etc.

Para estar a la altura y exigencia que el mercado y los tiempos actuales demandan, es que la empresa se ha preocupado de viajar constantemente a ferias del rubro en el extranjero y ponerse al día en todo lo que a diseño y moda de vanguardia se refiere tratando de encontrar armonía en nuestros diseños, siendo estos controlados y confeccionados con los más nobles materiales e inspirado en el armónico equilibrio entre la naturaleza y el talento artesanal los que van muy de la mano a lo que nuestra clientela actual nos solicita sin abandonar la tradición, calidad y prestigio que nos han caracterizado por años.

Actualmente contamos con tres tiendas establecidas en Santiago y una tienda en Viña del Mar (Quinta Región) denominadas "Maleteria Evelyn", en las cuales se comercializan las marcas propias "Tourister" y "Evelyn", además, de la venta y distribución al por mayor en provincia de nuestros productos. Y desde hace ya cuatro años contamos con la más amplia gama de representaciones exclusivas de Argentina, en lo que se refiere a accesorios, billeteras, bolsos, carteras, cinturones y portadocumentos en cuero.

Además de la representación exclusiva de la marca "Fx Creations", en el que se destacan los bolsos, maletines y shoulder bags, mas la distribución en nuestros locales de las marcas internacionales Delsey", "Doite", "Eminent", "Head", "Jansport", para las líneas de bolsos, maletas, mochilas y portadocumentos.

**ILUSTRACIÓN N°. 11: PAGINA ONLINE DE LA EMPRESA ERNESTO NATHAN H. Y CIA.
LTDA**



Fuente: pagina online de la empresa Ernesto Nathan H. y Cia. Ltda
Elaborado por: autora

4.7.20.1.3 Empresa M.A. Calidad estilo y elegancia en cuero genuino

Somos una empresa chilena de tradición, tenemos la convicción que existe el consumidor exigente que aprecia y reconoce un producto de calidad, con finas terminaciones y durable, que se distingue frente a sus sustitutos importados, que en su mayoría son fabricados en serie y con materiales de muy baja calidad, y lo que es más preocupante, pasando a llevar los derechos laborales y ambientales.

Ofrecemos una opción distinta: la calidad y el diseño de la alta marroquinería europea a precios insuperables, tanto para el mercado local como para la industria mundial. Nuestras ventajas son, que somos fabricantes, conocemos la industria y vendemos directamente. Entregando la mejor relación precio-calidad del mercado, traspasamos a nuestros clientes las garantías y los beneficios de ser una empresa familiar capaz de adaptarse y cumplir sus requerimientos con una atención personalizada y eficiente.

ILUSTRACIÓN N°. 12: PAGINA ONLINE DE LA EMPRESA M.A.



Fuente: pagina onlina de la empresa M.A.

Elaborado por: Autora

3.10.20.2 COMPETIDORES INTERNACIONAL

Los bolsos y carteras, que representan 9,4% de los ingresos de la industria, han disminuido su s ingresos entre el 2009 y 2014. Durante la recesión el gasto discrecional en artículos de lujo como bolsos y cartera cayó significativamente. Desde entonces las importaciones de bajo precio han infiltrado continuamente este mercado, generando una disminución de ventas de productos domésticos. Uno de los grandes participantes de la

industria como Coach, por ejemplo, ya produce la gran mayoría de sus carteras en países asiáticos de bajo costo.

TABLA N° 14: COMPETIDORES INTERNACIONALES

Paies	Monto de las exportaciones	Evolucion de las exportaciones
China	5188 M USD	3,2 %
Francia	864 M USD	11.7 %
Italia	556 M USD	-8,3 %

Fuente: <http://countrymeters.info/es/Chile>

Elaborado por: Autora

China es uno de los competidores más potenciales dentro del mercado chileno por los precios bajos de sus productos ya que cuentan con variedad de producto en diseños y colores de bolsos de mano. Chile importa en alto volumen los bolsos de mano desde china, con un valor de 5188 millones de dólares en el año 2015. Seguido de Francia e Italia.

Uno de los potenciales competidores en el mercado chileno es Francia con una cifra en exportaciones de: 76.619 unidades de bolsas de mano y de 864 millones de dolares en el año 2015.

3.10.21 SEGMENTACION DE MERCADO

La cartera elaborado por la empresa EL ALCE, tiene como mercado meta a la empresa RIPLEY cuya localización es en Santiago de Chile – Chile, es por ello que el segmento seleccionado para este producto son todas las mujeres de la ciudad de Santiago de Chile – Chile, ya que hacia ellas va dirigida este producto que será importado por la empresa RIPLEY.

Según el último Censo 2015 realizado en Chile, nos revela que la población de Santiago de Chile es de 7'213110 millones de habitantes, de los cuales los hombres son alrededor de 3,049.201 millones de habitantes y las mujeres son de **3,649.884** millones habitantes, las mismas que serán nuestros clientes potenciales para la exportación de este producto.

GRÁFICO N° 9: POBLACIÓN DE SANTIAGO DE CHILE – CHILE



CUADRO N° 3: SEGMENTACIÓN DE MERCADO

CARTERAS DE CUERO	
CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTOS TÍPICOS DEL MERCADO
GEOGRÁFICO	
País	Ecuador
Zona	Región Sierra Norte
Provincia	Chimborazo
Cantón	Guano
Ciudad	Riobamba
DEMOGRÁFICOS	
Edad	Mayores de edad
Género	Femenino
Ocupación	Todas
Clase Social	Media, Media alta, Alta
PSICOLÓGICOS	
Personalidad	Indistinto
SOCIOECONOMICOS	
Estratos económicos identificados	Alta Media, Media alta

Elaborado por: Autora

3.10.21.1 Segmentación del mercado

Segmentación por edad: Aunque hay un mercado pequeño para los bolsos de hombres, este es muy pequeño y tiende a limitarse a estilos de bolsa. Por lo tanto este es un mercado predominantemente femenino.

Las niñas de 7-15 años de edad están interesadas en los bolsos de fantasía con grabados de su animal favorito, dibujos animados, estrellas de cine, etc.

Las adolescentes de 15-19 años de edad están muy influenciados por los medios de comunicación e Internet y son muy sensibles a las últimas tendencias de la moda y marcas. La imagen es muy importante para ellas.

Mujeres de 19-30 años: Las mujeres que trabajan en este subgrupo son sensibles a su apariencia y gastan mucho dinero en ella. Por lo general, comprar bolsos de mano para que haga juego con cada vestimenta y tienen diferentes conjuntos de ropa para diferentes ocasiones. Son impulsados por las tendencias de la moda.

Mujeres de 25-50 años: Este grupo es muy diverso y pueden ser: Mujeres muy conscientes de la moda. Mujeres de mayor edad son más propensas a comprar bolsos de lujo de diseñadores reconocidos. Las mujeres mayores de 50 años representan un grupo importante. Esto no solo se debe en parte a la creciente proporción de consumidores de más edad, sino también por el creciente poder económico de muchas de estas consumidoras.

3.10.22 HÁBITOS DE CONSUMO

- El 53.3% de las mujeres dice gastar entre US\$ 18 y 54 por mes en vestuario.
- La mayoría prefiere comprar productos de bajo precio pero con mayor frecuencia (“efecto Zara”).
- La mujer de clase media va en promedio una vez por semana a un centro comercial.
- Importancia de la venta a crédito (tarjetas bancarias o de grandes tiendas).

Motivos de compra

- La ropa como reflejo de imagen personal y estilo de vida.
- En los grupos socioeconómicos más bajos, se compra marca porque da estatus. En los altos, por su calidad.
- Consumidores más jóvenes privilegian el diseño o la moda y los mayores, la calidad y duración.
- Importancia de la compra por impulso o por “darse un gusto”.
- Para 75% de las mujeres comprar ropa es un placer.

3.10.23 ANALISIS DE LA DEMANDA

A través del instrumento de documento electrónico e podido recolectar la información necesaria para poder aplicar la demanda del consumo aparente.

Para poder determinar la demanda, tenemos que tener en cuenta la población de Chile y nuestro mercado objetivo que es Santiago de Chile

Chile: 17`819,054 esto es el 100% de la población en el año 2015 y Santiago de Chile cuenta con: 7`213110, esto representa un 40 % del total de la población de Chile. De las cuales 50.6% son mujeres y el 49.4% son hombres. Con una tasa de crecimiento poblacional de 1.05%

Chile produce una gran variedad de productos de manufacturas de cuero la cual exporta. En la siguiente tabla se muestra, el porcentaje de las producción de cada de unos de los artículos de cuero.

TABLA N° 15: MANUFACTURA DE CUERO EN CHILE

Artículos de cuero	Cantidad	Porcentaje %
Carteras de cuero	44467986.20	20%
Calzado	66701979.30	30%
Cinturones	22233993.10	10%
Ropas	66701979.30	30%
Artesanía	22233993.10	10%
Total	222339931	100%

Fuente: prochile.com

Elaborado por: Autora

El total de las importaciones de Santiago de Chile en manufacturadas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería es de **222339931** pero solo el 20 % de toda la importación de carteras de cuero.

$$222339931 * 20\% = 44467986.20$$

Es decir que en año 2015 Chile importó un total de 44467986.20 de carteras de cuero, para sacar el total de las importaciones solo de Santiago de Chile que es nuestro mercado objetivo sacamos con el 40% que representa del total de la población de Chile que representan del total de la población.

- $44467986.20 * 40\% = 17787194$ >>> importación total de Santiago de Chile de carteras de cuero

NOTA: Cabe resaltar que estos pasos los realizamos ya que no sabemos exactamente cuánto importó solo nuestro país de destino Santiago de Chile.

La cantidad total de las exportaciones solo carteras de cuero de Chile es de= **5739121**

3.10.23.1 Determinación del consumo aparente

Tomaremos en cuenta la producción de carteras de cuero del país de Chile, las exportaciones de carteras de Santiago de Chile pero solo la cantidad que está destinada para la exportación, las importaciones del mundo hacia la ciudad de destino Santiago de Chile.

Para determinar el consumo aparente utilizaremos la siguiente fórmula:

$$CA = P + M - X$$

Donde:

CA = Consumo Aparente

P = Producción Nacional

M = Importaciones

X = Exportaciones

TABLA N° 16: DETERMINACIÓN DEL CONSUMO APARENTE

Producción de carteras de cuero de Chile	Exportación de carteras de cuero	Importación de carteras de cuero	Consumo aparente
6240000	5739121	17787194	18288073

Fuente: trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Chile

Elaborado: Autora

3.10.23.2 Proyección de la demanda

Con los resultados obtenidos de la tabla N°... realizamos proyecciones de 5 años a futuro, con la tasa de crecimiento de Chile, puesto que un proyecto de exportación tiene esa vigencia.

Para esto utilizamos la siguiente formula:

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

Dónde:

Método de proyección

P_n= Población en el año

P_o= Población en el año inicial

1= Constante

i= Tasa de crecimiento (1.05%) de Chile

n= N° de años

Año 1:

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

$$P_n = 18288073(1 + 0.0105)^1$$

$$P_n = 18288073(0.0105)^1$$

$$P_n = 18480098$$

$$\text{Año 2: } 18480098(1 + 0.0105)^2 = 18870217$$

$$\text{Año 3: } 18870217(1 + 0.0105)^3 = 19470892$$

$$\text{Año 4: } 19470892(1 + 0.0105)^4 = 20301640$$

$$\text{Año 5: } 20301640(1 + 0.0105)^5 = 21390095$$

TABLA N° 17: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	DEMANDA
2015	18288073
2016	18480098
2017	18870217
2018	19470892
2019	20301640
2020	21390095

Fuente: Tabla N°
Elaborado: Autora

TABLA N° 18: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN VALOR Y EN PORCENTAJE

N° DE AÑOS	AÑO	DEMANDA (consumo aparente)	DÓLARES PRECIO (mercado Exterior \$50 cada cartera de cuero)	PORCENTAJE %
0	2015	18288073	914.403.650	15,66%
1	2016	18480098	924.004.900	15,82%
2	2017	18870217	943.510.850	16,16%
3	2018	19470892	973.544.600	16,67%
4	2019	20301640	1.015.082.000	17,38%
5	2020	21390095	1.069.504.750	18,31%
TOTAL		116801015		100%

Fuente: Tabla N°14
Elaborado por: Autora

DEMANDA INSATISFECHA

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la Oferta.

Con los datos obtenidos de la tabla N° y la tabla N° aplicando la formula obtenemos los resultados de la demanda insatisfecha.

Formula:

Demanda – oferta= Demanda insatisfecha

TABLA N° 19: DEMANDA INSATISFECHO

Año	N° Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha	Porcentaje (%) participación en el mercado extranjero
2015	0	18288073	11196	18276877	6,12%
2016	1	18480098	11355	18468743	6,14%
2017	2	18870217	11679	18858538	6,19%
2018	3	19470892	12185	19458707	6,26%
2019	4	20301640	12892	20288748	6,35%
2020	5	21390095	13834	21376261	6,47%

Fuente: tabla N°10 y tabla N°14

Elaborado por: Autora

TABLA N° 20: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA
2015	18276877
2016	18468743
2017	18858538
2018	19458707
2019	20288748
2020	21376261




Fuente: proyección de la tabla N°

Elaborado por: Autora

3.10.24 ANALISIS DEL PRECIO

Para establecer una comparación de precios tomaremos en cuenta los precios de las principales marcas que se comercializan en la ciudad de Santiago de Chile-Chile, partiendo con el análisis de las diferentes empresas los productos que comercializan esto mediante las paginas online de cada empresa donde muestra variedades de carteras de cuero con modelos, colores y precios.

TABLA N° 21: ANÁLISIS DEL PRECIO

LOGO	CARACTERÍSTICAS	MARCA	PRECIO
	100% cuero	VESKI	\$55,00
	Todo tipo de artículos de cuero	Ernesto Nathan H Y Cia Ltda	\$48.00
	En cuero Genuino	M.A. productos de exportaciones	\$57,00

Fuente: Mercado Libre paginas oline

Elaborado: Autora

Una cartera mediana con medidas de 30*20 cm de cuero puro está valorado en \$50,00 evidenciando que es un precio competitivo porque no existe demasiada diferencia con los precios de las tres empresas más destacadas en la ciudad de Santiago de Chile.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 PROPUESTA

Proyecto de exportación de carteras de cuero para damas de la empresa “el alce” del cantón guano, provincia de Chimborazo, hacia el mercado de Santiago de Chile-Chile, en el período 2016.

INTRODUCCION

El presente Proyecto de exportación de carteras de cuero describirá, analizará y planificará detalladamente las actividades de exportación que la empresa el alce debe desarrollar. Dicho proyecto servirá para la exportación puntual de carteras de cuero de la empresa el alce hacia la ciudad de Santiago de Chile – Chile, cuya partida arancelaria.

El mismo servirá para la exportación puntual de la cartera de cuero, cuya partida arancelaria es la 420221 la cual como se observa en la figura está habilitada para exportador.

TABLA N° 22: PARTIDA ARANCELARIA DE CARTERA DE CUERO

Partida arancelaria	Descripción
420221	Bolsos de mano (carteras), incluso con bandolera o sin asas: Con la superficie exterior de cuero natural o cuero regenerado.

Fuente: <http://www.siicex.gob.pe/>

Elaborado por: Autora

4.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto primero se identifica el volumen de producción del producto tomando en cuenta como materia prima acero las carteras de cuero para damas, de acuerdo con la cantidad de clientes que van a comprar; para ello debemos

considerar la demanda y la oferta existentes, por la capacidad de inversión, por los aspectos técnicos y tecnológicos; por los ingresos y costos que puedan manejarse.

4.3 FACTORES DE VIABILIDAD

Estos factores contribuyen a determinar el tamaño de producción, ya que tiene una relación recíproca entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas e insumos, la mano de obra, el financiamiento.

4.3.1 Localización del Proyecto

4.3.2 Macro localización

Se debe establecer la ubicación geográfica para la realización del proyecto para esto se debe definir bien los parámetros importantes en el mercado.

El proyecto está ubicado en el Ecuador, en la región Sierra, en la provincia de Chimborazo, en el cantón Guano por ser una zona de comercio en el país.

ILUSTRACIÓN N°. 13: MAPA DEL ECUADOR



Fuente: mundo map
Elaborado por: autora

4.3.3 Microlocalización

La empresa el alce se encuentra ubicada en el cantón Guano provincia de Chimborazo, Parroquia Veloz debido a que es un punto estratégico para la elaboración y comercialización del producto a nuestros futuros clientes.

ILUSTRACIÓN N°. 14: UBICACIÓN DE LA EMPRESA EL ALCE



Fuente: google Map
Elaborado por: autora

4.4 PRODUCTO

Las carteras de cuero para dama que ofrece la empresa El Alce son productos de alta calidad con múltiples variedades, ya sea en color, tamaño, y diseños.

ILUSTRACIÓN N°. 15: CARTERAS DE CUERO DE LA EMPRESA EL ALCE



Fuente: stock de la empresa "EL ALCE"
Elaborado por: autora

ILUSTRACIÓN N°. 16: INSTALACIONES DE LA EMPRESA EL ALCE



Fuente: almacén de la empresa “EL ALCE”

Elaborado por: autora

4.4.1 PROCESO DE PRODUCCIÓN

4.4.2 Simbología y proceso de producción

La simbología nos indica cómo se va desarrollándose un producto paso a paso y el proceso de producción hasta llegar al cliente.

ILUSTRACIÓN N°. 17: SIMBOLOGÍA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA “EL ALCE”



Fuente: Zona de producción de la empresa “EL ALCE”

Elaborado por: Autora

ILUSTRACIÓN N°. 18: PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LE EMPRESA “EL ALCE”



Fuente: Zona de producción de la empresa “EL ALCE”
Elaborado por: Autora

4.5 El proceso de producción de carteras de cuero de Curtiembre EL AL-CE

4.5.1. Curtiembre

Son todos los procesos físico-químicos a partir de la piel cruda adquirida en los camales, hasta la obtención de las pieles curtidas específicas para la elaboración de cada carteras de cuero, para esto Curtiembre EL AL-CE cuenta con una infraestructura adecuada.

4.5.2 Pasos para la obtención del cuero:

Trabajos en ribera

Son los trabajos que preparan la piel para la curtación. Se divide en:

- Remojo: rehidratación y limpieza
- Pelambre: depilado, eliminación de la epidermis y de la lana.
- Dividido: se hace solo en pieles gruesas.
- Desencalado: eliminación de cal.
- Rendido: aflojamiento de la estructura fibrosa del colágeno.

ILUSTRACIÓN N°. 19: CURTIMIENTO DEL CUERO



Fuente: Zona de producción de la empresa “EL ALCE”
Elaborado por: Autora

ILUSTRACIÓN N°. 20: SECADO DEL CUERO



Fuente: Zona de producción de la empresa “EL ALCE”
Elaborado por: Autora

4.5.3 Curtición

Son los trabajos que transforman la piel en un material duradero e imputrescible a la curtación, por lo tanto debemos cuidar las características de la piel. Se divide en:

- Piquelado: adición de ácidos y sales para que entre en la piel que se va a curtir.
- Curtación
- Neutralización: añadidura de basificantes que nivelan el pH del cuero.
- Rebajado: es donde se da el espesor final del cuero.
- Recurtición: es donde se le da características diferenciales.
- Teñido: Tinte de la piel.
- Engrase: aquí obtenemos la suavidad y flexibilidad deseada.

ILUSTRACIÓN N.º. 21: PREPARACIÓN DEL CUERO



Fuente: Zona de producción de la empresa “EL ALCE”
Elaborado por: Autora

4.5.4 Acondicionamiento y secado

Son los procesos de preparación de la piel para el acabado. Este proceso se divide en:

- Ecurrido: eliminación del agua absorbida en anteriores procesos.
- Repasado: es la eliminación de arrugas y recuperación de la superficie.
- Ablandado: proceso que da a la piel la suavidad deseada.
- Estacado: se obtiene la humedad final que tendrá la piel.

ILUSTRACIÓN N°. 22: TINTURADO DEL CUERO



Fuente: Zona de producción de la empresa “EL ALCE”
Elaborado por: Autora

4.5.5 Acabado

Se lo lleva a la escurridora para lograr el grosor exacto escogiendo lo bueno y lo malo. Una vez que el cuero este seco, se procede a teñir dentro de un bombo con una serie de químicos, agua caliente y grasas para evitar el daño de las faldas.

ILUSTRACIÓN N°. 23: PREPARACIÓN DEL PRODUCTO



Fuente: Zona de producción de la empresa “EL ALCE”
Elaborado por: Autora

Luego se pasa a la maquina desvenadora dejándola secar, llevando los cueros posteriormente a la prensa a base de calor y temperatura para definir el diseño. El terminado del cuero tiene pasos muy detallados en el proceso, se tiñe de dos a tres veces, se pasa laca, se lo mide, empaqueta quedando listo para ser utilizado en la fabricación de carteras de buena calidad.

ILUSTRACIÓN N°. 24: ELABORACIÓN DEL PRODUCTO



Fuente: Zona de producción de la empresa “EL ALCE”
Elaborado por: Autora

4.5.6 Procesos de elaboración de la cartera de cuero para dama

1. Diseño Artístico: Bosquejo del diseño.
2. Diseño Técnico: Se calculan ángulos, características reales de la cartera.
3. Sistema de patronaje o modelo: Son todas las piezas de la cartera, como un rompecabezas.
4. Selección del cuero: Cuero Engrasado, Napa, Nobuk, Príncipe.
5. Herrajería: Se escoge las hebillas, cierres, adornos y el forro.

6. Una vez seleccionados los materiales, se corta y se comienza a armar, doblar filos, pintar, desbastar filos. (Es una técnica que disminuye el espesor del cuero para facilitar la unión de las piezas).
7. Pegar las piezas de cuero.
8. Unir el cuero con el despunte (costura).
9. Terminada la cartera de cuero se realiza una inspección para arreglar fallas, quemar hilos, pintar, entre otros.
10. Finalmente la cartera esta lista para la venta.

ILUSTRACIÓN N°. 25: PREPARACIÓN DEL PRODUCTO CON MOLDES



Fuente: Zona de producción de la empresa “EL ALCE”
Elaborado por: Autora

ILUSTRACIÓN N°. 26: COSIDO DE LA CARTERA



Fuente: Zona de producción de la empresa “EL ALCE”
Elaborado por: Autora

4.6. NORMATIVA DEL PRODUCTO

Requerimiento del producto según las NORMAS INEN

Que en conformidad con el Artículo 2, numeral 2.9.2 del Acuerdo de Obstáculos Técnicos al Comercio de la OMC y el Artículo 11 de la Decisión 562 de la Comisión de la Comunidad Andina, CAN, este proyecto de Reglamento Técnico fue notificado a la CAN el 30 de mayo de 2014 y a la OMC fue notificado el 06 de junio de 2014, a través del Punto de Contacto y a la fecha se han cumplido los plazos preestablecidos para este efecto y no se han recibido observaciones; Que mediante Informe Técnico-Jurídico contenido en la Matriz de Revisión No. de fecha de , se sugirió proceder a la aprobación y oficialización del Reglamento materia de esta Resolución, el cual recomienda aprobar y oficializar con el carácter de OBLIGATORIO el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 157 “ETIQUETADO DE PRODUCTOS DE MARROQUINERIA”

Que de conformidad con la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad y su Reglamento General, el Ministerio de Industrias y Productividad es la institución rectora del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, en consecuencia, es competente para aprobar y oficializar el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 157 “ETIQUETADO DE PRODUCTOS DE MARROQUINERIA”; mediante su promulgación en el Registro Oficial, a fin de que exista un justo equilibrio de intereses entre proveedores y consumidores;

Que mediante Acuerdo Ministerial No. 11446 del 25 de noviembre de 2011, publicado en el Registro Oficial No. 599 del 19 de diciembre de 2011, se delega a la Subsecretaría de la Calidad la facultad de aprobar y oficializar las propuestas de normas o reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad propuestos por el INEN en el ámbito de su competencia de conformidad con lo previsto en la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad y en su Reglamento General; y,

En ejercicio de las facultades que le concede la Ley

RESUELVE:

ARTÍCULO 1.- Aprobar y oficializar con el carácter de OBLIGATORIO el siguiente:

- **REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 157
“ETIQUETADO DE PRODUCTOS DE MARROQUINERÍA” 1.**

4.6.1. Objeto 1.

1 Este Reglamento Técnico establece los requisitos que debe cumplir el rotulado de los productos de marroquinería con la finalidad de prevenir las prácticas que puedan inducir a error o engaño a los consumidores.

4.6.2 Campo de aplicación

2.1 Este Reglamento Técnico se aplica a los productos de marroquinería que se comercialicen en el Ecuador, sean estos, de fabricación nacional o importada

4.6.3 Normativa del embalaje y empaque

3.1.7 Embalaje. Recipiente o envoltura con que se protege al producto con la finalidad de resguardarlo de daños físicos y agentes externos, facilitando de este modo su manipulación, transporte y almacenamiento.

3.1.8 Empaque (envase). Recipiente o envoltura que está en contacto directo con el producto, destinado a contenerlo desde su fabricación hasta su entrega al consumidor, con la finalidad de protegerlo del deterioro y facilitar su manipulación.

4.6.4 Normativa del etiquetado

3.1.9 Etiqueta (Rótulo). Es cualquier rótulo, marbete, inscripción, marca, imagen u otro material descriptivo o gráfico que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado, marcado en relieve o huecograbado o adherido al producto, con el propósito de dar a conocer ciertas características específicas del producto.

4.6.5 Etiquetas permanentes

4.1.1 La información debe expresarse en idioma español, sin perjuicio de que además se presente la información en otros idiomas.

4.1.2 La información presentada en las etiquetas no debe ser falsa, equívoca o engañosa, o susceptible de crear una expectativa errónea respecto a la naturaleza del producto.

4.1.3 Las dimensiones de las etiquetas deben ser tales que permitan contener la información mínima requerida en este Reglamento Técnico Ecuatoriano.

4.1.4 La etiqueta permanente debe contener la siguiente información mínima:

4.1.4.1 El o los materiales predominantes que compone el producto, expresados en %: a) Material de la parte externa o recubrimiento: b) Material del forro: La información sobre el material predominante del producto de marroquinería debe estar referida a aquel que constituya al menos el 80% de la superficie de cada una de las partes del producto. Si ningún material representa como mínimo dicho valor, se consignará la información sobre los dos materiales principales que compongan cada parte, colocando primero el material predominante o con mayor participación. Si el artículo no tiene forro, indicar “sin forro”.

4.7 PRODUCTO DE EXPORTACIÓN

El peso de una cartera es de 0,45 kilos más embalaje; en total son 1.1196 carteras de cuero que pesan 5.038 kilos en un envío.

ILUSTRACIÓN N°. 27: CARTERA DE CUERO DE EXPORTACIÓN



Fuente: Producto de la empresa EL ALCE
Elaborado por: Autora

4.7.2 EMBALAJE

De acuerdo a la normativa de INNEN 157 según la resolución mencionado anteriormente el embalaje de la empresa EL ALCE ira de la siguiente manera.

El empaque como función adicional de protección para el producto sirve de carta de presentación para nuestro cliente ya que permite diferenciar y exhibir la marca.

El cliente contara un detalle adicional ya que por ser una prenda de alta calidad necesita cuidado en el envío y en el mantenimiento de la prenda en su vida útil.

Las carteras de cuero es un producto delicado por lo cual debemos tener un cuidado especial para su envío, es por ello que se enviara dentro de una funda negra y estos dentro de las cajas.

ILUSTRACIÓN N°. 28: FUNDAS DE EXPORTACIÓN



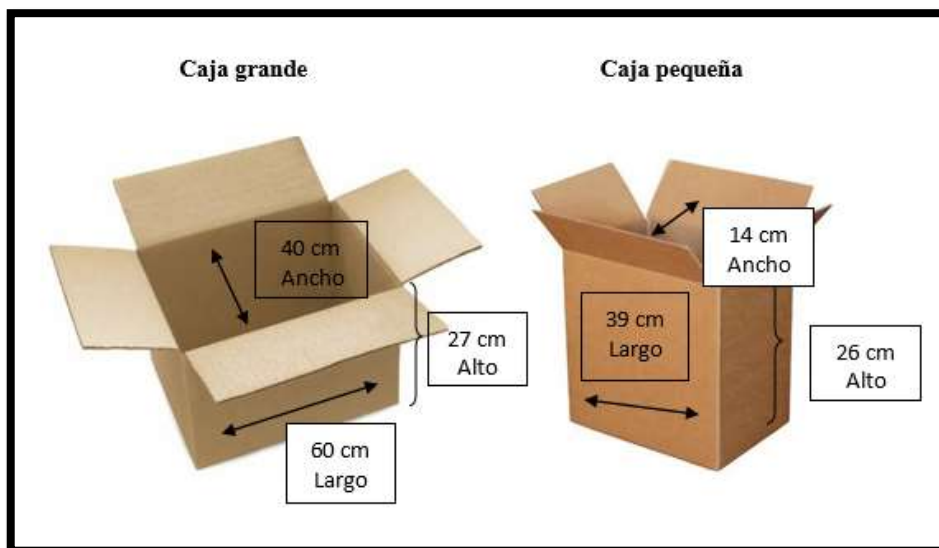
Fuente: stock del alce
Elaborado por: Autora

4.7.3 EMPAQUE

Todo el producto será embalado en cajas de cartón corrugado que luego se colocaran en pallets, las etiquetas de las cajas tienen que llevar identificación visible del producto, dirección del comprador, empacador o exportador, país de origen, clase y tamaño y estado de producto de cuero al ser mal empacados y con una alta temperatura pueden emanar un mal olor y se contamina toda la carga.

Los cartones corrugados que contienen las carteras de cuero serán protegidos por soportes de cartón sujetos a las cajas con cintas adhesivas, permitiendo un mayor manejo con seguridad que reducirá el costo total del seguro de la mercancía.

ILUSTRACIÓN N°. 29: CARTONES DE EXPORTACIÓN DE CARTERAS DE CUERO

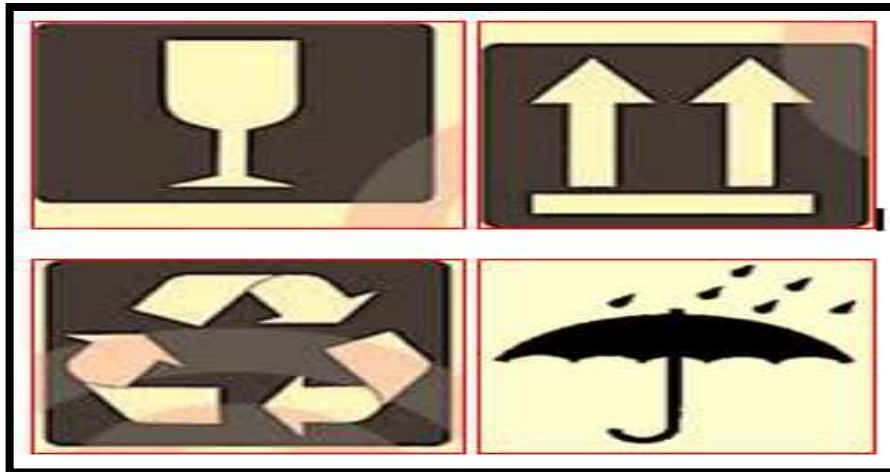


Fuente: Zona de embalaje y empaque de la empresa EL ALCE
Elaborado por: Autora

4.7.4 Pictogramas

En las cajas de cartón corrugado a ser manipuladas para la exportación de carteras de cuero irá presente la siguiente simbología que detalla aspectos de suma importancia en la mercancía como lo es manejarla con cuidado, evitar golpes y mantener siempre mirando hacia arriba.

ILUSTRACIÓN N°. 30: PICTOGRAMAS DE MANIPULEO DEL CARTÓN



Fuente: pictogramas de exportacion.com

Elaborado por: Autora

4.7.5 Etiquetado

Es la parte del producto que contiene la información escrita sobre el artículo; puede ser una impresión adherida al producto, y sirve de promoción para que los clientes conozcan todas las características del producto. Las etiquetas deben tener: El nombre del producto, identificación del fabricante, composición del producto, características del producto, lugar de fabricación y lugar en el que fue confeccionada.

Según al reglamento técnico ecuatoriano Arte INNEN 157 “etiquetado de productos de marroquinería” el producto de la empresa “El Alce” contara con el siguiente etiquetado para su exportación.

4.7.5.1 Etiqueta de normas INNEN primario

La etiqueta primario va dentro de la cartera de cuero en ella está detallada:

- El nombre de la empresa
- El ruc de la empresa
- El nombre quien elaboro el producto
- El rte INEN 157
- El país donde fue elaborado
- Y los cuidados que se debe tener la cartera

ILUSTRACIÓN N°. 31: ETIQUETA DE NORMAS INNEN PRIMARIO.



Fuente: etiqueta de los productos de la empresa “EL alce”
Elaborado por: Autora

4.7.5.2 Etiqueta secundario de la empresa

La etiqueta secundario va fuera de la cartera en la cual se detalla lo siguiente:

- Nombre de la empresa
- País en donde se elaboro (Hecho en Ecuador)
- Ciudad o canton donde se elaboro
- Numeros de contactos

ILUSTRACIÓN N°. 32: ETIQUETA SECUNDARIO O EXTERNO DE LA CARTERA DE CUERO



Fuente: etiqueta de los productos de la empresa “EL alce”

Elaborado por: Autora

ILUSTRACIÓN N°. 33: PRODUCTO CON ETIQUETA



Fuente: etiqueta de los productos de la empresa “EL alce”

Elaborado por: Autora

4.8 Paletización

La paletización es agrupar una cierta cantidad de objetos individuales poco manejables, pesados o voluminosos. Comprende algunos aspectos importantes:

- Cada unidad de carga debe estar conformada por cajas, bultos, sacos, tambores, que tengan las mismas o semejantes dimensiones.
- La superficie de la estiba debe ser ocupada en su totalidad.
- En las unidades de carga conformadas por cajas de cartón, estas deben alinearse en forma vertical, de preferencia.

Las medidas que se van a utilizar en la unidad de carga son en base a la norma ISO 3394 que se dan a conocer a continuación.

La empresa “EL ALCE” va a utilizar pallets de medidas europeas o euro pallet de 80 * 120cm y de altura 45 cm. Son aquellos que facilitan el manipuleo de la carga, disminuyendo los daños del producto ya embalado.

En cada pallet van a ir cuatro cajas de base (horizontal) con medidas (40 de ancho, 60 de largo, 27 cm de altura) y siete filas de cajas de manera vertical. En cada caja van a ir Diez carteras y en total en un pallet van 2800 carteras de cuero. En total ira 4 pallet.

ILUSTRACIÓN N°. 34: PALLET DE EXPORTACIÓN DE LAS CARTERAS DE CUERO



Fuente: pallet de exportacion.com

Elaborado por: Autora

4.9 TIPO DE CONTENEDOR

Uso habitual: Cargas secas: bolsas, cajas, packs termo contraíbles, máquinas, muebles, etc.

Los datos informados son estandarizados. Un contenedor de 20 pies, puede almacenar hasta 23.000 kg. De producto, caso el volumen del mismo lo permita.

Es recomendable, especialmente en productos alimenticios, no superar los 22.000 kg. de carga neta.

Las indicaciones de carga útil de cada container, así como su código y número de identificación están inscriptas en sus puertas.

Debía al cálculo anterior nuestra mercadería solo ira con 4 pallet lo que significa que nuestra mercancía viajara con carga consolidada, con mercancía al mismo destino a Chile.

ILUSTRACIÓN N°. 35: CONTENEDOR DE 20 PIES PARA LA EXPORTACIÓN DE LAS CARTERAS DE CUERO



Tamaño	Peso Kg.			Dimensiones internas mm		
	Peso bruto	Tara	Carga útil	Longitud	Ancho	Alto
20 pies	24,000	2,200	21,800	5,902	2,350	2,392

Fuente: contenedores de exportacion/20pies.com

Elaborado por: Autora

4.10 PLAZA / DISTRIBUCIÓN

Para la elaboración del presente trabajo se consideró que para la mayoría de productos se puede emplear varios caminos para llevarlos hasta el consumidor final y para la valoración de los canales de distribución se debe tomar en cuenta ciertos aspectos o factores fundamentales tales como:

- Es una marca nueva en el mercado objetivo.
- Canales de distribución incompatibles
- Los márgenes comerciales de los distintos canales son muy diferentes.

La empresa el alce del cantón Guano se aliara con la empresa de Ripley que se encuentra en la ciudad de Santiago de Chile – Chile para poder llegar al consumidor de dicho país ya que Ripley cuenta con una gran cadena de tiendas que comercializa objetos de casa ,ropas , zapatos y variedades de productos de cuero. A continuación una breve reseña de la empresa Ripley

4.8.1 RIPLEY CHILE S.A.

ILUSTRACIÓN N°. 36: EMPRESA RIPLEY DE CHILE



Fuente: empresa Ripley de Chile

Elaborado por: Autora

La cadena de tiendas por departamentos **Ripley** (Grupo **Ripley Corp. S.A.**, Tiendas Ripley Chile **Comercial ECCSA S.A.**) es una tienda detallista multinacional chilena fundada en 1956, es una de las más importantes del rubro chileno. Cuenta con presencia en Chile y el Perú.

ILUSTRACIÓN N°. 37: CUADRO RESUMEN EMPRESA RIPLEY CHILE S.A

INFORMACIÓN DE RIPLEY CHILE
Dirección: Avda. Kennedy N° 5413, piso 6, Edificio Cerro Colorado, comuna Las Condes, Santiago.
Ciudad: Santiago
Región/Provincia: Santiago
Teléfono: (56 2) 2678 5060
Sitio Web: http://www.ripley.cl
N° de tiendas: 30
 Holding: <u>Ripley Corp S.A.</u>

Fuente: página Online de la tienda Ripley

Elaborado: Autora

Ripley Chile es una de las mayores empresas del sector retail y su accionista mayoritario es Ripley Corp S.A. Su principal negocio es la venta al detalle de vestuario, accesorios y productos para el hogar a través de los distintos formatos de tiendas por departamento. Al mismo tiempo, participa en el negocio del crédito directo a sus clientes a través de la Tarjeta Ripley. (Emerging Markets Information Service a product of ISI Emerging Markets, 2015,

La empresa el ALCE del cantón guano provincia de Chimborazo se aliara con la empresa RIPLAY de chile para poder comercializar el producto ya que RIPLAY es una de las empresas más grandes solidadas, consolidad y reconocida en el mercado chileno. Nuestros productos se enviada según el requerimiento de dicha empresa.

4.11TRANSPORTE

La principal ventaja de este medio de transportación es la posibilidad de mover grandes volúmenes de mercaderías, tanto al granel líquidos, sólidos y gases, con un gran aprovechamiento de lo que se denomina economía de escala.

Existen distintos tipos de buques que permiten el transporte de diferentes tipos de cargas. Podemos encontrar buques especializados o multipropósito.

Dentro de los primeros están los graneleros, para el movimiento de carga al granel sólida; y buques tanque para líquidos de todo tipo; los frigoríficos para mercaderías que requieren mantenimiento especial de las condiciones térmicas de la carga; los propaneros o metaneros, para transporte de gases propano o metano; los portacontenedores también los ferries, Roll On-Roll Off para el movimiento de automóviles, trenes o camiones.

Los multipropósito no presentan una característica especial, sino que en general son buques con varias bodegas separadas entre sí, con entrepuentes internos y que lo hacen especial para acomodar diversos tipos de mercaderías en forma separada.

Por caso, se almacenan cajones, pallets, tubos o carries en el mismo entrepuente en forma combinada.

5.5.6.1 Empresa de transporte terrestre de Riobamba-Guayaquil

Desde la empresa el alce del cantón Guano se utiliza los transportes pacíficos y sultana

5.5.6.2 Marítimo - Guayaquil-Ecuador - Valparaíso -Chile

El transporte internacional de carga marítimo se caracteriza por ser el más cantidad de mercancía y económico a diferencia del transporte Aero, la seguridad y es ideal para productos con alto volumen y peso. El transporte marítimo de carga en este tipo de artículo de vestir como son las carteras de cuero es ideal, ya que el país de destino se encuentra cercano a Ecuador y está dentro del continente americano.

ILUSTRACIÓN N°. 38: PUERTO DE GUAYAQUIL



Fuente: <http://www.sanantonioport.cc.cl/index1.html>.

4.11.1 PUERTO DE DESTINO

Puerto de Valparaíso

El Puerto de Valparaíso posee un área de 36,1 hectáreas de superficie. El Puerto de Valparaíso transfiere solamente carga general contenedorizada seca y frigorizada y carga fraccionada, el puerto no cuenta con instalaciones para transferir carga a granel sólida y líquida, además transfiere cargas de importación como son: productos químicos, mineros e industriales; vehículos, celulosa y papel. El puerto de Valparaíso posee 8 sitios de atraque.

La empresa EL ALCE deberá elegir al puerto de Guayaquil para la exportación, el flete se demorará aproximadamente 5 horas y media, en llegar al mismo, y desde ahí partirá al puerto destino que será Valparaíso que se encuentra a 2633,54 kilómetros, el cual se demorará de 8 a 15 días por vía marítima, ya que la misma abarata los costos y es más rápida.

ILUSTRACIÓN N°. 39: PUERTO VALPARAÍSO



Fuente: www.imágenesgoogle/valparaiso.es

ILUSTRACIÓN N°. 40: RUTAS DE NAVEGACIÓN



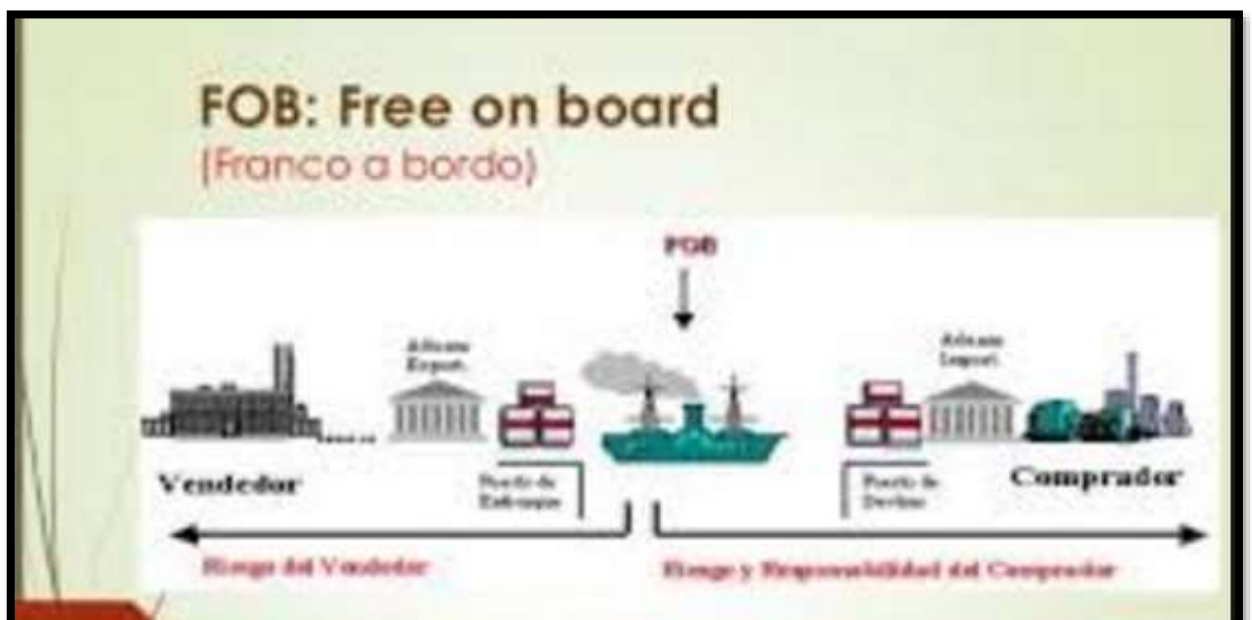
Fuente: Googlemap
Elaborado por: Autora

4.12 INCOTERMS

Mayoritariamente las exportaciones ecuatorianas hacia Chile son en termino FOB, mientras que las importaciones son CIF.

El incoterm a utilizar es FOB (Free On Board o Franco a bordo) es decir la empresa EL ALCE entregará las carteras de cuero sobre el buque. El vendedor, en este caso Ripley contrata el transporte, para transportar las carteras de cuero hasta el puerto se utilizará un camión de fletes desde la empresa hasta el puerto de Guayaquil.

ILUSTRACIÓN N°. 41: INCOTERM FOB



Fuente: Googlemap
Elaborado por: Autora

4.13 REGÍMENES ADUANEROS

CUADRO N°. 4: REGÍMENES ADUANEROS

REGÍMEN	DESCRIPCIÓN
Exportación a consumo	Las mercaderías salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior.
Exportación temporal con reimportación en el mismo estado:	Las mercaderías son utilizadas en el extranjero, durante cierto plazo, con un fin determinado y son reimportadas sin modificación alguna.
Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo:	Permite la salida de mercaderías para ser reimportadas luego de un proceso de transformación, elaboración o reparación.
Reexportación:	Cuando retornan al país mercaderías exportadas a consumo definitivo por haber sido rechazadas en el país de destino.
Exportación bajo régimen de maquila:	Es un régimen suspensivo de pago de impuestos, que permite el ingreso de mercaderías por un plazo determinado, para luego de un proceso de transformación, ser reexportadas.
Ferías internacionales:	Es un régimen especial aduanero por el cual se autoriza el ingreso de mercancías de permitida importación con suspensión del pago de tributos, por un tiempo determinado, destinadas a exhibición en recintos previamente autorizados, así como de mercancías importadas a consumo con fines de degustación, promoción y decoración.

El régimen aduanero al cual la empresa EL ALCE se apega es el régimen de consumo, considerando que las carteras de cuero salen del Ecuador para su uso o consumo definitivo en el país de Chile, pues las mismas no volverán a ingresar en el territorio ecuatoriano.

4.14 ELECCIÓN DE LA FORMA DE PAGO

En los contratos comerciales se establecen condiciones de entrega de las mercancías, forma de pago, garantías, seguros, reparto de costos y riesgos del transporte entre las partes, la mayoría de transacciones se efectúan mediante el pago contra presentación de documentos o pago documentario.

Las formas de pago más convenientes para el tipo de producto y considerando que ambas empresas tiene un alto grado de seriedad son:

5.5.11.1 Pago a la vista

El comprador recibe la factura del vendedor y paga por adelantado o en la fecha convenida, sin más formalidades;

5.5.11.2 Pago por documentos

Este es un sistema muy utilizado, pues los documentos que existen de por medio entre exportador e importador, constituyen la base que evidencia la exportación, o sirve como prueba de que la exportación ha sido ya efectuada.

Y por último en esta investigación se destaca la utilización de la carta de crédito o crédito documentario que es uno de los métodos más utilizados, conocidos y convenientes.

5.5.11.3 Crédito documentario

Las posibilidades de que el importador rechace la mercadería o no quiera pagar es mínima o inexistente con esta modalidad de pago: crédito documentario, ya que no deja esta libertad al comprador, porque no dispone más del monto de la transacción que ha sido bloqueado por el Banco del importador.

5.5.11.4 Procedimiento

Un Banco del Exterior a nombre y cuenta del importador emite una obligación de pago en favor del exportador a través de un Banco Corresponsal, una vez que se hayan cumplido todas y cada una de las condiciones estipuladas en dicha carta de crédito.

5.5.11.5 FORMA DE PAGO A UTILIZAR ES EL CRÉDITO DOCUMENTARIO

Por lo tanto se recomienda a la empresa utilizar el crédito documentario el mismo que presta muchas facilidades y seguridad de pago, pues las posibilidades de que el importador en Chile rechace la mercadería o no quiera pagar es mínima con el crédito documentario, ya que no deja esta libertad al comprador, porque no dispone más del monto de la transacción que ha sido bloqueado por el Banco del .La empresa EL ALCE ha elegido como forma de pago una Carta de Crédito pues nos brinda mayor seriedad y seguridad porque el pago se realizara de Banco, los mismos que son elegidos por el vendedor y comprador según su confianza.

4.15 ARANCELES

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional. Solo se pagará el impuesto FONDINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia) que es del 0,5%.

4.16. REGISTRO Y DOCUMENTOS PARA EXPORTAR

4.16.1 Registro único de contribuyentes (RUC)

La empresa “EL ALCE” deberá tener el RUC debidamente actualizado en el SRI (Servicio de Rentas Internas), estar catalogada como exportadora en estado activo y con autorizaciones vigentes para: Emitir facturas o comprobantes de venta, y, guías de remisión.

4.16.2 Certificado digital

Para poder exportar “EL ALCE” obligatoriamente deberá adquirir el certificado digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

4.16.3 Certificado digital – Banco Central del Ecuador

A continuación se presentan los trámites para obtener el certificado digital en el Banco Central del Ecuador.

4.16.4 Solicitar el certificado digital.

Previo a solicitar un certificado digital de firma electrónica, revisar las normativas correspondientes a cada tipo de certificado DPC (Declaración de Prácticas de Certificación), PC (Políticas de Certificados).

Antes de iniciar su solicitud, se deberá tener los documentos escaneados en formato PDF, (tamaño menor o igual a 1Mb y legibles), que requerirá subir para el registro, entre estos:

- Conocer el número de RUC de la empresa.
- Copia de Cédula o pasaporte a Color.
- Copia de Papeleta de votación actualizada, (exceptuando a personas mayores a sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, y las personas con discapacidad).
- Copia del nombramiento o certificado laboral firmado por el Representante Legal.
- Autorización firmada por el Representante Legal. (En caso de subrogación o delegación, adjuntar el oficio de encargo o delegación) Importante: Para el día en que realice el pago, traer esta autorización en formato impreso.

4.16.5 REQUISITO PARA EXPORTAR

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica.

4.16.6 CERTIFICACIÓN ELECTRÓNICA

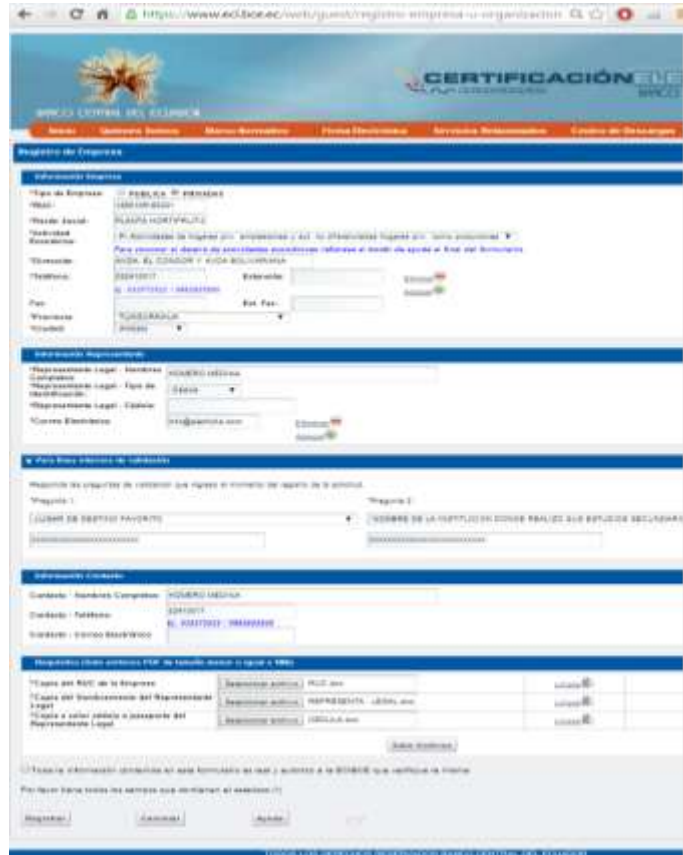
La firma electrónica puede utilizarse para firmar electrónicamente: correos electrónicos, facturas electrónicas, contratos electrónicos, ofertas del Sistema Nacional de Contratación Pública, transacciones electrónicas, trámites tributarios electrónicos o cualquier otro tipo de aplicaciones donde se pueda reemplazar la firma manuscrita.

Para la obtención de la certificación electrónica la empresa “EL ALCE” debe registrarse primero en esta página.

Para esto se deberá registrar a la empresa en la página:

<http://www.eci.bce.ec/web/guest/registro-empresa-u-organizacion>.

ILUSTRACIÓN N°. 42: REGISTRO DE LA EMPRESA



Fuente: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/solicitud-de-certificado1>

Después de la aprobación la firma electrónica, la misma puede ser contenida de algunas formas y en algunos dispositivos, los cuales manejan tarifas diferenciadas, la empresa podrá elegir entre uno de los siguientes dispositivos:

4.16.7 TOKEN

(Es un dispositivo criptográfico USB, donde se almacena su certificado digital de forma segura) - **vigencia 2 años**

TABLA N° 23: TARIFA – TOKEN

Emisión del Certificado de Firma Electrónica (token)	\$ 30,00 + IVA
--	----------------

Dispositivo Portable Seguro – Token	\$ 35,00 + IVA
TOTAL	\$ 65,00 + IVA
Renovación del Certificado (válido por 2 años)	\$ 20,00 + IVA

Fuente: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/tarifas2>

4.16.8 HSM

(Hardware Security Module, es un dispositivo criptográfico ideal para altos volúmenes de transacciones, ejemplo: facturación electrónica) - **vigencia 3 años**

TABLA N° 24: TARIFA – HSM

Emisión del Certificado de Firma Electrónica (HSM)	\$ 90,00 + IVA
HSM - Puede adquirir a distribuidores locales	----- ---
Renovación del Certificado (válido por 3 años)	\$ 90,00 + IVA

Fuente: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/tarifas2>

4.16.9 ARCHIVO

(Es un certificado estandar x.509 en formato p12, que puede ser integrado en cualquier sistema operativo) - **vigencia 1 año.**

TABLA N° 25: TARIFA – ARCHIVO

Emisión del Certificado de Firma Electrónica (Archivo)	\$ 20,00 + IVA
TOTAL	\$ 20,00 + IVA

Renovación del Certificado (válido por 1 año)	\$ 15,00 + IVA
--	----------------

Fuente: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/tarifas2>

4.16.10 ROAMING

(Certificado almacenado de forma segura en servidores de la ECIBCE, que le permite realizar operaciones mediante el uso del applet publicado por la ECIBCE- ROAMING o un aplicativo opcional llamado ESP) - **vigencia 2 años**

TABLA N° 26: TARIFA – ROAMING

Emisión del Certificado de Firma Electrónica (Roaming)	\$ 30,00 + IVA
TOTAL	\$ 30,00 + IVA
Renovación del Certificado (válido por 2 años)	\$ 20,00 + IVA

Fuente: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/tarifas2>

La empresa “EL ALCE” opta por el Token por ser más eficiente y seguro la cual le brinda más comodidad en el proceso de exportación. La misma agrega un nivel de seguridad extra a las operaciones bancarias en la sucursal virtual empresas. El Token es la más utilizada.

4.16.11 CERTIFICADO DIGITAL – SECURITY DATA

Además de la opción del Banco Central del Ecuador, “EL ALCE” podrá sacar su certificado digital a través de Security Data que es una Entidad Certificadora de firma electrónica y servicios relacionados autorizada por el CONATEL según la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos.

A continuación se muestran los requisitos que “EL ALCE” deberá presentar obligatoriamente:

- Original o copia certificada (notariada) del Registro único de contribuyentes (RUC) de la empresa.
- Original o copia certificada (notariada) del Registro único de Proveedores (RUP) de la empresa en caso de Disponerlo.
- Original o copia certificada y legible del nombramiento del representante legal (se acepta nombramientos con un mínimo de vigencia de 1 mes). adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.
- Original del Certificado de Cumplimiento de Obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías (debe tener al menos un mes de vigencia) u Original o copia certificada (notariada) de constitución de la Empresa solicitante.
- Original de la Autorización firmada por el representante legal.
- Formulario de solicitud lleno y firmado.
- Presentarse en Entidad que le proporcionó la cita físicamente para firmar el contrato, validar la identidad y emisión del certificado.

4.16.12 REGISTRO EN ECUAPASS

La empresa “EL ALCE” requerirá obligatoriamente registrarse en Ecuapass, el mismo es un punto de acceso virtual, donde se pueden desarrollar los trámites de autorización para la exportación o importación, sin la necesidad de visitar de manera presencial las instituciones gubernamentales que regulan el comercio exterior.¹

Entre sus principales beneficios se tienen:

- Envío y recepción electrónica de información electrónica desde y hacia las entidades públicas.
- Aumenta la eficiencia en los procesos.
- Reducción en los tiempos totales de importación y exportación.
- Seguridad de información (uso de identificación única de certificado digital)
- Declarantes y entidades públicas o privadas pueden conocer el estado de los trámites.
- Disponibilidad inmediata de registros entre las instituciones públicas involucradas
- Eliminación de la inconsistencia de la información

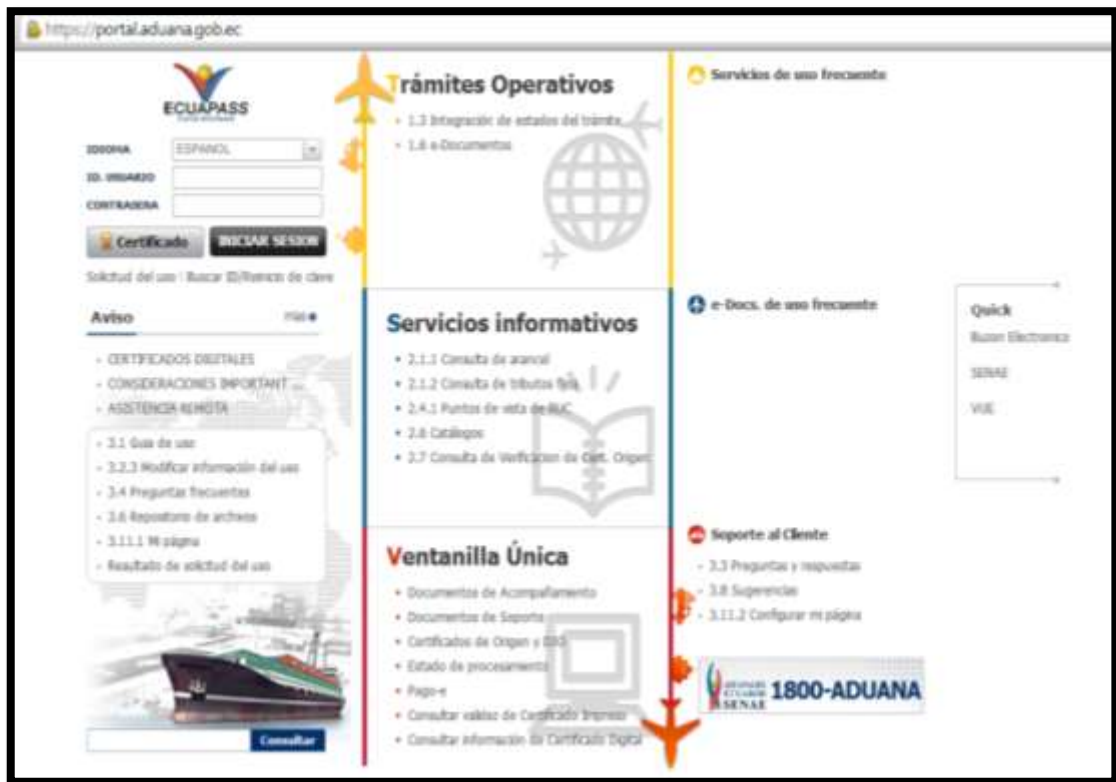
¹ Adunas del Ecuador

Una vez que La empresa “EL ALCE” haya adquirido el certificado digital, sea en el Banco Central del Ecuador o en Security Data, deberá registre en ECUAPASS, para esto deberá seguir los siguientes pasos:²

1. Ingresar al portal de Ecuapass, introduciendo la siguiente dirección:
(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>).

ILUSTRACIÓN N°. 43: PORTAL DE ECUAPASS

² <http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>



2. El gerente o encargado del proceso deberá, hacer click en el link “solicitud de uso”.

ILUSTRACIÓN N°. 44: SOLICITUD DE USO



Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>

3. A continuación se desplazará la siguiente página, en la cual se deberá Crear usuario y contraseña, llenando datos como:

- Ruc
- Razón Social
- Dirección de la empresa
- Teléfono de la empresa
- Información del representante legal

ILUSTRACIÓN N°. 45: CREAR USUARIO Y CONTRASEÑA

The screenshot shows the 'Solicitud del uso (Representante)' form on the ECUAPASS portal. The form is divided into several sections:

- Información de empresa:**
 - RUC empresa: 1890109163001
 - Razón Social: PLANTA HORTIFRUITICOLA ANSATO COMPANIA ANONIMA PLANHOFA C.A.
 - Dirección de empresa: [Empty]
 - Teléfono empresa: [Empty]
- Información de representante:**
 - ID Usuario: [Empty]
 - Doc. Identificación: CÉDULA DE IDENTIDAD | XXXXXXXXXXXX
 - Nombre Usuario: USUARIO
 - Contraseña: [Empty]
 - Confirmación de Contraseña: [Empty]
 - Preguntas de Clave1: (LUGAR DE NACIMIENTO DE SU PAPA? | Respuesta de Clave1: PLANHOFA
 - Preguntas de Clave2: (IGLESIA DONDE SE CASO? | Respuesta de Clave2: PLANHOFA
 - Preguntas de Clave3: (NOMBRE DE SU CIUDAD PREFERIDA1 | Respuesta de Clave3: PLANHOFA
 - Provincia: TUNGURAHUA | Ciudad: [Empty]
 - Dirección: [Empty]
 - Teléfono1: [Empty] | Teléfono2: [Empty]
 - Celular: MOVISTAR | [Empty] | Fax: [Empty]
 - Correo Electrónico: [Empty]
 - Confirmación de correo electrónico: [Empty]
 - Posición: REPRESENTANTES | SENAE Correo Electrónico: [Empty]
 - Recibir mensaje SMS: Recibir No recibir
- Tipo de DCE:** AGENTE DE ADUANA
- Table of DCEs:**

No	Código de DCEs	En el informe se clasifican	Solicitar nuevo código
1	18938975	IMP/EXPORTADOR	EMISION
- Identificación única de certificado digital:** [Empty]
- File Upload Section:**

<input type="checkbox"/>	Nombre del archivo	Tamaño del archivo	#Byte
<input type="checkbox"/>			

Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>

4. El representante deberá ingresar la información de firma digital, eligiendo según la ubicación de certificación como se muestra en la figura a continuación:

ILUSTRACIÓN N°. 46: INGRESAR LA IDENTIFICACIÓN ÚNICA DE CERTIFICADO DIGITAL



Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>

5. La empresa “EL ALCE” deberá aceptar las políticas de uso para poder continuar, que es el contrato que normará las relaciones que se realizan a través de Ecuapass.

ILUSTRACIÓN N°. 47: INGRESAR LA IDENTIFICACIÓN ÚNICA DE CERTIFICADO DIGITAL



Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>

6. A continuación el personal encargado de la exportación de La empresa “EL ALCE” ya podrá acceder al portal Ecuapass y dirigirse al módulo de ventanilla única.

ILUSTRACIÓN N°. 48: INGRESAR A VENTANILLA ÚNICA



Fuente: <https://portal.aduana.gob.ec/>

Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica

4.16.13 PROCESO DE EXPORTACIÓN

La empresa “EL ALCE” deberá iniciar 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 La empresa “EL ALCE”.

Los datos que se consignarán en la DAE son:³

- Del exportador o declarante: La empresa “EL ALCE” Descripción de mercancía por ítem de factura: carteras de cuero
- Datos del consignaste: La empresa “EL ALCE”
- Destino de la carga: Santiago de Chile - Chile
- Cantidades: 11196 carteras
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía: datos específicos

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
- Canal de aforo automático

Para el caso del canal de aforo automático, la autorización de salida, entendiéndose con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del canal de aforo documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren

novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del canal de aforo físico intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

4.16.14 DOCUMENTOS PARA EXPORTAR

Los documentos requeridos para exportar son los siguientes:

4.6.22.1 Factura Proforma

Generalmente se utilizan hojas con membrete para confeccionarla; la descripción debe ser lo más detallada posible y los datos que debe contener son los siguientes:

- Datos del Exportador
- Nombre
- Dirección
- Teléfono
- Factura Pro Forma No
- Fecha y lugar de emisión
- Datos del Importador
- Nombre
- Dirección
- Teléfono
- Cantidad y descripción de la mercadería Precio unitario Precio total
- Condiciones de entrega, plazo y forma de pago, incluyendo el Incoterm.
- Plazo de validez.
- Firma del exportador.

CUADRO N°. 5: MODELO DE FACTURA PROFORMA**FACTURA PROFORMA / PROFORMA INVOICE****REMITENTE**

Empresa: Empresa "EL ALCE"
 Contacto: Cesar Arturo Puente Guijarro
 Dirección: cantón Guano
 Teléfono: 032900279

DESTINATARIO

Empresa: Empresa RIPLEY
 Contacto: José Manuel Cevilla
 Dirección :Avda. Kennedy N° 5413, piso 6, Edificio Cerro Colorado, comuna Las Condes, Santiago.
 Teléfono: (56 2) 2678 5060

Guía n°

ítem	Descripción detallada de los bienes ítem x ítem (Evitar colocar no de artículo)	Cantidad por unidad	Valor unitario en \$	Valor total en \$
01	Carteras de cuero	11196	35,71	399,809.16

Total piezas: 11196

Total \$ 399,809.16

Peso total: 5.038 kilogramos

Empresa "EL ALCE" certifica que la información declarada en esta factura proforma es verdadera y correcta y que los contenidos de este envío corresponden a los declarados en esta factura proforma.

Empresa "EL ALCE" autoriza a DHL a ejecutar cualquier documento adicional necesario para la exportación de la mercadería aquí declarada.

Empresa "EL ALCE" hereby certify that the information on this invoice is true and correct and that the contents of this shipment are as slated above.

Empresa "EL ALCE" do hereby authorize DHL Corporation to execute any additional documents necessary for the export of merchandise described herein on my/our behalf.

Firma _____

Fecha _____

Aclaración _____

Fuente: adexdatatrade.com

Elaborado por: La autora

4.5.23.2 Factura Comercial:

Es emitida por el exportador, y contiene:

- Los nombres del Exportador e Importador, con sus respectivas direcciones y datos.
- Los detalles técnicos de la mercadería
- Fecha y lugar de emisión
- La unidad de medida
- Cantidad de unidades que se están facturando
- Precio unitario y total de venta
- Moneda de venta,
- Condición de venta,
- Forma y plazos de pagos,
- Peso bruto y neto,
- Marca,
- Número de bultos que contiene la mercadería y
- Medio de transporte
- Firmada al pie por alguna persona responsable de la empresa o del sector de Comercio Exterior.

CUADRO N°. 6: MODELO DE FACTURA COMERCIAL

EMPRESA EXPORTADORA: empresa "EL							
Dirección: Cantón Guano							
Teléfono / Fax: 032900279							
E-mail : cuerosalce@yahoo.com							
Señores				Nombre de Contacto: José ManueL			
EMPRESA IMPORTADORA: RIPLEY							
Dirección: Avda. Kennedy N° 5413, piso 6, Edificio Cerro Colorado, comuna Las Condes, Santiago				Nuestra referencia: 001			
Atención				N° Cliente: 001			
INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N°				N° de Orden de pedido: 001			
La mercancía ha sido enviada en: transporte				Fecha			
Dimensiones Embalaje: 1 m x 1 m x 0.5 m							
Grossweight (peso Bruto): 1884,38 kg.							
Netweight (Peso Neto): 1875 kg.							
Marks (marcas): N/A							
Vía:							
Made in Ecuador							
Ítem	Cantidad	Unid	Descripción de mercaderías	Partida arancelaria	Moneda	Precio Unitario	Precio total
01	11196	Unid.	Carteras de cuero	420221	Dólar de Estados Unidos	\$35,71	\$ 399,809.16
INCOTERM: FOB				TOTAL FACTURADO			\$ 399,809.16

Fuente: adexdatatrade.com

Elaborado por: La autora

4.5.23.3 Carta de Porte:

Es el documento más importante en la carga terrestre dado que cumple las mismas funciones que el conocimiento de embarque marítimo, es decir que concede la titularidad de la mercadería al poseedor del mismo; por lo general, este es emitido por la compañía de transporte terrestre, y en el figuran los siguientes datos:

- Exportador.
- Consignatario.
- Importador.
- Lugar y fecha de emisión.
- Detalle de la carga: peso, cantidad, volumen, bultos, descripción.
- Flete, si es pagado o pagadero en destino y monto.
- Ruta y plazo del transporte.
- Marcas y números.
- Aduana de salida del país exportador y aduana de entrada del país importador.
- Formalidades para el despacho de la mercadería.
- Declaración del valor de la mercadería.
- Documentos anexos (copias de factura, certificados, etc.)
- De acuerdo a los requerimientos bancarios y de lo oportunamente acordado entre el exportador y el importador, los documentos originales de la mercadería pueden viajar con el medio de transporte o ser enviados por separado.

CUADRO N°. 7: MODELO DE CARTA DE PORTE

CARTA DE PORTE					
ORIGEN:				DESTINO:	
REMITENTE			CONSIGNATARIO		
CALLE Y NUMERO			CALLE Y NÚMERO		
RFC		E-MAIL		RFC	
RFC		E-MAIL		E-MAIL	
CONTACTO		TELÉFONO		CONTACTO	
CONTACTO		TELÉFONO		TELÉFONO	
FACTURAR A (SI ES DIFERENTE AL CLIENTE ESPECIFIQUE):			NÚMERO DE R.F.C.		
CALLE Y NUMERO:			CONTACTO PAGO		E-MAIL
CIUDAD:		ESTADO		NÚMERO DE CLIENTE	
NUMERO DE PIEZAS	TIPO DE EMBALAJE	CONTENIDO GENÉRICO DECLARADO POR EL REMITENTE NUEVO O USADO		PESO BRUTO	VOLUMEN EN M³
VALOR DECLARADO					
INFORMACIÓN ADICIONAL PRIMERA VENTA					
MERCANCÍA NACIONAL:		SI ()	NO ()	VALOR TOTAL DECLARADO POR PARTE DEL CLIENTE:	
DE IMPORTACIÓN:		SI ()	NO ()	0,00	
RECIBIDO EL EMBARQUE POR.....:			SE PAGARÁ A LOS 15 DÍAS FECHA FACTURA EN UNA SOLA EXHIBICIÓN		
NOMBRE		FECHA	FIRMA		TARIFA DE SERVICIOS BÁSICOS
					FLETE
					\$0,00
					TOTAL DE OTROS
					\$0,00
					SUB-TOTAL
					\$0,00
					IVA DE % (según sea el caso)
					\$0,00
					TOTAL DE FLETE Y OTROS
					\$0,00
					SEGURO OPCIONAL
					\$0,00
					IVA DEL SEGURO %
					\$0,00
					TOTAL DEL SEGURO MAS IVA
					\$0,00
					GRAN TOTAL A FACTURAR
					\$0,00
CANTIDAD CON LETRA:					
FECHA COMPROMISO DE ENTREGA:					
EL REMITENTE ACEPTA LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES ESTABLECIDAS EN EL PRESENTE DOCUMENTO					
POR EL REMITENTE			ENTREGA EN DESTINO		
NOMBRE :				NOMBRE:	
				FIRMA:	
FECHA		FIRMA		FECHA Y HORA DE RECEPCIÓN :	
OBSERVACIONES CLIENTE:					

Fuente: adexdatatrade.com

Elaborado por: La autora

5.5.23.4 Lista de Empaque - Packing List

Su finalidad es informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, de acuerdo a como se encuentra embalada; la emite el exportador en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

- Datos del exportador.
- Datos del importador.
- Marcas y números de los bultos.
- Lugar y fecha de emisión.
- Modo de embarque
- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería.
- Total de los pesos brutos y netos.
- Tipo de embalaje.
- Firma y sello del exportador.

Habitualmente, este documento no es muy exigido en las operaciones de comercio internacional, dependiendo éste factor de la naturaleza de las mercaderías.

Por lo general, se lo solicita en grandes embarques, o en aquellos donde existen variedad de tipos de mercadería.

Si el embarque contiene un solo tipo de mercadería, este documento puede ser obviado.

CUADRO N°. 8: LISTA DE EMPAQUE - PACKING LIST

Lista de Empaque / Packing List						
Fecha: 01/02/2015						
Exporter:			Consignee:			
NOMBRE: empresa "EL ALCE"			NOMBRE: RIPLEY			
DIRECCIÓN : Canton Guano- provincia Chimborazo			DIRECCIÓN: Avda. Kennedy			
N° 5413, piso 6, Edificio Cerro Colorado, comuna Las Condes, Santiago						
PAÍS: Ecuador			PAÍS: Chile			
Incoterms: FOB			Notify:			
Peso Bruto: 5.038 kg						
Peso Neto: 5875 kg						
M. Cúbicos: 9,5 m3						
Forma de Pago: carta de crédito						
Plazo de Pago: N/A						
Puerto de embarque: Puerto de Guayaquil						
Puerto de destino: Puerto de Valparaíso						
ÍTE M	CAJA S	DESCRIPCIÓN	P. BRUTO	P. NETO	M3	CAJAS
01	13	Frascos de mermelada	5.038 kg	5875 kg	6,5	112
OBSERVACIONES: no requiere refrigeración						

Fuente: adexdatatrade.com

Elaborado por: La autora

4.17 TOP DOWN

El top Down nos sirve para determinar el precio de exportación del producto. Para determinar dicho precio hemos tomado en cuenta la partida arancelaria de nuestro producto, FODINFA del 0,05%. Antes de calcular estos tributos sumamos costo de flete y seguro. A continuación la siguiente tabla.

TABLA N° 27: GASTOS DE PRODUCCIÓN DE CARTERAS DE CUERO DE LA EMPRESA EL ALCE

GASTOS DE PRODUCCION	MENSUAL	COSTO POR UNIDAD	TOTAL
MANO DE OBRA (24)	10260	0,92	11,00
MATERIA PRIMA		2	2
SUMINISTROS Y MATERIALES		0,13	0,13
MAQUINARIA	7000	0,63	7,50
SERVICIOS BASICOS	80	0,01	0,09
TOTAL			20,72

Fuente: Empresa el Alce Cia. Ltda.
Elaborado por: Autora.

TABLA N° 28: GASTOS INTERNOS DE LA EMPRESA EL ALCE

GASTOS INTERNOS	CANTIDAD	IMPORTE
FLETE (0,0,08 cent X cartera)	11196	895,68
SEGURO (1%)		1500
GASTOS DE DESPACHO		150,00
OTROS GASTOS		50,00
TOTAL GASTOS INTERNOS		2595,68

Fuente: Empresa el Alce Cia. Ltda.
Elaborado por: Autora.

TABLA N° 29: TOP DOWN

	CANTIDAD	IMPORTE
EXPORTACION	11196 Carteras	231981,12
Gastos Internos		2595,68
VALOR FOB		234576,80
IVA 14%		32468,40
UTILIDAD 50%		117288,40
TOTAL FOB SI IMPUESTOS		384333,60
FODINFA (0,5%)		1921,67
TOTAL FOB		386255,27
Transporte Marítimo		1400
VALOR CFR		387655,27
SEGURO 2% ESTIMADO		600
TOTAL VALOR CIF		388255,27
COSOTO FINAL POR CADA CARTERA	11196 Carteras	34,50

Fuente: Empresa el Alce Cia. Ltda.

Elaborado por: Autora.

TABLA N° 30: GASTOS DE EXPORTACIÓN

GASTOS DE EXPORTACION	
Flete	895,68
Seguro	1500
Gasto de Despacho	150
Otros Gastos	50
Costos de producción	41313,24
TOTAL GASTOS DE EXPORTACION	43908,92

Fuente: Empresa el Alce Cia. Ltda.

Elaborado por: Autora.

4.18 ESTADOS FINANCIEROS

El estudio financiero busca dar una idea de cómo estarán estructurados los principales costos y las inversiones necesarias que se tendrá que realizar para la realización de la exportación de la mermelada de mora, basados en los datos obtenidos previamente.

4.18.1 Objetivo

Determinar las fuentes de financiamiento necesario para ejecutar el proyecto de exportación de Carteras de la Empresa “ALCE”, para de esta manera determinar la distribución de los recursos y rendimiento económico de los mismos.

4.18.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

En el presente trabajo de titulación se expone información que será estudiada con el fin de conocer los beneficios económicos que se obtendría llevando a cabo la actividad de exportación de Carteras de la Empresa “ALCE” hacia el mercado de Santiago de Chile, destacando que dentro de cada Estado Financiero se encuentra realizado en un período contable que va desde el mes de enero a diciembre del 2015, las cifras que observamos son estimados, ya que la Empresa “ALCE” maneja sus estados financieros de manera interna, lo cual fue un impedimento en la obtención de manera ágil de dichos estados.

Con lo expuesto anteriormente podremos observar los siguientes Estados Financieros como son: Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados y Flujo de Efectivo. De tal manera que con estas cifras se aplicará indicadores financieros como el VAN y el TIR, Relación Beneficio / Costo y el tiempo de recuperación, que ayudarán a tomar una decisión de llevar a cabo o no el proyecto.

4.18.2.1 ESTADO DE SITUACION INICIAL

Este Estado de Situación Financiera comúnmente llamado Balance General, es el que refleja el estado financiero de la empresa en un determinado periodo de tiempo, muestra cuentas reales como: activo, pasivo y patrimonio. Demostrando así el principio básico de contabilidad la “Partida Doble”, donde el activo y el pasivo son iguales.

TABLA N° 31: BALANCE GENERAL

EMPRESA EL ALCE CIA. LTDA.				
BALANCE GENERAL				
AL 31 DE DICIEMBRE 2015				
ACTIVO				
ACTIVO CORRIENTE				241166,25
caja- bancos			6613,15	
Clientes			107430,69	
provisiones incobrables			-3342,90	
varias cuentas por cobrar			1070,03	
CT retención imp. A la Renta			2570,37	
inventario de materia prima			44243,66	
inventario de productos en proceso			3410,37	
inventario de producto terminado			79170,88	
ACTIVO FIJO				
ACTIVO FIJO DEPRECIABLE				173716,42
maquinaria y equipo			141742,62	
muebles y enseres			6586,34	
equipo de computo			14985,52	
otras propiedades, planta y equipo			73621,40	
Depreciación acumulada de activos fijos			-63219,46	
TOTAL ACTIVO				414882,67
PASIVO				
PASIVO CORRIENTE				208732,30
Proveedores y ctas. Por pagar			57909,52	
Sueldos por pagar			14795,30	
provisiones sociales por pagar			16182,50	
IEES por pagar			5417,39	
impuestos por pagar			64061,65	
préstamos bancarios			50365,94	
PATRIMONIO				206150,37

capital social			2300		
reserva legal y estatutaria			3785,97		
aporte capital futuras capitalizaciones			94198,31		
resultado de ejercicios anteriores			46779,48		
resultado del ejercicio			59086,61		
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO					414882,67

Fuente: Empresa el Alce Cia. Ltda.

Elaborado por: Autora.

4.18.2.2 ESTADO DE RESULTADOS SIN EXPORTACIÓN

El Estado de Resultado refleja el rendimiento económica de la empresa, con el fin de conocer si existe utilidad o pérdida durante un período de tiempo, en este caso al 31 de Diciembre del 2015, la misma que arroja una utilidad neta de \$ 239,787,90. Cabe destacar que en la presente utilidad no se ha tomado en cuenta la proyección de exportación.

TABLA N° 32: ESTADO DE RESULTADOS

EMPRESA EL ALCE CIA. LTDA.

ESTADO DE RESULTADOS				
AL 31 DE DICIEMBRE 2015				
INGRESOS OPERACIONES				
VENTAS				612445,35
ventas tarifa 12%			611814,47	
ingresos tarifa 0% IVA			630,88	
COSTO DE VENTAS				203411,09
COSTO DE MATERIALES			256817	
inventario inicial MP		70673,38		
compras MP		274638,86		
inventario final MP		88495,24		
MANO DE OBRA DIRECTA UTILIZADA			148786,16	
sueldos y salarios		109979,08		
beneficios sociales		38807,08		
GASTOS DE FABRICACIÓN INDIRECTO			29708,85	

servicios ocasionales		881,29		
mantenimiento de maquinaria y equipo		3160,15		
seguros de planta		735,33		
gastos de compras		161,43		
mantenimiento de vehículos		86,25		
fuerza eléctrica		5354,61		
Troquelería		1272,03		
Evillas		1433,15		
atención al personal		348,20		
muestras para moldaje		185,73		
depreciaciones		16090,70		
inventario inicial producto termina		104091,96		
inventario final terminado		79175,88	24916,10	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS				409034,25
GASTOS OPERACIONALES				45535,91
Sueldos y salarios administración y ventas		20920,74		
Beneficios sociales administración y ventas		7181,74		
transporte de ventas		2896,00		
honorarios profesionales		4362,56		
gastos legales		85,73		
mantenimiento de oficinas		183,43		
materiales de oficina		1632,59		
teléfono, internet, fax,		3093,26		
mantenimiento de activos fijos administrativos		99,91		
Provisiones ctas. incobrables		839,62		
depreciaciones activos fijos administrativos y ventas		4240,36		
UTILIDAD OPERACIONAL				363498,35
GASTOS NO DEDUCIBLES				1806,22
varios gastos no deducibles		1806,22		
OTROS INGRESOS				21,10
intereses ganados		21,10		
UTILIDAD ANTES DE DISTRIBUCIÓN SOCIOS				361671,03

15% REPARTICION DE TRABAJADORES			54250,65
22% IMPUESTO A LA RENTA			67632,48
UTILIDAD DEL EJERCICIO			239787,90

Fuente: Empresa el Alce Cia. Ltda.

Elaborado por: Autora.

4.19 FLUJO DE EFECTIVO

Este estado financiero muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación, en la mayoría de las empresas la generación de efectivo es de suma importancia, porque ayuda a determinar la capacidad de la empresa, para generar el efectivo que le permita cumplir con sus obligaciones inmediatas y directas, para sus proyectos de expansión. En el presente flujo de efectivo de la empresa están incluidos ya los gastos de exportación.

TABLA N° 33: FLUJO DE VENTAS

EMPRESA EL ALCE CIA. LTDA.						
HOJA DE FLUJOS						
AL 31 DE DICIEMBRE 2015						
AÑOS	1	2	3	4	5	6
VENTAS	612445,35	633146,00	676670,00	747629,64	853950,35	1008359,19
Ventas de Exportación	386255,27	399310,70	426760,29	471512,90	538566,94	635949,06
(-) COSTOS DE VENTAS	203411,09	210286,38	224741,98	248309,76	283621,99	334905,70
(=) UTILIDAD BRUTA	795289,53	822170,31	878688,31	970832,78	1108895,30	1309402,55
(-) Gastos Administrativos	45535,91	47075,02	50311,08	55586,99	63492,04	74972,49
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	749753,62	775095,29	828377,23	915245,78	1045403,26	1234430,06
(-) Gastos Financieros	-	-	-	-	-	-
(-) Gastos de Exportación	43908,92	45393,04	48513,47	53600,88	61223,48	72293,74
(-) Gastos no Deducibles	1806,22	1867,27	1995,63	2204,90	2518,47	2973,85
(+) Otros Ingresos	21,1	21,81	23,31	25,76	29,42	34,74
(=) UTILIDAD ANTES DE REPARTICION	704017,38	727813,17	777844,82	859414,24	981631,89	1159127,73
(-) 15% Repartición a Trabajadores	105602,61	109171,97	116676,72	128912,14	147244,78	173869,16
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	598414,77	618641,19	661168,10	730502,11	834387,10	985258,57
(-) 22% Impuesto a la Renta	131651,25	136101,06	145456,98	160710,46	183565,16	216756,89
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	466763,52	482540,13	515711,11	569791,64	650821,94	768501,69

Fuente: Empresa el Alce Cia. Ltda.
Elaborado por: Autora.

4.20 INDICADORES FINANCIEROS

Como su nombre mismo lo dice son indicadores extraídos de los estados financieros, cifras que por sí solas no se las puede interpretar pero una vez ya relacionados todos podemos determinar la factibilidad del proyecto.

Para lo cual para el proyecto se ha considerado los siguientes indicadores:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Relación Beneficio/Costo (B / C)

4.20.1 Valor Actual Neto

Es la evaluación de los flujos de fondos en términos de sus valores en el tiempo. El valor actual neto “VAN”, conocido también como el valor presente neto “VPN”, compara a todos los ingresos y egresos en un solo momento del tiempo. Permite conocer la cantidad máxima que una compañía estaría dispuesta a invertir en un proyecto.

Según el Banco central del Ecuador la Tasa pasiva, así como la Tasa de Oportunidad en el mes de Noviembre del 2015, han sido del 4% y la inflación del 3,38% anual. Las mismas que será nuestra tasa de descuento para el cálculo del VAN1 y VAN2.

Fórmula:

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

Dónde:

FN= Flujo neto

I= Tasa de interés

n= Número de años que dura el proyecto

I_o= Inversión inicial

Desarrollo:

TASA PASIVA	INFLACION	TREMA
0,4	3,38%	7,38

VAN₁

$$VAN_1 = \left[\frac{466763.52}{1,00} + \frac{482540013}{1,08} + \frac{515711.11}{1,16} + \frac{569791.64}{1,25} + \frac{650821.94}{1,35} + \frac{768501.69}{1,45} \right] - 267045.20$$

$$VAN_1 = [466763.52 + 344671.52 + 263117.92 + 207650.02 + 169414.29 + 142890.92] - 267045.20$$

$$VAN_1 = 1594508.19 - 267045.20$$

$$VAN_1 = \mathbf{1327462.99}$$

Como se puede observar, en el VAN₁ obtenemos como resultado \$ 1327462,99 lo que determina que el proyecto de exportación de Carteras para damas de la Empresa “ALCE”, hacia el mercado de Santiago de Chile es factible.

VAN₂

$$VAN_2 = \left[\frac{466763.52}{1,00} + \frac{482540.13}{1,35} + \frac{515711.11}{1,83} + \frac{569791.64}{2,48} + \frac{650821.94}{3,36} + \frac{768501.69}{4,54} \right] - 267045.20$$

$$VAN_2 = [466763.52 + 356512.84 + 281507.50 + 229795.38 + 193922.92 + 169181.75] - 267045.20$$

$$VAN_2 = 1697683.92 - 267045.20$$

$$VAN_2 = \mathbf{1430638.72}$$

4.20.2 Tasa interna de retorno TIR

La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje. (Iturrioz del Campo , 2016)

Fórmula:

$$TIR = I_1 + (I_2 - I_1) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

Dónde:

I₁= 4%

I₂= 35%

VAN₁= Valor actual neto obtenido con el I₁

VAN₂= Valor actual neto obtenido con el I₂

Desarrollo:

I₁= 0,4

I₂= **0,35**

VAN 1= **1327462,99**

VAN 2= **1430638,72**

TIR= **0,38**

TIR	TREMA	TIR DEL PROYECTO
38	7,38%	31%

La Tasa Interna de Retorno de éste proyecto es del 38%, con el cálculo de éste índice podemos concluir que el proyecto a más de ser rentable, nos garantiza una recuperación inmediata de su inversión.

4.20.3 Relación Beneficio / Costo RB/C

La relación Beneficio-Coste (B/C) compara de forma directa los beneficios y los costes. Para calcular la relación (B/C), primero se halla la suma de los beneficios descontados, traídos al presente, y se divide sobre la suma de los costes también descontados. Para una conclusión acerca de la viabilidad de un proyecto, bajo este enfoque, se debe tener en cuenta la comparación de la relación B/C hallada en comparación con 1, así tenemos lo siguiente:

B/C > 1 indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente el proyecto debe ser considerado.

B/C=1 Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.

B/C < 1, muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar. (Ucañán Leyton, 2015)

Fórmula

$$RB/C = \frac{VN + VAN}{C}$$

Dónde:

RB/C= Relación Beneficio Costo

VN= Ventas Netas

VAN= Valor Actual Neto

C= Inversión Inicial

Desarrollo:

$$RB/C 1 = \frac{650614,19 + 1303091,53}{267045,20}$$

$$RB/C 1 = \frac{2326163,61}{267045,20}$$

$$\begin{array}{r}
 \text{RB/C 1} = \frac{267045,20}{8,71} \\
 \text{RB/C 2} = \frac{650614,19 + 1561486,45}{267045,20} \\
 \text{RB/C 2} = \frac{2429339,34}{267045,20} \\
 \text{RB/C 2} = 9,10
 \end{array}$$

En cálculo de la Relación Beneficio /Costo (RB/C) tanto los valores obtenidos en el RB/C₁ y el RB/C₂ son mayores de cero, RB/C > 0, es decir el proyecto es factible, debido a que obtendrá un beneficio por lo invertido.

4.20.4 Período de recuperación de la inversión - PRI

Es la relación entre la inversión neta de capital y el flujo neto de efectivo promedio durante la vida del proyecto. El periodo de recuperación determina el número de períodos en que se recupera la inversión. A menos número de períodos, más atractiva la inversión y viceversa. Esta medida es muy utilizada en el mercado bursátil.

Fórmula:

PRI = inversión neta / flujo neto efectivo promedio

AÑOS						TOTAL	INVERSION
466763,52	482540,13	515711,11	569791,64	650821,94	768501,69	3454130,04	267045,20

TOTAL =	3187084,84
---------	------------

3187084,84	12
267045,20	

X=	267045,20 * 12
	3187084,84

X=	3204542,4
	3187084,84

X=	1,1
----	-----

El proyecto de exportación de Carteras Para damas de la Empresa de “ALCE” comercializadora de Carteras de Cuero, hacia el mercado de Santiago de Chiles, la inversión se recuperará en un periodo de 1 años y 1 meses.

4.20.5 CALCULOS ADICIONALES

- ✓ ¿Cuánto gana por año?
- ✓ Cuanto incrementa en utilidades?
- ✓ Cuanto requiere exportar cada año?
- ✓ Cuáles son las proyecciones en ventas e ingresos anuales?

TABLA N° 34: PROYECCIONES

CUANTO GANA POR AÑO	GANANCIA EN UTILIDADES	INCREMENTO EN UTILIDADES (%)	CANTIDAD	REQUERIMIENTO DE EXPORTACION POR AÑO (%)
AÑO 1 - AÑO 2	15776,61	3,38	13055,43	3,27
AÑO 2 - AÑO 3	33170,99	6,87	27449,59	6,43
AÑO 3 - AÑO 4	54080,53	10,49	44752,62	11,21
AÑO 4 - AÑO 5	81030,30	14,22	67054,04	16,79
AÑO 5 - AÑO 6	117679,75	18,08	97382,12	24,39

CONCLUSIONES

La empresa EL ALCE cia Ltda. Posee maquinaria que no se la utiliza en un 100%, pudiéndose aprovechar para cubrir posibles demandas potenciales, destacando también que su infraestructura se encuentra en óptimas condiciones que permitiría un aumento de producción en su capacidad actual.

Se ha podido determinar que la demanda potencial de la cartera que requiere nuestro hermano país de Chile, lo que significa que en un inicio no obtendremos una rentabilidad deseada pero si una aceptación por parte del mercado de Santiago de Chile – Chile.

La empresa “EL ALCE” y la empresa de carteras, han llegado a un acuerdo de negociación internacional a través de los Incoterms 2010 al cual se ha considerado el Incoterm FOB para este negocio, dicha responsabilidad llegaría hasta el puerto de Valparaiso– Chile.

Analizados los Estados Financieros de la Empresa “EL ALCE”, se indica que el proyecto refleja una factibilidad en su ejecución, considerando que la Tasa Interna de Retorno es del 38% %, siendo la misma atractiva para cualquier inversionista.

RECOMENDACIONES

La empresa “EL ALCE” mejore las condiciones de uso de la maquinaria para de esta manera obtener un provecho y se haga posible el cumplimiento de demandas potenciales, todo esto aprovechando en su máxima capacidad sus máquinas.

Presentar al mercado meta un producto que cumpla parámetros internacionales, siendo este un indicador de aceptación y satisfacción a la vista por parte de nuestro mercado meta.

Considerar todos los aspectos importantes que se requiere para el acceso de nuestro producto hacia el mercado chileno

Ejecutar el Plan de Exportación de carteras , hacia la ciudad de Santiago de Chile – Chile. En este caso la Empresa “RIPLEY” demanda de 11196 de carteras, considerando que dicha actividad incrementará las ganancias de la empresa “EL ALCE”.

BIBLIOGRAFÍA

- Chacholíades, M. (1992) *Economía internacional*. Madrid: McGraw-Hill.
- Dios, J. (1994). *Transporte Internacional de Mercancías*. Madrid: McGraw-Hill.
- Morales, N. (2013). *Diseño y Evaluación de Proyectos*. Riobamba: UNACH.
- Valera, A. (2007). *Manual Práctico de la Operación de Comercio Exterior*. Valera: *Aduanas*.
- ProEcuador (2009). *Documentos de exportación*. Quito: ProEcuador
- Dáuregui, A. (2002). tipos-competencia-economía. Obtenido de [http://www.gestiopolis.com/diversos- /](http://www.gestiopolis.com/diversos-/)
- Biblioteca Universidad de Alcalá. (2015). *Fuentes de Información*. Recuperado el 14 de 12 de 2015, de http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/tipos_de_fuentes_de_informacin.html
- Arguello, A (2007). *Proyecto para la Elaboración e Implementación de un Plan de Marketing para la oferta exportable de sombreros de cuero Ecuatoriano para el mercado Estadounidense*. Guayaquil. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3849/1/6376.pdf>
- Asamblea Nacional. (2010) Comercio e Inversiones.. Quito : Asamblea nacional.
- Chabot, M. (2015). Guía de viajes. Obtenido de <http://www.visitichile.com/es/guias-chile/guia-de-viaje/sobre-chile.htm>
- Consumoteca. (2014). *Comprador*. Obtenido de: <http://www.consumoteca.com/familia-y-consumo/consumo-y-derecho/comprador/>
- Crenegocios. (2008). Valor agregado . Obtenido de: <http://www.crecenegocios.com/valor-agregado/>
- Efrén, P. (2012). *El cuero*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos36/curtido-de-cuero/curtido-de-cuero.shtml>
- Eumed. (2014). *Economía de Ecuador*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2014/comercio-internacional.html>
- Thompson, I. (2006). *Demanda* Obtenido de <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Larousse. (2007). *Diccionario Manual de la Lengua Española*. Obtenido de <http://es.thefreedictionary.com/curtir>

- Mipymes. (2011). Boletín mensual de análisis mensual de pimes. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/dvwqb97pv9quz2d9pwwqomo3wnqad7.pdf>
- Normas 9000 . (2008). Normas 9000. Recuperado el 12 de 01 de 2015, de <http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>
- Ochoa, J. (2009). *Definición de materia prima..* Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/14998597/Concepto-y-definicion-de-materia-prima#scribd>
- Orozco, D. (2015). *Definición de Proyecto.* Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/proyecto/>
- ProEcuador. (2013). *Barreras arancelarias.* Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>
- Renata. (2010). *Tipos de Bolsos.* Obtenido de <http://www.imujer.com/2010/09/02/tipos-de-bolsos>
- Salgadoanoni. (2010). *La observación.* Obtenido de <http://www.salgadoanoni.cl/wordpressjs/wp-content/uploads/2010/03/la-observacion.pdf>
- Sierra, J. (2013). *Historia del cuero.* Obtenido de <http://www.micuerdo.com/informacion-sobre-el-cuero/historia>
- Suarez, A. (2012). *Industrias Ecuatorianas.* Obtenido de <http://arielindustriasecuadorianas.blogspot.com/>
- Ucañán, R. (2015). *Cálculo de la relación Beneficio Coste (B/C).* Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/calculo-de-la-relacion-beneficio-coste/>

