



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**Sede Santo Domingo**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACION Y ADUANAS**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:  
**INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS**

**"INCIDENCIA EN EL MARGEN DE RENTABILIDAD POR LAS  
EXPORTACIONES AL PERÚ DEL CALZADO DEPORTIVO YANS, 2015"**

**Estudiante:**

SUSAN YINLI CHEN MENDOZA

**Director del trabajo de titulación:**

ING. CARLOS LIZANO, MBA.

**Santo Domingo, Ecuador**

**Agosto, 2016**

**“INCIDENCIA EN EL MARGEN DE RENTABILIDAD POR LAS EXPORTACIONES AL PERÚ DEL CALZADO DEPORTIVO YANS, 2015.”**

Ing. Carlos Lizano Arauz, MBA  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

---

**APROBADO**

Ing. Jacinto Vera Intriago, MBA.  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

Ing. Luly Tapia, MSc.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

Ing. Ángela Barba, MSc  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

Santo Domingo.....de.....del 2016

**Autora:** CHEN MENDOZA SUSAN YINLI

**Institución:** UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

**Título del Trabajo:  
de Titulación** INCIDENCIA EN EL MARGEN DE RENTABILIDAD  
POR LAS EXPORTACIONES AL PERÚ DEL CALZADO  
DEPORTIVO YANS, 2015.

**Fecha:** AGOSTO, 2016

El contenido del presente trabajo, está bajo la responsabilidad de la autora el mismo que no ha sido plagiado.

Suyicheng  
Susan Chen Mendoza 陈东

---

**SUSAN YINLI CHEN MENDOZA**  
C.C. 091710656-9

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**Sede Santo Domingo**

**INFORME DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Santo Domingo, 16 de agosto de 2016

Ingeniero  
Jacinto Vera Intriago, MBA.  
**COORDINADOR DE LA FACULTAD  
DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
Presente.-

Informo que el trabajo de titulación realizado por la Señorita: **SUSAN YINLI CHEN MENDOZA**, cuyo título es “**INCIDENCIA EN EL MARGEN DE RENTABILIDAD POR LAS EXPORTACIONES AL PERÚ DEL CALZADO DEPORTIVO YANS, 2015**”, ha sido elaborado bajo mi supervisión y revisado en todas sus partes, el mismo que no ha sido plagiado por lo cual autorizo su respectiva presentación.

Particular que informo para fines pertinentes.



Ing. Carlos Lizano Arauz, MBA  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**



**FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO**  
**TRABAJO DE TITULACIÓN**

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	091710656-9
APELLIDO Y NOMBRES:	Chen Mendoza Susan Yinli
DIRECCIÓN:	"Urb. El Portón Consejo Provincial"
EMAIL:	suyichme@gmail.com
TELÉFONO FIJO:	023-746-168
TELÉFONO MOVIL:	0990593028/0993410652


DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"Incidencia en el margen de rentabilidad por las exportaciones al Perú del Calzado Deportivo YANS, 2015"		
AUTOR O AUTORES:	Susan Yinli Chen Mendoza		
FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:	Agosto, 2016		
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:	Ing. Carlos Lizano, MBA		
PROGRAMA	PREGRADO	<input checked="" type="checkbox"/>	POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Comercio Exterior, Integración y Aduanas		
RESUMEN:	<p>El presente trabajo de titulación tiene como objetivo evaluar la incidencia en el margen de rentabilidad por la exportación al Perú del calzado deportivo Yans en relación a la comercialización nacional, dicha comercialización se ha venido realizando desde tres años en el mercado ecuatoriano, donde hemos obtenido una gran acogida y demanda por parte del consumidor ecuatoriano.</p> <p>La recopilación de los datos respectivos para la investigación realizada se obtuvieron, de forma primaria en la fábrica encargada de la producción del calzado con mano de obra ecuatoriana, y segundo desde la distribuidora Punto de Fábrica de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas encargada de la distribución nacional.</p> <p>La comercialización nacional del calzado deportivo durante su tiempo de distribución en el mercado nacional, ha aumentado su demanda, por su calidad y bajo costo; por lo que la fábrica aumento la cantidad de producción (aumentado su oferta) diaria, para abastecer el mercado.</p> <p>Debido a que la mayoría de calzado deportivo que el consumidor obtiene en el mercado es importado, por reconocimientos internacionales, gustos, entre más; la producción de calzado ecuatoriano ha sido disminuida, ya que los consumidores no confían el 100% en nuestros productos y prefieren los extranjeros.</p> <p>Se entrega al Colectivo una investigación que va a contribuir al crecimiento económico del mercado</p>		



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

	nacional, generación de fuentes de trabajo, al aumento de producción de mercaderías 100% ecuatorianas, la creación de más industrias de calzado con inversionistas extranjeros o nacionales, aumentar la presencia de nuestros productos a nivel internacional, incrementación de las ventas nacionales, incrementación de la oferta exportable.
<b>PALABRAS CLAVES:</b>	<b>Rentabilidad, Comercio Nacional e Internacional.</b>
<b>ABSTRACT:</b>	<p>This work has as objective to assess the impact on profitability for the export of sports footwear “Yans” to Peru in relation to the national marketing. This marketing has been carrying out since three years in the Ecuadorian market, and it has great acceptance by the Ecuadorian consumer.</p> <p>The collection of data was obtained, primary form at the factory in charge of production of footwear with labor in Ecuador, and second from the distributor point of factory in the city of Santo Domingo of the Tsáchilas responsible for national distribution.</p> <p>The collection of data was obtained from the factory of production of the footwear which has Ecuadorian labor and from the distributor that is the factory in the city of Santo Domingo which is in charge of the national distribution.</p> <p>The national marketing of sports footwear during the time of distribution in the national market has increased their sales because of quality and low costs; for this reason the factory has increased the quantity of production (increased its offer) daily, to supply the market.</p> <p>Due to the fact that the majority of sports footwear that the consumer gets in the market is imported because of international recognitions tastes, and so on, the Ecuadorian footwear production has been reduced, since that consumers do not trust the 100% in Ecuadorian products and they prefer those that are foreign.</p> <p>It is delivered to the Community this work which will contribute to the economic growth of the national market, generation of sources of employment, the 100% of Ecuadorian production, more industries of footwear with foreign or national investors, the presence of Ecuadorian products at the international level, Increase in domestic sales, increase in the exportable supply.</p>
<b>KEYWORDS</b>	<b>Profitability, National and International Trade.</b>

Se autoriza la publicación de este Trabajo de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f:   
**SUSAN YINLI CHEN MENDOZA**  
**C.C.091710656-9**



## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **CHEN MENDOZA SUSAN YINLI**, CC.09171065-9, autora del Trabajo de Titulación titulado: "**Incidencia en el margen de rentabilidad por las exportaciones al Perú del calzado deportivo Yans, 2015**", previo a la obtención del título de **Ingeniera en Comercio Exterior, Integración y Aduanas** en la Universidad Tecnológica Equinoccial Sede Santo Domingo.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Santo Domingo, 18 de agosto de 2016

f: \_\_\_\_\_

*Susanne  
Susan Chen Mendoza B.E.*

**SUSAN YINLI CHEN MENDOZA**  
**C.C. 091710656-9**

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios por haber culminado con éxito todas las metas que me propuse ya que al realizarlas con perseverancia, constancia y fuerza de voluntad cumplí cada una de ellas.*

*A mis padres y familiares que con amor, comprensión y ejemplo, fueron mi mayor fuente de inspiración, la cual me impulso a seguir adelante y convertirme en una mujer con valores éticos y morales que deben ir junto a todo profesional.*

*Al Ing. Carlos Lizano, Director del Trabajo de Titulación, mi reconocimiento especial, por su valiosa orientación, paciencia y colaboración que han sido de gran ayuda para el desarrollo y culminación de este proyecto.*

***Susan Yinli Chen Mendoza***



## DEDICATORIA

*Dedico el presente trabajo a mi madre Susana y a mi hermano Johnny por todo el apoyo, amor incondicional y ayuda moral que me han brindado durante todos estos años de estudio, y para la elaboración y ejecución de este proyecto.*

*A esa persona especial que con su paciencia y cariño me incentivo, fortaleció y apoyo en todo momento para poder culminar con el mayor de los éxitos este trabajo.*

***Susan Yinli Chen Mendoza***

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
Sustentación y aprobación de los miembros del tribunal.....	ii
Responsabilidad del autor.....	iii
Informe del director del trabajo de titulación.....	iv
Formulario de registro bibliográfico.....	v
Declaración y autorización.....	vii
Agradecimiento.....	viii
Dedicatoria.....	ix
Índice de contenidos.....	x
Índice de tablas.....	xiii
Índice de figuras.....	xiv
Índice de anexos.....	xv

### CAPITULO 1

#### INTRODUCCIÓN

1.1	El problema de investigación.....	1
1.1.1	Problema a investigar.....	1
1.1.2	Objeto de estudio teórico.....	1
1.1.3	Objeto de estudio práctico.....	1
1.1.4	Planteamiento del problema.....	2
1.1.5	Formulación del problema.....	2
1.1.6	Sistematización de la investigación.....	2
1.1.7	Objetivo General.....	2
1.1.8	Objetivos Específicos.....	3
1.1.9	Justificación.....	3
1.2	Marco referencial.....	4
1.2.1	Marco teórico.....	4
1.2.1.1	Resumen de investigaciones realizadas según autores, con coincidencia en el tema de investigación.....	4
1.2.1.2	Producción de industrias del calzado en el Ecuador.....	8

1.2.1.3	Exportaciones del sector cuero y calzado del Ecuador.....	15
1.2.1.4	Perfil logístico de Perú, datos a septiembre del 2015.....	22
1.2.2	Marco conceptual .....	27

## **CAPITULO 2**

### **METODO**

2.1	Metodología General .....	29
2.1.1	Nivel de Estudio .....	29
2.1.2	Modalidad de investigación.....	29
2.1.3	Método.....	29
2.1.3.1	Método Estadístico .....	29
2.1.3.2	Método Descriptivo .....	30
2.1.3.3	Método Propositivo .....	30
2.1.3.4	Método Analítico .....	30
2.1.3.5	Método Deductivo .....	30
2.1.3.6	Entrevista .....	31
2.1.3.7	Población y muestra.....	31
2.1.4	Selección instrumentos de investigación .....	31
2.1.5	Procesamiento de datos .....	32
2.2	Metodología específica.....	32
2.2.1	Metodología Legal.....	32
2.2.1.1	Leyes relacionadas.....	32
2.2.1.1.1	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) .....	32
2.2.1.1.2	Reglamento COPCI (Reforma al reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones).....	35
2.2.2	Metodología de Comercio Exterior .....	39
2.2.2.1	Requisitos para ser Exportador (PROECUADOR, PROECUADOR).....	39
2.2.2.2	Certificados de Origen.....	41
2.2.2.3	Certificado digital de firma electrónica y Token .....	44
2.2.2.3.1	Requisitos para obtener el certificado digital de firma electrónica y Token mediante Registro Civil. ....	45
2.2.2.3.2	Requisitos para obtener el certificado digital de firma electrónica y Token mediante: SECURITY DATA.....	46

2.2.2.4	Obtención de la licencia Primero Ecuador .....	47
2.2.2.5	Certificaciones y sellos privados más importantes según nuestro sector productivo (cuero y calzado) son los siguientes.-.....	48
2.2.2.6	RTE INEN 080 “ETIQUETADO DE CALZADO”, Modificatoria 1(2014-12-08) (INEN, 2014).- .....	49

### **CAPITULO 3**

#### **RESULTADOS**

3.1	Recolección y tratamiento de datos .....	52
3.1.1	O1: Analizar la comercialización nacional del calzado deportivo YAN´S. ....	52
3.1.2	O2: Determinar la oferta exportable del calzado deportivo YAN´S en relación a la comercialización Nacional.....	56
3.1.3	O3:Determinar el margen de rentabilidad del calzado deportivo YAN'S por la exportación al Perú. ....	56

### **CAPITULO 4**

#### **DISCUSION**

4.1	Conclusiones.....	67
4.2	Recomendaciones .....	68
Referencias bibliográficas .....		69
Anexos.....		73

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1.	Resumen de Exportación No Petroleras por Sector por Miles de Usd/FOB (Ene-Dic. 2013-2015).....	15
Tabla 2.2.	Resumen de Exportaciones no Petroleras por Sector Variaciones Ene-Dic 2013-2015.....	16
Tabla 2.3.	Principales Destinos de las exportaciones no petroleras de Ecuador Ene-Nov 2015 .....	16
Tabla 2.4.	Principales destinos de las exportaciones petroleras Ene-Nov 2015.....	17
Tabla 2.5.	Principales destinos de las exportaciones no petroleras de Ecuador miles Usd/FOB 2015 .....	17
Tabla 2.6	Principales destinos de las exportaciones petroleras miles Usd/FOB 2015 .....	18
Tabla 2.7.	Evolución de las exportaciones de Cuero y Calzado en junio 2013-2015 .....	19
Tabla 2.8	Principales destinos de acuerdo al sector cuero y calzado 2013-2015 .....	20
Tabla 2.9.	Principales subpartidas exportadas del sector cuero y calzado 2013-2015 .....	21
Tabla 2.10.	Cotización del Dólar Estadounidense en el Mercado Internacional hasta Enero del 2016 .....	26
Tabla 3.1.	Entrevista parametrizada.. .....	52
Tabla 3.2.	Costos Logísticos Exportación del Calzado .....	56
Tabla 3.3.	Costos de Producción del Calzado .....	57
Tabla 3.4.	Gravámenes vigentes para la subpartida 6404.19.00.00 Los demás (subpartida perteneciente al producto a exportar) .....	57
Tabla 3.5.	Convenios internacionales .....	58
Tabla 3.6.	Convenios Internacionales de Perú.....	59

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1.	Exportaciones no petroleras, según principales grupos de productos por % de participación en el 2015.....	18
Figura 2.2.	Evolución exportaciones cuero y calzado junio 2013-2015.....	19
Figura 2.3.	Vía Aérea.....	23
Figura 2.4.	Vía marítima.....	24
Figura 2.5.	Vía aérea.....	24

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A.	Fotografías de la Fábrica, indicando el proceso de producción del calzado deportivo YAN'S.....	74
----------	--	----

# CAPITULO 1

## INTRODUCCIÓN

### 1.1 El problema de investigación

#### 1.1.1 Problema a investigar

El bajo nivel de fabricación de calzado deportivo con mano de obra ecuatoriana, debido al calzado importado de países desarrollados como la China, los cuales traen calzado que el consumidor prefiere debido a su precio muy económico. Dando como resultado la disminución de la producción de este tipo de calzado, por la baja demanda en el mercado nacional, pocas capacitaciones para la mano de obra, escasas fábricas que inviertan en este sector; entre otros.

#### 1.1.2 Objeto de estudio teórico

Para el desarrollo de la investigación es necesario analizar cómo se encuentra el mercado nacional en cuanto al sector calzado, como en fabricaciones, demanda, si nuestros productos son fabricados con calidad, recibiendo capacitaciones; entre otros. Al igual que analizar el margen de rentabilidad que tendría la exportación del calzado hacia mercados extranjeros. Analizar los mercados internacionales de como se encuentra el mercado y si existe demanda de calzado en los mercados seleccionados.

#### 1.1.3 Objeto de estudio práctico

Mediante la investigación se pretende analizar el margen de rentabilidad que ha tenido el calzado deportivo Yans en el mercado nacional desde su lanzamiento, con el fin de reconocer si es positiva o negativa su exportación hacia mercados internacionales de acuerdo a su demanda y si existe rentabilidad en su exportación.



#### **1.1.4 Planteamiento del problema**

Como se mencionó anteriormente existe baja fabricación de calzado deportivo en el mercado nacional, debido a la cantidad de calzados importados desde otros países, ya que los consumidores prefieren los zapatos deportivos de marcas reconocidas. Adicional cierta cantidad de materias primas necesarias para la fabricación del calzado, es escasa en el país; por lo que los fabricantes tienen la obligación de importarlas.

Debido a esta escases los fabricantes así como los artesanos tienen muy pocos recursos para producir un calzado con materiales de primera, por lo que optan por producir calzados más reconocidos como los fabricados con cuero.

El calzado con el que más ha sido reconocida la producción y mano de obra ecuatoriana es el calzado de cuero, pero en lo que se debe a la producción de calzado deportivo aún no tiene acogida por su falta de fabricación, y adicional por la baja oferta y demanda que existe tanto en el mercado nacional como en el internacional.

#### **1.1.5 Formulación del problema**

¿Cuál es la incidencia en el margen de rentabilidad por la exportación al Perú de calzado deportivo YANS en relación a la comercialización Nacional?

#### **1.1.6 Sistematización de la investigación**

- ¿Cómo se comercializa el calzado deportivo YAN'S en el mercado nacional?
- ¿Cuál es la oferta exportable?
- Determinar la rentabilidad en el mercado Peruano en valor FOB
- ¿Cuál es el plan de Exportación?

#### **1.1.7 Objetivo General**

Incidencia en el margen de rentabilidad por las exportaciones al Perú del calzado deportivo Yans, 2015.

### **1.1.8 Objetivos Específicos**

- Analizar la comercialización nacional del calzado deportivo YAN´S.
- Determinar la oferta exportable del calzado deportivo YAN´S en relación a la comercialización Nacional.
- Determinar el margen de rentabilidad del calzado deportivo YAN'S por la exportación al Perú.

### **1.1.9 Justificación**

La investigación presente se realizó debido a que durante un periodo de tres años y medio, es decir a inicios del año 2013 hasta la fecha presente, se ha comercializado a nivel nacional el calzado deportivo YANS, teniendo como resultado una acogida positiva de sus consumidores, tanto en sus ventas al por mayor como al por menor.

La empresa se ve beneficiada por la creación de la fábrica del calzado, se espera llegar a la expansión de la industria y fabricación de calzado ecuatoriano y sus exportaciones, tanto como llegar a obtener rentabilidad en la exportación y acogida en el mercado seleccionado.

Llegando a incursionar con el calzado deportivo YAN´S en el mercado Peruano, se obtendrá reconocimiento y confianza en la mano de obra ecuatoriana y en calidad de fabricar productos de este sector.

Se generan nuevas fuentes de empleo ya que toda la mano de obra que se tiene y se necesita en la fábrica son ecuatorianas, se procura obtener una expansión de la industria ecuatoriana en el sector calzado y obtener un aumento en sus exportaciones.

## **1.2 Marco referencial**

### **1.2.1 Marco teórico**

#### **1.2.1.1 Resumen de investigaciones realizadas según autores, con coincidencia en el tema de investigación**

De acuerdo a la señorita Mayra León Gavilanes, en su estudio de investigación del año 2014 realizado en el Ecuador, el propósito de la investigación tiene relevancia alta y necesaria para el sector, de acuerdo a su análisis indica que los productores, vendedores, importadores y otros, conocerán a fondo como se encuentra el sector del calzado nacionalmente de acuerdo a la demanda de la sociedad, y en cómo se encuentra el comercio internacional, al igual conociendo más a fondo sobre el comportamiento del sector nacional e internacional. En su investigación analiza la variación del mercado en su evolución en producción y en economía antes y después de que el gobierno impusiera salvaguardias para este sector. (Leon Gavilanes, 2014)

Busca cuantificar la variación de las importaciones de calzado provenientes del extranjero de acuerdo a la salvaguardia impuesta, conociendo si esta obtuvo una respuesta positiva o negativa en el mercado; adicional analiza el PIB del Ecuador y el sector de calzado nacionalmente durante un periodo de los años 2008 al 2012; con el objetivo de conocer la fluctuación del sector de calzado y su desarrollo. (Leon Gavilanes, 2014)

Nacionalmente investigando cuales son las ventajas y desventajas que se encuentran en la comercialización de este sector, analizando así como se encuentra el sector desde que el gobierno impuso salvaguardias en materias primas que se importan del extranjero, para la producción de calzado, imponiendo así que los productores nacionales realicen o fabriquen calzado con calidad Ecuatoriana, es decir impulsándolos que tengan iniciativa para poder crear la misma materia prima con productos nacionales, y reducir la importación, consumo y preferencia de calzado extranjero. (Leon Gavilanes, 2014)

En el presente estudio se analiza el mercado nacional con el mercado chino, en donde indica que ambos mercados han establecido una relación comercial bilateral, que se base en el respeto, dialogo y transparencia. Esta relación busca atraer inversión extranjera china, como

tecnología, conocimientos más allá de los ya adquiridos por el país, entre otros. (Leon Gavilanes, 2014)

El calzado de cuero elegido en investigación por la autora, en el país tiene un 100% de calidad debido a que en el mercado tenemos la materia prima en sí y sus productores los hacen con la debida precaución y calidad para el consumo de nuestros compatriotas, pero debido al ingreso de una cantidad masiva de calzado de origen chino, el consumidor ha optado por el consumo del mismo, ya que el calzado chino tiene un precio muy bajo en relación con el nacional, y el consumidor no toma en cuenta la calidad de los productos, sino su economía; además indica que el calzado extranjero tiene mayor variedad de calzado en lo que se refiere a modelos, colores, estilo, entre otros. (Leon Gavilanes, 2014)

Por este motivo el gobierno opto por el incremento de \$10 por cada par de calzado como medida de salvaguardia para contrarrestar la entrada masiva de calzado, en este caso calzado proveniente de la China, ayudó a proteger el sector del calzado de cuero ecuatoriano doblando la producción nacional y así mismo su participación en el PIB de la industria manufacturera que en el 2008 era de un 2% y en la actualidad fluctúa entre un 4% a un 5%, este resultado ayuda validar la hipótesis de la investigación. (Leon Gavilanes, 2014)

Como una conclusión la investigadora indica que la salvaguardia tuvo efecto inmediato durante el año y los años siguientes que se impuso la medida ya que en el año 2008 las importaciones calzado de cuero provenientes desde China representaba un 3% del total de las importaciones que fueron de \$1.464.191.000 y a partir del año 2009 al 2012 las importaciones de calzado disminuyeron en un 52% ya que en el 2012 las importaciones de calzado chino fue de \$18.214.340 y representa el 1% de total de las importaciones. La salvaguardia no solo ayudó a reducir las importaciones de calzado de china y aumentar el PIB del sector de calzado de cuero, también tuvo un efecto positivo en la recaudación del fisco, en este caso del IVA. Hasta el año 2010 a comparación del año 2008 el sector ha aumentado en su recaudación en 89% que es 1.800.460 más que hace 2 años anteriores. (Leon Gavilanes, 2014)

Adicional la autora concluye que una medida restrictiva como la salvaguardia ayuda a proteger y potenciar a los sectores perjudicados, por lo tanto la ventaja que deja la salvaguardia después del periodo de su aplicación debe ser aprovechada al máximo por proveedores, comerciantes, consumidores, gremios, entre otras entidades que se

relacionen al sector que se está desarrollando; los cuales deben de poner en práctica nuevas estrategias para mejorar el producto nacional, conocer preferencias y necesidades de consumidor, encontrar nuevos nichos, para así explotar en su totalidad al sector. (Leon Gavilanes, 2014)

La autora concluye que este proyecto cumple con los objetivos propuestos, por lo tanto se puede conocer los efectos que ocasionó en la economía la imposición de una salvaguardia que se la utilizó para proteger la producción del país, la cual ayudó al desarrollo de los sectores que son afectados por la entrada masiva de productos extranjeros; en este caso el sector de calzado de cuero-ecuatoriano. (Leon Gavilanes, 2014)

De acuerdo a la señorita Catalina Estrella Cueva, en su estudio de investigación del año 2007 realizado en el Ecuador, analiza esencialmente el calzado elaborado para seguridad industrial; en donde indica que en el Ecuador, la confección de calzado de seguridad está sobre los estándares internacionales, proveyendo así al país de una muy buena ventaja competitiva con relación al resto del mundo. (Estrella Cueva, 2007)

Al igual indica que en relación al consumo y a la producción interna del Ecuador, se tiene un decrecimiento de la actividad manufacturera de calzado y un incremento significativo de las importaciones del mismo, haciendo que esta industria en el País se encuentre en un periodo de decrecimiento. Esto no significa que el calzado ecuatoriano sea deficiente, sino todo lo contrario, es de muy buena calidad y duración, lo que le hace un producto muy apreciado, pero lamentablemente la mayor competencia interna se ve reflejada en el ingreso de calzado chino de bajo precio, baja calidad y no muy durable, que es muy competitivo dentro del mercado interno por su bajo precio principalmente. (Estrella Cueva, 2007)

De acuerdo a la autora de la investigación dice lo siguiente: con relación al consumo y a la producción interna del Ecuador, se tuvo un decrecimiento en la actividad manufacturera de calzado y un incremento significativo de las importaciones del mismo, haciendo que esta industria en el País se haya encontrado en un periodo de decrecimiento. (Estrella Cueva, 2007)

Esto no significa que el calzado ecuatoriano sea deficiente, sino todo lo contrario, es de muy buena calidad y duración, lo que le hace un producto muy apreciado, pero lamentablemente la mayor competencia interna se vio reflejado en el ingreso de calzado chino

de bajo precio, baja calidad y no muy durable, que es muy competitivo dentro del mercado interno por su bajo precio principalmente. (Estrella Cueva, 2007)

Adicional la autora indica que en Ecuador el calzado se lo realiza de forma tecnificada a través de cadenas productivas tecnificadas, utilizando ciertos materiales importados, pero en su mayoría materia prima nacional. Mientras que el nivel de tecnología utilizado es variable, depende del tamaño de la empresa productora, encontrando empresas grandes altamente tecnificadas, versus empresas pequeñas de elaboración artesanal. (Estrella Cueva, 2007)

Al igual que en otras investigaciones la autora indico que debido al ingreso de calzado extranjero a un precio sumamente bajo y económico para los consumidores del mercado nacional, esto ha perjudicado a la industria local y a los artesanos de calzado en el país; al igual que las exportaciones de calzado hacia el extranjero; debido a la bajo de fabricación de nuestros productos. Indico adicional que el mercado de producción de calzado de seguridad en Ecuador, aunque tenga buena calidad, durabilidad y materiales de primera categoría, no ofrece garantías de una gran exportación, sino más bien de un crecimiento mínimo pero sostenido. (Estrella Cueva, 2007)

El autor analiza que en relación al país de destino, Holanda, es parte de la Unión Europea, con una economía propia de países de primer mundo, con un alto ingreso per cápita, donde las necesidades básicas son cubiertas en su totalidad, con una tasa de desempleo que no supera el 3,3%; presenta una demanda potencial de calzado industrial de 51.300 pares al año aproximadamente, versus una producción interna de 8.000 pares anuales, se tiene una demanda insatisfecha de 43.000 pares de calzado industrial anual. Lo que abre una puerta para su abastecimiento desde Ecuador. (Estrella Cueva, 2007)

La investigación realizada por la autora se basa en la creación de un PYME la cual legalmente se formó una empresa de responsabilidad limitada con dos socios accionistas, cuya localización será la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha, cuyo propósito fue el de comprar el calzado de seguridad e industrial a pequeños productores y comercializarlo hacia Holanda. (Estrella Cueva, 2007)

Para lograr su objetivo se diseñó una estrategia de ventas a través del Centro de Promoción de Importaciones de la Unión Europea (CBI sus siglas en inglés), para poder llegar al

mercado holandés de una manera más rápida y confiable, garantizando la compra del calzado ecuatoriano, debido a que el CBI presta ayuda a pequeñas empresas del Tercer Mundo comprando sus productos y distribuyéndolos dentro del Mercado Europeo. Para entablar relaciones comerciales con el CBI, fue necesario, primero calificar la empresa exportadora y luego calificar la calidad de los productos a ser vendidos. Por su parte el CBI se comprometió a la compra sostenida de los productos aportando adicionalmente con ayuda para el desarrollo de la empresa, con el propósito de mejorar la calidad de vida de los trabajadores y empleados de la misma. (Estrella Cueva, 2007)

Una vez ya formada la relación comercial con Holanda a través del CBI, la empresa comercializadora estuvo en plena capacidad de exportar el calzado de seguridad e industrial desde Ecuador, siempre tomando en cuenta que la comercialización con Europa incurre en pagos arancelarios, evaluación de calidad y de normas ambientales establecidas tanto en el país de origen como en la Unión Europea. (Estrella Cueva, 2007)

Realizando las proyecciones financieras para la empresa, se calculó que se necesitó realizar un aporte de capital de 50.000 Usd. más un préstamo de 21.709,09 Usd. El capital de trabajo calculado para arrancar el proyecto fue de 12.844,89 Usd., con el cual se pudo trabajar el primer mes. (Estrella Cueva, 2007)

### **1.2.1.2 Producción de industrias del calzado en el Ecuador**

A continuación se adjunta artículos, boletines, informes, entre otros de como se encuentra la industria de calzado en el Ecuador:

- **Ecuador: modelo a seguir en el crecimiento del sector cuero y calzado.-**

Ecuador percibió un aumento de su producción, de 15 millones de pares en el 2008 a 28 millones en el 2011. Las ventas en el sector se incrementaron de USD 45 millones en 2006 a más de USD 151 millones en 2011. Mientras que las exportaciones en ese mismo período pasaron de USD 27 millones a USD 70 millones. (MIPRO, 2013)

La capacitación ha sido un factor importante en este crecimiento, por lo que se invirtieron 2.2 millones para capacitar al talento humano vinculado con el sector cuero y calzado en base

de perfiles de competencia. Además, el Sistema Nacional de Compras Públicas, se abastece en un 70% por las micro, pequeñas y medianas empresas en las que se incluyen los talleres artesanales dedicados a la producción del cuero y calzado. (MIPRO, 2013)

La Secretaria de Estado informó que en el Ecuador se está invirtiendo USD 1.5 millones en la infraestructura productiva del sector cuero y calzado, concebida como bienes y servicios públicos especializados a nivel sectorial y territorial, como la construcción del Centro de Diseño de Cuero y Calzado en la provincia de Tungurahua, Centro de diseño de confecciones y calzado en Azuay, laboratorio bio-mecánico del calzado, para ajustar el producto a las necesidades reales del consumidor y Laboratorio de pruebas físicas. Los mayores productores de calzado deportivo en el Ecuador se encuentran en las ciudades como Tungurahua, Ambato. (MIPRO, 2013)

- **Innovación y diseño son aún un desafío para el zapato ecuatoriano.-**

Se distinguen entre las perchas por sus altos tacones y plataformas, por sus colores y texturas, por el modelo que marca tendencia en ese momento o por un diseño exclusivo que salió en la última colección de un diseñador. El calzado que copa las perchas de los almacenes, las ferias o los locales en centros comerciales del país muestra una diversidad de acabados y materiales y está marcado por una particularidad: el sello 'made in' que predomina ahora es Ecuador. (El Universo, 2015)

Tras la invasión de calzado peruano, brasileño, colombiano y chino, especialmente, y la salvaguardia de \$ 10 (hoy es de \$ 6) a cada par importado que el Gobierno aplicó en 2009 para frenar su ingreso, la industria local del calzado vivió un repunte que seis años después se evidencia en mayor producción y creación de talleres. Según datos de la Cámara Nacional del Calzado (Caltu), que agrupa a 70 socios a nivel nacional, en 2008 había 600 productores que sacaban al mercado 15 millones de pares; en 2014 llegaron a más de 5 mil con 35 millones de pares. (El Universo, 2015)

La industria tiene segmentos diversos: aquellos que fabrican en serie modelos clásicos, que surgen de una tendencia o son imitaciones de modelos del exterior, los dedicados a la línea casual con modelos propios; la industrial (botas de punta de plástico o acero) y los diseñadores. (El Universo, 2015)



En locales de comercialización masiva, como la Bahía de Guayaquil, predominan los de tendencia, como sandalias bajas o plataformas. Las vendedoras Marlene Trujillo y Juanita Mirabá comentan que se proveen de zapatos que vienen de Tungurahua, la provincia más productora, o de Guayas, y se venden entre \$ 15 y \$ 28, dependiendo si es de niño, casual, deportivo, alto o bajo. (El Universo, 2015)

Marcas como Yans, Pokes, Andy, Nisha, Cec, Beatri's, Mayorca, Richard Paul o con nombre de artesanos se repiten en los locales. Carlos Orellana, otro vendedor, refiere que el zapato compite con el de Colombia o Panamá, que cuesta \$ 35 o \$ 38, lo que le da atractivo al local. (El Universo, 2015)

En almacenes más grandes predominan los casuales, zapatos tipo flats o de fiesta, con precios que fluctúan entre \$ 40 y \$ 80; en los centros comerciales o tiendas de diseño están los que se hacen bajo colección, que en promedio se ubican en \$ 150; la línea industrial vende por catálogo o a las empresas, y otro segmento que diseña tendencia lo hace por redes sociales como Instagram o Facebook. En todos la calidad y el precio son tema de debate que pasa por la exigencia y gusto del consumidor. (El Universo, 2015)

Esa la radiografía que EL UNIVERSO hace de una industria que emplea a unas 100 mil personas en el país, luego de recorridos por Quito, Guayaquil, Ambato y Cevallos, y entrevistas con casi 30 productores de zapatos y materias primas, artesanos, diseñadores y vendedores. (El Universo, 2015)

En todos los segmentos hay una coincidencia: el repunte que tuvo la industria al encarecerse el producto importado, la apertura de nuevos talleres, la variedad del zapato ecuatoriano y mayor aceptación de la población. Según datos del Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro), el ecuatoriano pasó de comprar 1,2 pares de calzado local en 2008 a 2,3 pares en 2014. El dato considera la producción de calzado nacional ante el número de habitantes del país. (El Universo, 2015)

Sin embargo, hoy la industria enfrenta problemas: alto costo de las materias primas (del cuero ecuatoriano, sobre todo, o del sintético, que se importa y paga más por el aumento de aranceles aplicado en marzo pasado), la falta de mano de obra calificada y la competencia desleal de quienes no cumplen las normas laborales, indican los productores, o por el ingreso

de zapatos de contrabando de Perú o Colombia y que luego se etiquetan como hechos en Ecuador. (El Universo, 2015)

El cuero, por ejemplo, se vende por decímetros, pedazos de 10 por 10 que componen una plancha. En Ecuador, refiere Juan Merino, productor de botas industriales Jumstar y zapatos casuales, se vende en \$ 0,37; en Colombia cuesta \$ 0,25. (El Universo, 2015)

Eliécer Baldospin, gerente propietario de la compañía de calzado Luigui Valdini en Ambato, Tungurahua, coincide con ello. Dice que el costo de la piel en Ecuador es uno de los más caros de América. El metro en Brasil, Colombia o incluso Italia cuesta \$ 22; en el país, \$ 40. (El Universo, 2015)

José Zurita, presidente de la Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador (ANCE), integrada por 30 socios, asegura que el cuero cada vez va llegando a precios internacionales y eso aumenta la demanda desde el exterior, lo que incide en los costos. “Ya no son tan baratos como eran en años anteriores para el mercado nacional”, dice. Por eso asegura que los fabricantes han preferido ir sustituyendo cuero natural por cueros sintéticos y textiles. (El Universo, 2015)

Con esta opción se mantiene un margen de precios para competir en un mercado que prefiere tendencias, coinciden Paola Alarcón, dueña de la marca de zapatos Classy (hechos con cuero sintético) y las diseñadoras Ile Miranda y Cinthya Cobos, que a más de sus líneas de alta gama de cuero tienen una con sintético (Ella me quiso y Paz, en ese orden). La diferencia está en diseño y materia prima. “Una piel importada (trae de Italia) me cuesta \$ 300 lo que equivaldría tal vez a un metro cuadrado. Y lo que cuesta el metro del sintético es \$ 13”, dice Miranda. (El Universo, 2015)

A esto se agrega otro tipo de materias primas que no se producen en Ecuador, como los herrajes y que, según Pilar Manobanda, de Comercial Alulema, en Quito, distribuidora de insumos del calzado, han tenido un aumento de hasta el 50 %. (El Universo, 2015)

Para Zurita, si bien el cuero subió el 5 % no es la principal causa del encarecimiento del costo del calzado local o de que se migre a los sintéticos, sino las suelas que se importan y pagan 15% más por las salvaguardias. (El Universo, 2015)

Gustavo Martínez, gerente de Calzado Gusmar, en el cantón Cevallos, en Tungurahua, habla de un ‘bajón’ en la producción en los dos últimos años debido a las mayores obligaciones empresariales y al aumento de pequeños productores de calzado. “En el caso de Gusmar, los trabajadores que laboraban en nuestros talleres luego de 2012 se transformaron en productores”, dice. Y ello, que se repite en otras fábricas, se traduce en menos mano de obra calificada en un país donde el oficio no se estudia sino que se enseña generación tras generación. (El Universo, 2015)

Miguel Gutiérrez, gerente de Calzado Gamos, de Ambato, dice que en el país no hay jefes de producción (pocos talleres tienen uno), gente que sepa de diseño, cómo controlar técnicamente movimientos y procesos para que haya menos desperdicios. (El Universo, 2015)

Baldospin dice que en el país no hay escuelas de capacitación, como en Colombia y Brasil, que forma tecnólogos e ingenieros en calzado, y que esta es asumida siempre por las empresas. El Gobierno reconoce que el desafío de la industria es el diseño y la innovación (ver entrevista), por eso se trabaja en una carrera de tecnologías del calzado y la implementación de un laboratorio de pruebas físico mecánicas en Ambato que permitirá, entre otros, medir la durabilidad. (El Universo, 2015)

Lilia Villavicencio, presidenta de la Caltu, dice que este fue un aporte de \$ 136 mil del gobierno japonés, a través del Mipro. Con ello se compraron equipos de laboratorio que podrán usar todos los sectores relacionados con la cadena productiva. También, con fondos del Ministerio Coordinador de la Producción, se hizo un estudio antropométrico del pie del ecuatoriano, que permitirá tener un parámetro de sus medidas y características. (El Universo, 2015)

Estudios de este tipo han permitido a empresas como Calzado Liwi, de propiedad de William Arias, incursionar en líneas especializadas en zapatos para pies diabéticos, artríticos, varicosos, con espolón calcáneo, etc. La investigación la hizo con recursos propios, por eso cree que el Estado debe invertir más en esas áreas para innovar. (El Universo, 2015)

Ile Miranda afirma que las medidas del pasado sirvieron para que se armen talleres, pero habría que ver si todos van a poder subsistir a futuro. “La calidad sí ha mejorado, pero los precios van a seguir siendo mejor los de China. Lo que yo creo que tienen que hacer los

talleres es aliarse con diseñadores y los diseñadores tienen que crear identidad de sus marcas”, dice. (El Universo, 2015)

El Mipro apunta en el corto plazo a mejorar la competitividad (atraer inversionistas que produzcan insumos, por ejemplo) y consolidar el mercado nacional. La internacionalización está aún en proceso. Ricardo Zambrano, subsecretario de Desarrollo de Mipymes del Mipro, estima que apenas el 5 % de la oferta de los productores tiene los estándares para competir fuera. (El Universo, 2015)

**Elaboración casual.-** En fábricas locales, como Tecnocalza, de Quito, especializada en zapatos de adultos, se diseña el modelo y se fabrica con cuero nacional. Su precio promedio es \$ 40. Entre el 70% y 80% del costo radica en la compra interna de materiales; el resto en mano de obra. (El Universo, 2015)

**Tendencia en el mercado.-** Los zapatos de tendencia, que se hacen en serie con cuero sintético, copan el mercado. Por lo general, se mandan a elaborar a talleres y se venden por redes sociales. En su precio (\$ 30 a \$ 39, como los marca Classy) inciden más la mano de obra y la materia prima. (El Universo, 2015)

**Diseño exclusivo.-** Diseñadores como Cinthya Cobos o Ile Miranda (foto sandalia) con las marcas que llevan su nombre, o Paulina Anda, de Makiatto, trabajan con cuero de Italia, Argentina o Colombia. En sus precios (un par puede superar los \$ 200) pesan la materia prima y costos fijos. (El Universo, 2015)

**Línea industrial.-** Las botas industriales, como las de Jumstar o Gamos, se fabrican con cuero ecuatoriano, que tiene un peso del 40% en el costo del zapato (de \$ 45 a \$ 60). Abastecen el mercado local, pero no logran competir fuera por el costo de la materia prima y de la mano de obra. (El Universo, 2015)

- **BP. 133 – Calzado ecuatoriano aspira seguir creciendo e internacionalizarse con apoyo gubernamental.-**

El sector calzado ecuatoriano continuará recibiendo el apoyo del Gobierno Nacional, porque ha generado empleo y desarrollo productivo, expresó el ministro de Industrias y

Productividad (S), Emilio Velasco, “vamos a seguir brindando capacitación, crédito y condiciones favorables para la importación de materia prima y bienes de capital”, así lo afirmó en la Feria Internacional del Calzado y Componentes, Ecuador, FICCE 2015. (MIPRO N. , 2015)

Añadió que desde el ámbito de la gestión institucional se buscarán nuevos nichos de mercado local e internacional. “Por eso es bueno que delegaciones extranjeras de empresarios acudan a este tipo de ferias”, manifestó, al referirse a la presencia de empresarios de México, Brasil, Colombia, Perú y Taiwán en este encuentro que incluye rondas de negocios. (MIPRO N. , 2015)

Entre tanto, la presidenta de la Cámara de Calzado del Tungurahua, CALTU, organizadora de la feria, sostuvo que, “gracias a las medidas comerciales aplicadas por el Gobierno Nacional, el sector calzado está recuperando la fortaleza de su tejido productivo, al pasar de aproximadamente 600 unidades registradas en el año 2008, a cerca de 5.000 unidades en el 2013, principalmente en el área artesanal”. (MIPRO N. , 2015)

La FICCE acoge cada año a productores de calzado, importadores de maquinaria e insumos necesarios para el quehacer productivo del sector, quienes se manifestaron satisfechos de su participación. (MIPRO N. , 2015)

El representante de Importcalza, empresa importadora de maquinaria y componentes para el calzado, Mario Garcés, reconoció que la política de gobierno de protección al sector ha beneficiado a toda la cadena productiva, incrementando sustancialmente las inversiones que dinamizan la economía nacional, según sus expresiones. (MIPRO N. , 2015)

Entre el 2012 y 2014, la inversión de las empresas del sector se incrementó en el 49.6%, tanto a nivel de curtiduría como de calzado, inversión orientada a la adquisición de maquinaria para mejora productiva, cifras de la Subsecretaria de Comercio y Servicios del Ministerio de Industrias y Productividad. (MIPRO N. , 2015)

El gerente de Dismacal comercializadora de marroquinería, Arturo Rosero, se sumó al comentario, “con el crecimiento de la producción de calzado nacional, tuve que abrir una fábrica que produce y provee tacos y otros insumos”. (MIPRO N. , 2015)

A su turno, la representante de la Asociación Artesanal de Mujeres Sisay de Chibuleo, Sonia Quisantuña, evidenció la necesidad de acceder a crédito para ampliar su horizonte comercial, ellas producen zapatos con capelladas textiles, preferidos por turistas extranjeros, sus principales clientes. (MIPRO N. , 2015)

Otra participante, Daysi Ramos, del Comité del Calzado del cantón Cevallos que agrupa a 84 fábricas artesanales, indicó que la feria es una buena oportunidad para que el público conozca las marcas que ofertan zapatos y accesorios de cuero, 100% ecuatorianos con calidad internacional. (MIPRO N. , 2015)

### 1.2.1.3 Exportaciones del sector cuero y calzado del Ecuador

La industria del calzado ecuatoriano ha desarrollado, su diseño, variedad y especialización. Ecuador tiene mayor producción de calzado de cuero, en lo que se refiere a calzado deportivo aún no tiene mayor acogida.

Según investigación de la página web de Pro Ecuador, las exportaciones del sector cuero y calzado según en valor FOB de acuerdo a un monitoreo de Enero 2013 a Diciembre 2015 ha tenido un decrecimiento de \$50.009 a \$39.115, teniendo como principales destinos: Colombia, Venezuela, Guatemala, Estados Unidos y Perú, siendo el último nuestro destino elegido. (PROECUADOR M. d.)

Desglosando a subsector de Calzado ha existido una variación negativa, ya que disminuyo sus exportaciones en valor FOB del 2013 con \$ 33.007,498 al 2015 con \$25.673,103. (PROECUADOR M. d.)

**Tabla 2.1. Resumen de Exportación No Petroleras por Sector por Miles de Usd/FOB (Ene-Dic. 2013-2015)**

ANO	MEDIDA	SUBSECTOR	VALOR MEDIDA
2015	TON	CALZADO	\$ 7,196.513
2015	FOB	CALZADO	\$ 25,673.103
2014	TON	CALZADO	\$ 8,034.433
2014	FOB	CALZADO	\$ 33,102.153
2013	TON	CALZADO	\$ 7,604.858
2013	FOB	CALZADO	\$ 33,007.498

**Fuente:** PROECUADOR (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones)

Tomando en cuenta la información por valores totales tenemos la siguiente variación en el sector Cuero y Calzado según monitoreo de las exportaciones Ecuatorianas. (PROECUADOR M. d.)

**Tabla 2.2. Resumen de Exportaciones no Petroleras por Sector Variaciones Ene-Dic 2013-2015**

AGRUPACIÓN	MONITOREO	SECTOR	TIPO	FOB%	TON%	AÑO
TOTAL	Ene-Dic	Cuero y calzado	No petroleras	0,43%	0,14%	Parte. 2014
TOTAL	Ene-Dic	Cuero y calzado	No petroleras	6,56%	5,17%	2013-2014
TOTAL	Ene-Dic	Cuero y calzado	No petroleras	-26,60%	-	2014-2015

Fuente: PROECUADOR (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones)

**Principales destinos de las exportaciones petroleras del Ecuador según datos de Enero a Noviembre del 2015.-** el principal destino de las exportaciones no petroleras del Ecuador de enero a noviembre de 2015 fue Estados Unidos con una participación del 26.28% del total exportado, le siguen Colombia con un 6.73%, Vietnam con un 6.47% y Rusia con 6.17%. Al revisar los veinte principales destinos de nuestras exportaciones no petroleras, ocho corresponden a países de América.

**Tabla 2.3. Principales Destinos de las exportaciones no petroleras de Ecuador Ene-Nov 2015**

País	Monto	Participación
ESTADOS UNIDOS	\$ 2,802,813.00	26.28%
COLOMBIA	\$ 718,103.00	6.73%
VIETNAM	\$ 689,888.00	6.47%
RUSIA	\$ 657,855.00	6.17%
CHINA	\$ 517,782.00	4.85%
ALEMANIA	\$ 496,816.00	4.66%
ESPAÑA	\$ 456,254.00	4.28%
PAISES BAJOS	\$ 414,629.00	3.89%
VENEZUELA	\$ 304,821.00	2.86%
ITALIA	\$ 300,027.00	2.81%
FRANCIA	\$ 249,492.00	2.34%
CHILE	\$ 230,291.00	2.16%
PERU	\$ 229,495.00	2.15%
BELGICA	\$ 200,532.00	1.88%
ARGENTINA	\$ 197,086.00	1.85%
TURQUIA	\$ 195,405.00	1.83%
JAPON	\$ 171,703.00	1.61%
REINO UNIDO	\$ 152,302.00	1.43%
MEXICO	\$ 138,868.00	1.30%
CANADA	\$ 104,308.00	0.97%
DEMÁS PAISES	\$ 1,437,488.00	13.48%
Total	\$ 10,665,958.00	100.00%







Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Al analizar las exportaciones petroleras del Ecuador se observa que el principal destino corresponde a los Estados Unidos con un 62.88% del total exportado hasta noviembre de

2015. En el segundo, tercer y cuarto puesto se ubican Chile con 13.16%, Perú con 9.82% y Panamá con 6.27%. (PROECUADOR B.)

**Tabla 2.4. Principales destinos de las exportaciones petroleras Ene-Nov 2015**

ESTADOS UNIDOS		62.88%
CHILE		13.16%
PERU		9.82%
PANAMA		6.27%
CHINA		2.50%
OTROS DESTINOS		7.25%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR

**Principales destinos de las exportaciones del Ecuador según datos del año 2015.-** El principal destino de las exportaciones no petroleras del Ecuador durante el 2015 fue Estados Unidos con una participación del 26.04% del total exportado, le sigue Vietnam con un 6.73%, Colombia con un 6.64% y Rusia con 6.13%. Al revisar los veinte principales destinos de nuestras exportaciones no petroleras, ocho corresponden a países de América.

**Tabla 2.5. Principales destinos de las exportaciones no petroleras de Ecuador miles Usd/FOB 2015**

País	Monto	Participación
ESTADOS UNIDOS	\$ 3,038,837.00	26.04%
VIETNAM	\$ 784,915.00	6.73%
COLOMBIA	\$ 774,911.00	6.64%
RUSIA	\$ 715,544.00	6.13%
CHINA	\$ 564,009.00	4.83%
ALEMANIA	\$ 548,989.00	4.71%
ESPAÑA	\$ 483,453.00	4.14%
PAISES BAJOS	\$ 460,302.00	3.94%
ITALIA	\$ 325,959.00	2.79%
VENEZUELA	\$ 325,685.00	2.79%
FRANCIA	\$ 268,528.00	2.30%
Tabla No. 2.5 (cont.)		
CHILE	\$ 255,761.00	2.19%
PERU	\$ 255,027.00	2.19%
ARGENTINA	\$ 215,720.00	1.85%
BELGICA	\$ 215,244.00	1.84%
TURQUIA	\$ 213,070.00	1.83%
JAPON	\$ 189,943.00	1.63%
REINO UNIDO	\$ 165,987.00	1.42%
MEXICO	\$ 155,090.00	1.34%
CANADA	\$ 117,183.00	1.01%
DEMÁS PAISES	\$ 1,594,050.00	13.66%
Total	\$ 11,668,207.00	100.00%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR



Al analizar las exportaciones petroleras del Ecuador se observa que el principal destino corresponde a los Estados Unidos con un 62.54% del total exportado durante el 2015. En el segundo, tercer y cuarto puesto se ubican Chile con 13.16%, Perú con 10.14% y Panamá con 6.13%. (PROECUADOR, 2016).

**Tabla 2.6 Principales destinos de las exportaciones petroleras miles Usd/FOB 2015**

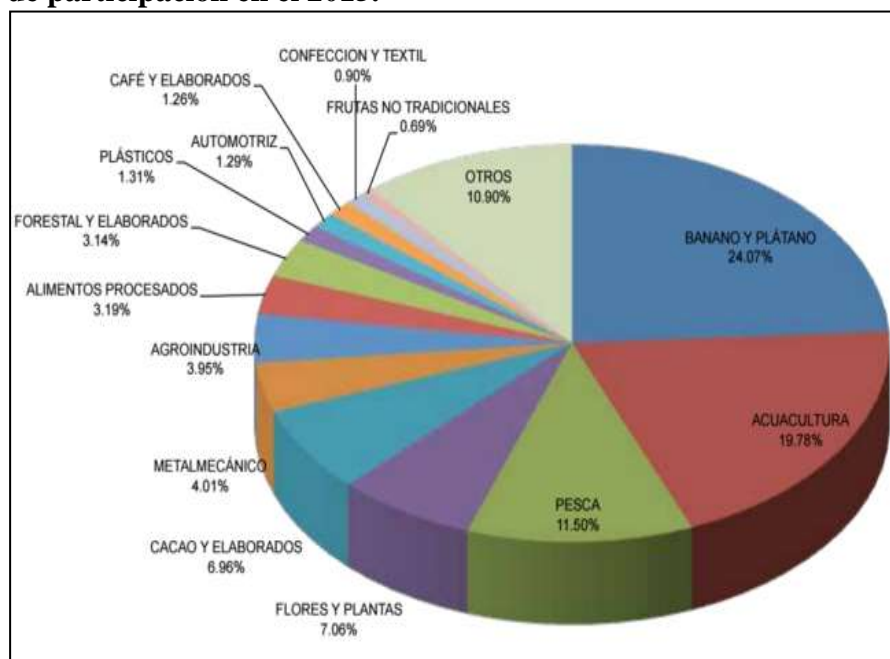
ESTADOS UNIDOS		62.54%
CHILE		13.17%
PERU		10.14%
PANAMA		6.14%
CHINA		2.37%
OTROS DESTINOS		5.64%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR

Principales productos no petroleros de exportación. Durante el 2015, el sector banano y plátano se constituyó como el principal sector de exportación con un 24.07% de participación del total no petrolero, le sigue acuicultura con una participación del 19.78%, y en tercer y cuarto lugar se ubican pesca y flores con el 11.50% y 7.06%, respectivamente del total no petrolero. Sumando estos 4 grupos de productos se tiene el 62.41% de las exportaciones no petroleras.

**Figura 2.1. Exportaciones no petroleras, según principales grupos de productos por % de participación en el 2015.**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR

De acuerdo a un informe estadístico existe una variación negativa en la evolución de las exportaciones del sector cuero y calzado durante el periodo de los años 2013 al 2015 en valor FOB de \$17.029 a \$13.376.

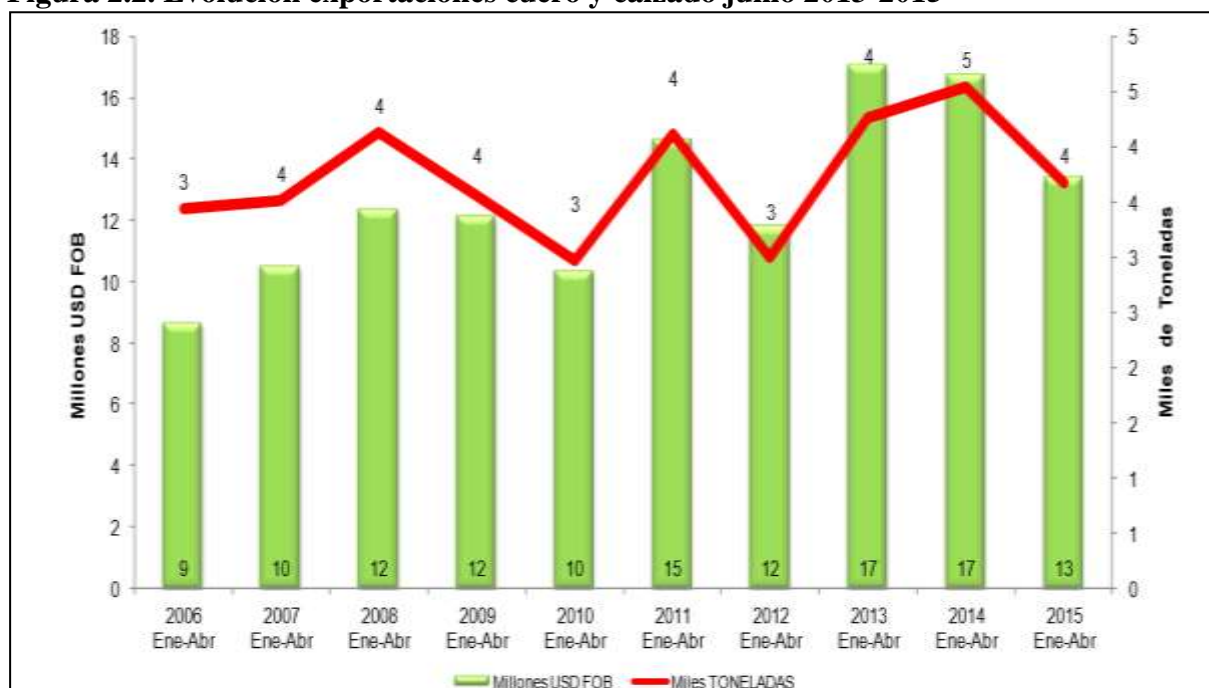
**Tabla 2.7. Evolución de las exportaciones de Cuero y Calzado en junio 2013-2015**

VARIACION % ENE-ABR	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TCPA
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2006- 2015
EN USD	21%	18%	-2%	-15%	41%	-19%	44%	-2%	-20%	5%
EN TON	2%	17%	-14%	-16%	39%	-27%	42%	7%	-19%	1%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Extranjeras, PRO ECUADOR

**Figura 2.2. Evolución exportaciones cuero y calzado junio 2013-2015**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Extranjeras, PRO ECUADOR

A continuación observamos un cuadro estadístico indicando los principales destinos de exportación que realizó el país de acuerdo al sector de calzado en investigación durante el periodo de los meses de Ene-Abr durante los años 2013 al 2015.

**Tabla 2.8 Principales destinos de acuerdo al sector cuero y calzado 2013-2015**

DESTINOS	UNIDADES	ENE-ABR			VARIACION		PART
		2013	2014	2015	2013-2014	2014-2015	2014
COLOMBIA	FOB	\$ 9,134.00	\$ 8,687.00	\$ 6,706.00	-4.89%	-22.81%	51.97%
	Miles-Usd						
ITALIA	TON	1906	2041	1754	7.07%	-14.07%	44.92%
	FOB	\$ 1,852.00	\$ 2,998.00	\$ 1,443.00	61.86%	-51.88%	17.94%
PERU	Miles-Usd						
	TON	626	1108	630	76.85%	-43.14%	24.38%
HONG KONG	FOB	\$ 3,147.00	\$ 2,370.00	\$ 2,692.00	-24.71%	13.58%	14.18%
	Miles-Usd						
GUATEMALA	TON	1025	881	832	-14.11%	-5.56%	19.39%
	FOB	\$ 620.00	\$ 980.00	\$ 557.00	57.97%	-43.17%	5.86%
OTROS PAISES	Miles-Usd						
	TON	132	93	40	-29.50%	-57.53%	2.05%
TOTALES	FOB	\$ 86.00	\$ 434.00	\$ 855.00	401.60%	97.02%	2.60%
	Miles-Usd						
TOTALES	TON	4	119	201	2740.69%	69.45%	2.62%
	FOB	\$ 2,188.00	\$ 1,247.00	\$ 1,124.00	-43.01%	-9.84%	7.46%
TOTALES	Miles-Usd						
	TON	585	302	220	-46.59%	-27.08%	6.64%
TOTALES	FOB	\$ 17,029.00	\$ 16,716.00	\$ 13,376.00	-1.84%	-19.98%	100%
	Miles-Usd						
TOTALES	TON	4259	4543	3676	6.67%	-19.08%	100%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Extranjeras, PRO ECUADOR

El cuadro a continuación indica las principales subpartidas exportadas del sector cuero y calzado durante los años 2013 hasta abril 2015

**Tabla 2.9. Principales subpartidas exportadas del sector cuero y calzado 2013-2015**

Subpartida	Descripción	ENE-ABR					Variación		Part
		Unidades		2013	2014	2015	2013-2014	2014-2015	2014
6401.92.00.00	Calzado impermeable que cubran el tobillo sin cubrir la rodilla	FOB Miles	Usd.	\$ 5,862.00	\$ 6,393.00	\$ 5,621.00	9.06%	-12.08%	38.24%
		TON		2099	2323	1934	1067.00%	-16.74%	51.12%
4104.11.00.00	Cueros y pieles curtidos de bovino o de equinos, húmedos	FOB Miles	Usd.	\$ 2,281.00	\$ 3,640.00	\$ 2,538.00	59.57%	-30.27%	21.78%
		TON		777	1288	882	65.73%	-31.53%	28.35%
6404.19.00.00	Los demás calzado con suela de caucho o plástico	FOB Miles	Usd.	\$ 2,059.00	\$ 2,161.00	\$ 1,009.00	4.93%	-53.31%	12.93%
		TON		274	307	187	11.97%	-39.02%	6.75%
4107.99.00.00	Las demás cueros no contemplados en otras partidas	FOB Miles	Usd.	\$ 1,225.00	\$ 1,137.00	\$ 739.00	-7.19%	-35.03%	6.80%
		TON		103	105	53	1.71%	-49.61%	2.31%
6406.10.00.00	Partes de calzado incluidas partes superiores de calzado	FOB Miles	Usd.	\$ 2,328.00	\$ 1,046.00	\$ 1,117.00	-55.07%	6.80%	6.26%
		TON		176	93	132	-47.03%	41.50%	2.03%
OTROS		FOB Miles	Usd.	\$ 3,273.00	\$ 2,339.00	\$ 2,352.00	-28.55%	0.57%	13.99%
		TON		829	427	488	-48.47%	14.29%	9.41%
TOTALES		FOB Miles	Usd.	\$ 17,029.00	\$ 16,716.00	\$ 13,376.00	-1.84%	-19.98%	100%
		TON		4259	4543	3676	6.67%	-19.08%	100%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaboración:** Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Extranjeras, PRO ECUADOR

A Continuación se detalla un perfil logístico realizado por la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Extranjeras, PROECUADOR, del mercado seleccionado a la fecha de septiembre del 2015. (PROECUADOR, Perfil Logístico de Perú, 2015)

### 1.2.1.4 Perfil logístico de Perú, datos a septiembre del 2015

#### 1. Panorama General

**Población.-** 30.444.999 Habitantes

**Huso Horario.-** Perú tiene la misma hora en relación al huso horario de Ecuador.

**Moneda.-** Nuevo Sol (PEN) Actualmente un dólar americano equivale a 3.43 nuevo soles (2016)

**Idioma.-** Español

#### 2. Acceso físico desde Ecuador hacia Perú

##### Vía Aérea

**Aeropuerto Jorge Chávez (LIM).-** Es el principal aeropuerto del país y el más transitado. Se sitúa en la ciudad de Lima. Durante el año 2014 lo transitaron 15.7 millones de pasajeros. En el 2014 se transportaron 302.4 ton de carga.

**Aeropuerto de Cusco.-** Es el segundo aeropuerto del país, se sitúa al sur. Sirve a vuelos nacionales y algunos internacionales, principalmente de países vecinos. Alrededor de 2.5 millones de pasajeros lo transitaron durante el 2014.

**Vía ferroviaria.-** La red ferroviaria de Perú cuenta con una extensión total de 1906.6 km de línea férrea y 7965 km en proyecto. Está compuesta por ferrocarriles del centro, sur, sur-oriente y el sistema eléctrico de transporte masivo de Lima y Callao, líneas 1 y 2. En el 2014 se transportaron 7.5 millones de ton de carga, siendo la empresa Southern Perú Copper Corporation quien lleva el 62% del total nacional.

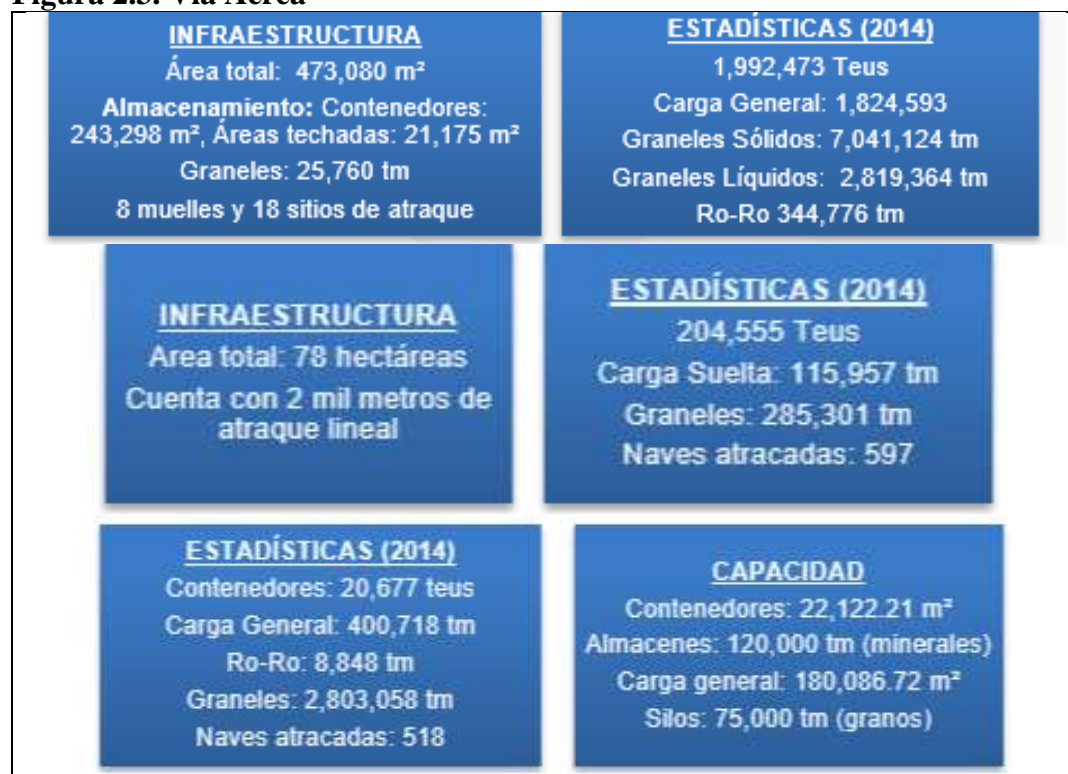
**Vía marítima.-** Perú cuenta con una infraestructura portuaria compuesta por 24 puertos de los cuales 19 con marítimos, 4 fluviales y 1 lacustre. Los más importantes del país son Callao, Matarani, Paita, entre otros.

**Puerto Callao.-** Puerto multimodal, donde se maneja todo tipo de carga, situado en Lima. Cuenta con 12 terminales, dentro de las cuales APM Terminals y DP World Callao son las principales. Se encuentra en el ranking 2014 de puertos de América Latina y el Caribe, en el puesto no. 6 por cantidad de TEUS (contenedores) movilizados.

**Puerto de Paita.-** El puerto de Paita se encuentra situado en la ciudad de Piura, al noroeste de Perú, es el principal puerto al norte peruano, donde se movilizan contenedores y carga general. El puerto de Paita se encuentra administrado por la empresa Terminales Portuarios Euro andinos.

**Puerto de Matarani.-** Se encuentra situado en el departamento de Arequipa, al sur peruano. Terminal multimodal donde reciben todo tipo de carga. Cuenta con 3 terminales; Terminal Portuario de Matarani, Terminal Multiboyas Mollendo y Terminal Portuario de Ático.

**Figura 2.3. Vía Aérea**



**Fuente:** Investigación propia

**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

### 3. Costos de Exportación

#### Vía marítima

Figura 2.4. Vía marítima

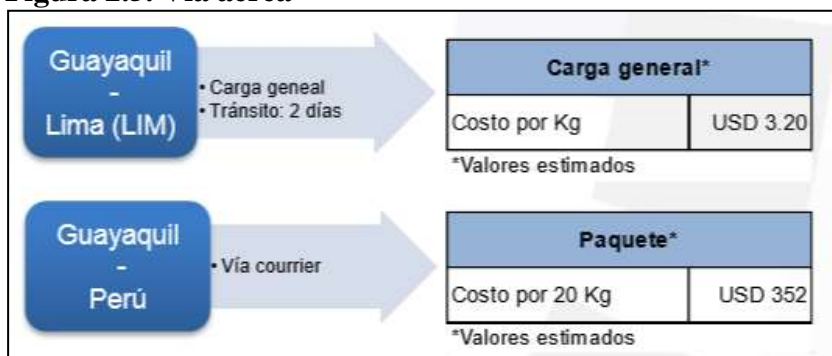


Fuente: Investigación propia

Elaboración: Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

#### Vía aérea

Figura 2.5. Vía aérea



Fuente: Investigación propia

Elaboración: Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

### 4. Procedimiento para el Comercio Transfronterizo

#### Tiempos de Nacionalización

#### Indicador de Exportaciones de Perú

- Numero de documentos: 5
- Tiempo para exportar: 12 días
- Costo de exportación por contenedor \$ 890

### **Indicador de importaciones de Perú**

- Numero de documentos: 7
- Tiempo para importar, 17 días
- Costo de Importación por contenedor \$1010

### **Documentos Exigibles**

#### **Para exportar a Perú**

- Conocimiento de Embarque
- Factura Comercial
- Declaración Aduanera de Exportación
- Lista de Embarque
- Recibo de manejo en terminal

#### **Para importar a Perú**

- Conocimiento de Embarque
- Orden de liberación de carga
- Certificado de origen
- Factura Comercial
- Declaración Aduanera de Importación
- Lista de embarque
- Recibo de manejo en terminal

### **Etapas para el comercio transfronterizo en Perú**

- Etapas para el comercio transfronterizo en Perú – Exportación
  - Preparación de documentos, duración 5 días, costo 150 Usd.
  - Autorización de aduana y control técnico, duración 2 días, costo 130 Usd.
  - Puertos y manejo terminal, duración 3 días, costo 330 Usd.
  - Transporte interno y manejo, duración 2, costo 280 Usd.



- Etapas para el comercio transfronterizo en Perú – Importación
  - Preparación de documentos, duración 7 días, costo 150 Usd.
  - Autorización de aduana y control técnico, duración 3 días, costo 185 Usd.
  - Puertos y manejo terminal, duración 5 días, costo 395 Usd.
  - Transporte interno y manejo, duración 2, costo 280 Usd.

**Fuentes de información utilizados para realizar este perfil:**

- <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/goes/pe.html>
- <http://www.bloomberg.com/quote/USDPEN:CUR>
- <http://www.aeropuertodelmundo.com.ar/americanadelsur/peru>
- <http://www.apn.gob.pe/>
- <https://www.mtc.gob.pe/>
- <http://www.cepal.org/>
- Doing Business 2015

A continuación tenemos la cotización del dólar en el mercado internacional, para obtener un análisis de cuánto costaría el calzado en el mercado internacional en relación en la moneda nacional.

**Tabla 2.10. Cotización del Dólar Estadounidense en el Mercado Internacional hasta Enero del 2016**

	COLOMBIA	PERU	ARGENTINA	BRASIL	MEXICO
PERIODO	PESO	NUEVO SOL	PESO	REAL	PESO
FEB-2015	\$ 2,490.04	3.0910	\$ 8.7044	2.8691	\$15.0736
MAR-2015	\$ 2,528.45	3.0720	\$ 8.7948	3.1433	\$14.9394
ABR-2015	\$ 2,484.47	3.1243	\$ 8.8667	3.0451	\$15.3947
MAY-2015	\$ 2,496.26	3.1450	\$ 8.9694	3.0705	\$15.2398
JUN-2015	\$ 2,552.32	3.1680	\$ 9.0525	3.0815	\$15.3300
JUL-2015	\$ 2,817.70	3.1891	\$ 9.1623	3.2838	\$16.1194
AGO-2015	\$ 3,195.91	3.2780	\$ 9.2625	3.5352	\$17.0366
SEPT-2015	\$ 3,145.64	3.2291	\$ 9.3976	4.2158	\$17.1486
OCT-2015	\$ 2,965.60	3.2630	\$ 9.5040	3.9490	\$16.6551
NOV-2015	\$ 3,075.98	3.3761	\$ 9.6681	3.7151	\$16.4664
DIC-2015	\$ 3,261.58	3.3970	\$ 13.0220	3.9629	\$17.1742
ENE-2016	\$ 3,361.34	3.4440	\$ 13.5658	4.1459	\$18.4881
FEB-2016	\$ 3,192.85	3.4525	\$ 15.5365	3.8290	\$17.8914

Cotización al 04-marzo-2016

**Fuente:** Banco Central de Ecuador

**Elaboración:** Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR

Según un artículo (2015) la producción de calzado deportivo es baja en el país, debido a que la mayoría de calzado deportivo elegido por el consumidor, son calzado deportivo importado, por elección de marcas, que ofrecen mayor comodidad, modelos, estilos, calidad, entre otros. Por este motivo el sector calzado ha disminuido e incluso importadores de este producto pueden llevar a utilizar el contrabando del mismo para aumentar sus ventas; disminuyendo así la oferta para que los manufactureros ecuatorianos produzcan mayor calzado. (El Comercio, 2015)

### 1.2.2 Marco conceptual

En esta investigación se utilizara la siguiente terminología.

- **Incidencia.-**

1. Como significado general, suceso que sobreviene en el curso de un asunto o de un negocio y tiene alguna relación con el mismo.

2. En el contexto bancario, suceso que sobreviene como consecuencia de un error o del incumplimiento de los procedimientos pertinentes. (CAIXA, 2015)

**Rentabilidad.-** La rentabilidad es el rendimiento, ganancia que produce una empresa. Se llama gestión rentable de una empresa la que no sólo evita las pérdidas, sino que, además, permite obtener una ganancia, un excedente por encima del conjunto de gastos de la empresa. La rentabilidad caracteriza la eficiencia económica del trabajo que la empresa realiza. Sin embargo, la obtención de ganancias no es un fin en sí para la producción socialista, sino que constituye una condición importantísima para poder ampliar la producción social y para poder satisfacer de manera más completa las necesidades de toda la sociedad. (Boríssov, 2015).

**Comercio Internacional.-** El comercio internacional hace referencia al movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados. Se realiza utilizando divisas y está sujeto a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen. Al realizar operaciones comerciales internacionales, los países involucrados se benefician

mutuamente al posicionar mejor sus productos, e ingresar a mercados extranjeros. (BALLESTEROS, R. ALFONSO, 1998)

**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. Hay 13 términos: EXW, FCA, FAS, FOB, CFR, CIF, CPT, CIP, DES, DEQ, DAF, DDP, DDU. Los Incoterms regulan: la entrega de mercancías, la transmisión de riesgos, la distribución de los costes, los trámites de documentos. Pero no regulan: la forma de pago ni la legislación aplicable. (PROECUADOR, 2010)

**Oferta Exportable.-** La oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa. (MINAGRI, 2015).

Esto es:

**Disponibilidad de producto:** Con base en el producto que desea exportar, la empresa debe determinar el volumen que tiene disponible para el mercado externo. El volumen debe ser aquel que pueda ofrecer de manera estable o continua. De igual modo, el producto debe cumplir con las exigencias y requerimientos del mercado objetivo.

**Capacidad económica y financiera de la empresa:** La empresa debe contar con los recursos necesarios para solventar una exportación, igualmente debe estar en condiciones de contar con precios competitivos. Si la empresa no cuenta con posibilidades de solventar el proceso con recursos propios, deberá contar con capacidad de endeudamiento y conseguir financiamiento externo.

**Capacidad de gestión:** La empresa debe desarrollar una cultura exportadora, con objetivos claros y conocimiento de sus capacidades y debilidades.

## **CAPITULO 2**

### **METODO**

#### **2.1 Metodología General**

La presente investigación obtuvo los resultados para reconocer la incidencia en el margen de rentabilidad sobre el calzado deportivo YANS comercializado en el mercado nacional de acuerdo las exportaciones que se realizarán.

##### **2.1.1 Nivel de Estudio**

En la investigación se tomaron en cuenta los datos estadísticos sobre la comercialización y distribución que se ha realizado del producto en el mercado nacional durante todo este tiempo, para conocer así la oferta exportable que tenemos para el mercado internacional, por lo que su nivel de estudio se consideró estadístico; aplicando adicionalmente otros métodos de estudio para la obtención de otros resultados.

##### **2.1.2 Modalidad de investigación**

La presente investigación se basó directamente desde datos de la fábrica del calzado, como de la distribuidora del mismo, debido a que el calzado ya ha estado siendo comercializado en el mercado nacional, durante mucho tiempo, el presente plan se basó en analizar si existe margen de rentabilidad en la exportación del mismo y si existe demanda en el mercado internacional.

##### **2.1.3 Método**

En la investigación se utilizaron los siguientes métodos con el propósito de lograr los objetivos propuestos.

###### **2.1.3.1 Método Estadístico**

Obteniendo datos cuantitativos que se encuentran presentados en investigaciones realizadas, ayudo a la recopilación de datos necesarios para el análisis estadístico del

comercio internacional, y las perspectivas de su comercialización en el mercado meta, en este caso a la república del Perú.

### **2.1.3.2 Método Descriptivo**

Este método nos ayudó a describir detalladamente las ventajas y desventajas de que forma el margen de rentabilidad de la comercialización nacional obtenida del producto hasta la actualidad incide en la oferta exportable del mismo para su exportación al mercado seleccionado. Describiendo así datos de cómo se encuentra establecido el producto en el mercado nacional como en el extranjero.

### **2.1.3.3 Método Propositivo**

Mediante el siguiente método se analizó los datos obtenidos de cómo se encuentra el mercado nacional y extranjero, obteniendo así un propósito, el cual es aumentar la producción nacional del producto, mejorar su comercialización nacional, incrementar puesto de trabajos para la mano de obra ecuatoriana, y obtener una oferta exportable positiva del producto para su previa exportación al mercado escogido y si es posible a otros mercados.

### **2.1.3.4 Método Analítico**

Mediante este método se obtuvo un análisis de los posibles efectos del margen de rentabilidad de la exportación al Perú del calzado deportivo Yans. Por lo cual se deberá poner los factores individualmente para su previo análisis y su participación dentro de la investigación.

### **2.1.3.5 Método Deductivo**

Mediante el siguiente método se dedujo los factores que conlleven la investigación, como ventajas y desventajas de la exportación de este producto, tanto en sus resultados actuales en cómo se ha llevado este sector en fechas anteriores, que resultados dará la exportación del calzado al Perú de acuerdo a su comercialización nacional, como podrá la exportación ayudar a las industrias ecuatorianas en incrementar su producción y su capacidad para elaborar un producto con mayor calidad, entre otros.

### 2.1.3.6 Entrevista

Para la presente investigación se realizó una entrevista parametrizada, la cual se consultó directamente al productor del calzado.

### 2.1.3.7 Población y muestra

**Población.-** es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.

Para el estudio a realizarse como población se tomó en cuenta a la fábrica en cuestión quien se encarga de la producción del calzado deportivo Yans, el cual mediante este estudio se pretende abrir mercado internacional con su exportación, y a la distribuidora del calzado para determinar el margen de rentabilidad con la comercialización nacional.

**Muestra.-** la muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población.

La presente investigación no necesita de una muestra, pues los estudios se basan en el comportamiento de la empresa.

### 2.1.4 Selección instrumentos de investigación

- Entrevista directa al dueño/fabricante del calzado deportivo YANS.
- Página web autorizadas por el gobierno nacional; tales como:
  - PRO-ECUADOR (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones)
  - MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad)
  - SENA
- Artículos de periódicos tales como El Universo, El Comercio, entre otros mediante sus páginas web.

### **2.1.5 Procesamiento de datos**

La información que se obtuvo fue obtenida y verificada en los respectivos ministerios autorizados por el gobierno en sus páginas web, así como en artículos de periódicos del país, tesis de grado relacionadas al tema en investigación, páginas web relacionadas al tema y datos respectivos al comercio exterior, en otras fuentes que nos brinden información verídica para la investigación.

## **2.2 Metodología específica**

### **2.2.1 Metodología Legal**

Debemos tomar en cuenta aspectos, requerimientos y reglas legales para actividades relacionadas y/o conexas al comercio exterior.

#### **2.2.1.1 Leyes relacionadas**

##### **2.2.1.1.1 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)**

**Art. 1.- Ámbito.-** Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional. El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente. (COPCI C. , 2010)

**Art. 2.- Actividad Productiva.-** Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado. (COPCI C. , 2010)

**Art. 3.- Objeto.-** 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 C. , 2010)

**Art. 4.- Fines.-** La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco eficiente;
- b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;
- c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;
- d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;
- e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la



- construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores;
- f. Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza;
- g. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables;
- h. Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo;
- i. Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos;
- j. Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados;
- k. Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico - institucional;
- l. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;
- m. Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador;
- n. Potenciar la sustitución estratégica de importaciones;
- o. Fomentar y diversificar las exportaciones;

- p. Facilitar las operaciones de comercio exterior;
- q. Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley;
- r. Incorporar como un elemento transversal en todas las políticas productivas, el enfoque de género y de inclusión económica de las actividades productivas de pueblos y nacionalidades;
- s. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente; y,
- t. Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica. (COPCI C. , 2010)

#### **2.2.1.1.2 Reglamento COPCI (Reforma al reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones)**

#### **REGIMENES DE EXPORTACION (SECCION II - Reglamento COPCI)**

- **EXPORTACION DEFINITIVA (SUBSECCION I - Reglamento COPCI)**

**Art. 158.-** Exportación Definitiva.- Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

La salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano de las mercancías declaradas para su exportación, deberá tener lugar dentro de los treinta días siguientes a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación. La Autoridad Aduanera o la empresa concesionaria del servicio de Depósito Temporal, registrará electrónicamente el ingreso a la Zona Primaria y la salida al exterior de las mercancías a ser exportadas.

Cuando por causas debidas al transporte de las mercancías por motivos de logística no pudiera cumplirse el plazo fijado en el inciso anterior, las autoridades aduaneras podrán prorrogar dicho plazo por una sola vez previo conocimiento de causa, que no será superior al periodo originalmente otorgado, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que hubiere lugar.

Sólo se podrán exportar aquellas mercancías que hayan sido objeto de una Declaración Aduanera de Exportación debidamente transmitida o presentada ante la Autoridad Aduanera. El ingreso a la Zona Primaria Aduanera de las mercancías destinadas a la exportación será realizada de acuerdo a los procedimientos que para el efecto dicte la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (COPCI S. -R., 2015)

## **OPERACIONES ADUANERAS (CAPITULO III - Reglamento COPCI)**

### **• CRUCE DE LA FRONTERA ADUANERA (SECCION I - Reglamento COPCI)**

**Art. 27.-** Consideraciones Generales.- Todo medio de transporte, unidad de carga y/o mercancías, que ingresen o salgan del territorio aduanero ecuatoriano, así como las personas en relación con las mercancías que transportan, estarán sujetas al control por parte de la Autoridad Aduanera, en relación al tráfico internacional de mercancías. Para el efecto, el Director General autorizará, modificará o restringirá los lugares habilitados para la práctica de esta operación. El Director Distrital correspondiente, previa delegación del Director General, fijará los horarios de acuerdo a las necesidades y requerimientos del Distrito Aduanero, así como procurará armonizar los horarios de atención con las administraciones aduaneras involucradas en el cruce de frontera aduanera, y de ser el caso, podrá autorizar se realicen controles en forma conjunta.

Esta operación se apoyará en las actividades que para el efecto realicen las entidades responsables del control del transporte aéreo, marítimo y terrestre del país, y de migración. Sus actuaciones estarán enmarcadas en las atribuciones y facultades legalmente establecidas para el efecto en la normativa pertinente. (COPCI S. -R., 2015)

**Art. 30.-** Control de bienes.- Los bienes que crucen la frontera en los diferentes medios de transporte deberán someterse a los diferentes controles aduaneros, sanitarios, fitosanitarios, u otros que correspondan, conforme a la normativa específica aplicable para cada tipo de mercancía. Para el efecto y de considerarse necesario, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador comunicará a las entidades a cargo de dichos controles la fecha y hora de las inspecciones que programe para realizarlos de forma conjunta.

Será obligación del transportista ante la aduana asegurar que toda la carga entregada para su transportación sea incluida en los documentos de transporte bajo el esquema "dice contener". El transportista o su representante serán responsables de las mercancías hasta el momento en que estas se entreguen a un Depósito Temporal, a una Zona Especial de Desarrollo Económico o a cualquier otro lugar designado o autorizado por la administración aduanera.

Cuando el transporte de las mercancías desde el lugar de introducción en el territorio aduanero ecuatoriano hasta la aduana u otro lugar habilitado sea interrumpido por caso fortuito o de fuerza mayor, el transportista está obligado a tomar todas las medidas pertinentes a fin de evitar que las mercancías circulen en condiciones no autorizadas y a informar dentro de un máximo de 24 horas de haber arribado al primer punto de control aduanero, a las autoridades aduaneras sobre las circunstancias que hayan interrumpido el transporte, sin perjuicio de las medidas especialmente establecidas por las normas comunitarias para las mercancías que circulen en tránsito aduanero. (COPCI S. -R., 2015)

## **MANIFIESTO DE CARGA (SECCION II - Reglamento COPCI)**

**Art. 31.-** Consideraciones Generales.- El transportista de la mercancía deberá entregar a la Autoridad Aduanera el manifiesto de carga a través de presentación física o de transferencia electrónica de datos, conforme las siguientes reglas:

b) En los casos en donde el tráfico de mercancías se realice por vía terrestre (transporte internacional), el manifiesto de carga y carta porte será entregado o

transmitido a la Autoridad Aduanera de ser el caso, hasta el momento en que se realice la operación de cruce de frontera. (COPCI S. -R., 2015)

**Art. 33.-** Elementos del Manifiesto de Carga.- Sin perjuicio de los demás requisitos previstos en normas especiales o internacionales, el manifiesto de carga electrónico deberá contener la siguiente información:

- a) Identificación del medio de transporte, y transportista;
- b) Identificación del lugar de salida y de destino de las mercancías;
- c) Fecha de salida y de llegada de las mercancías;
- d) Información completa de cada uno de los conocimientos de embarque, guías aéreas o cartas de porte, según corresponda;
- e) La identificación de la unidad de carga, en el caso del transporte marítimo;
- f) Cantidad de bultos, o mercancías a granel, según corresponda;
- g) El peso e identificación genérica de las mercancías; y,
- h) La indicación de carga consolidada en caso de que existiere, señalando el número de documento de transporte que la contiene.(COPCI S. -R., 2015)

**Art. 34.-** Elementos del Documento de transporte.- Sin perjuicio de los demás requisitos previstos en normas especiales o internacionales, el documento de transporte deberá contener la siguiente información:

- a) Lugar y fecha de celebración del acuerdo de voluntades;
- b) Nombre y dirección del operador de transporte, del embarcador (exportador, importador o intermediario) y del consignatario (a quien se le deberá entregar la carga en destino);
- c) Lugar y fecha en que fue recibida la mercancía por el operador de transporte, y lugar de destino donde deberá ser entregada;
- d) Descripción de la carga (tipo, naturaleza, cantidad, volumen, peso bruto y neto, marcas especiales, tipo de unitarización y valor referencial de la mercancía);
- e) Costos de transporte y monto de los intereses por demora en la entrega;
- f) Instrucciones del embarcador (exportador, importador o intermediario) al operador de transporte con relación a la carga;
- g) Lista de documentos entregados al operador de transporte; y,

h) Instrucciones y datos específicos de cada modo de transporte. (COPCI S. -R., 2015)

**Art. 63.-** Declaración Aduanera.- La Declaración Aduanera será presentada de manera electrónica y/o física de acuerdo al procedimiento y al formato establecido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Una sola Declaración Aduanera, podrá contener las facturas, documentos de transporte de un mismo manifiesto de carga y demás documentos de soporte o de acompañamiento que conformen la importación o exportación, siempre y cuando correspondan a un mismo declarante y puerto, aeropuerto o paso fronterizo de arribo para las importaciones; y de embarque y destino para las exportaciones.

Para efectos de contabilización de plazos y determinación de abandono tácito conforme el artículo 142 literal a) del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, se tomará en cuenta la llegada de la mercancía conforme lo ampare el manifiesto de carga contenido en la Declaración Aduanera. (COPCI S. -R., 2015)

## **2.2.2 Metodología de Comercio Exterior**

Para la realización de cualquier actividad relacionada con el comercio exterior necesitamos obtener ciertos certificados y permisos de acuerdo a la actividad que vayamos a realizar, posteriormente de las leyes a seguir.

### **2.2.2.1 Requisitos para ser Exportador (PROECUADOR, PROECUADOR)**

Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el SRI, indicando la actividad económica que va a desarrollar. Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades: Banco Central (<http://www.eci.bce.ec/web/guest/>), Security Data (<https://www.securitydata.net.ec/>)

### **Registrarse como Exportador en ECUAPASS (<https://ecuapass.aduana.gob.ec>)**

- Actualizar datos en la base.
- Crear usuario y contraseña.

- Aceptar las políticas de uso.
- Registrar firma electrónica.

## **Registro de Exportador en el ECUAPASS**

### **Paso 1**

- Tramitar el RUC en el SRI
- Adquirir el certificado digital para la firma electrónica
- Banco Central (<http://www.eci.bce.ec/web/guest/>)
- Security Data (<https://www.securitydata.net.ec/>)

### **Paso 2**

- Registrarse en el portal ECUAPASS
- Actualizar base de datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar políticas de uso
- Registrar firma electrónica

## **Registro de Usuario/ Autenticación Electrónica**

- Solicitud de uso (representante legal de la empresa)
- Solicitud de uso (empleado con la autorización del representante legal)
- Solicitud de uso (general-autorización a terceros)
- Solicitud de uso (entidad pública)

## **Etapas Pre-embarque**

El proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación en el sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañada de 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 la SENA E por parte del exportador o declarante.

**Los principales datos que se conseguirán de la DAE son:**

- Del exportador o declarante
- Descripción de la mercancía por ítem de factura
- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso
- Demás datos relativos a la mercancía

**Los documentos legales que acompañan a la DAE son:**

- Factura comercial original
- Lista de empaque
- Autorizaciones previas (cuando lo ameriten)

Cabe indicar que dependiendo del tamaño de la empresa y de la actividad económica de la misma, donde se involucren más de un encadenamiento productivo, se sugiere contratar los servicios de un agente de aduanas para que lo asesore en la apertura y cierre de la exportación. Se reitera que no se está en la obligación de contratarlo.

### **2.2.2.2 Certificados de Origen**

**Paso 1.- Registro en el ECUAPASS:**

El primer paso que debe realizar el exportador para poder obtener un certificado de origen es registrarse en ECUAPASS como exportador a través del sitio web: <https://portal.aduana.gob.ec/>, en la opción “Solicitud de Uso”. (Para registrarse en Ecuapass deberá contar previamente con la firma digital o TOKEN) (PROECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2016)



## **Paso 2.- Generación de la Declaración Juramentada de Origen (DJO):**

Dentro de ECUAPASS, debe ingresar al menú “Ventanilla Única”, opción “Elaboración de DJO”. El usuario deberá generar la respectiva Declaración Juramentada de Origen del producto a exportar, requisito mínimo para la obtención de TODO Certificado de Origen. La DJO tiene como objetivo determinar de forma sistematizada, si el producto cumple con las normas de origen establecidas en cada uno de los Acuerdos, para beneficiarse de las preferencias arancelarias correspondientes. La DJO tiene una duración de 2 años. (PROECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2016)

### **Tramite Declaración Juramentada de Origen (DJO)**

#### **Paso 1**

Ingreso al portal ECUAPASS, con usuario y contraseñas creados anteriormente

#### **Paso 2**

- Ventanilla única ecuatoriana :
- Certificado de origen
- Declaración juramentada de origen

#### **Paso 3**

- Elaboración de la DJO:
- Identificación de la empresa
- Producto(diligenciar un formulario para cada producto)
- Utilización de instrumentos de competitividad aduanera
- Materiales extranjeros importados o directamente adquiridos en el mercado nacional
- Materiales nacionales
- Costos y valor en fabrica-producto terminado
- Proceso de producción (completa descripción por etapas)
- Características técnicas del producto

- Aplicaciones del producto
- Valor agregado nacional
- Selección de esquema o acuerdo para origen
- Representante legal

### **Opciones para el usuario**

Guardar temporal, Traer (información guardada), Registro

### **Paso 3.-Generación del Certificado de Origen:**

Si va a exportar a Estados Unidos de América, Unión Europea, Terceros Países, SGP o SGP+, la única entidad emisora es el MIPRO. El exportador debe ingresar en ECUAPASS, menú “Ventanilla Única”, opción “Elaboración de CO”, completar el formulario en línea, para luego retirarlo físicamente en el MIPRO. (PROEcuador, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2016)

Si va a exportar a países de la CAN, ALADI O MERCUSUR, el Certificado de Origen puede ser emitido por las siguientes entidades habilitadas: Cámara de Industrias y Producción, Cámara de Industrias de Guayaquil, Cámara de Industrias de Tungurahua, Cámara de Industrias de Manta, Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha, Cámara de Comercio de Guayaquil, Cámara de Comercio de Machala, Cámara de Industrias de Cuenca, Cámara de Comercio de Huaquillas, Cámara de la Pequeña Industria del Carchi y FEDEXPOR. (PROEcuador, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2016)

El exportador deberá seguir el procedimiento de la entidad seleccionada, llenar el formulario y presentar documentación solicitada, para posteriormente retirar el certificado físico. (Próximamente las entidades habilitadas entrarán dentro ECUAPASS). (PROEcuador, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2016)

**Nota:** Este procedimiento se exceptúa para los productos de pesca, acuicultura e hidrocarburos, para cuales los entes emisores son la Subsecretaría de Pesca (MAGAP), Subsecretaría de Acuicultura (MAGAP) y Agencia de Regulación y Control Hidrocarbúfero

del Ecuador - ARCH, respectivamente. (PROECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2016)

### 2.2.2.3 Certificado digital de firma electrónica y Token

Con la implementación del nuevo sistema ECUAPASS se requieren cambios que permiten un desarrollo eficaz del mismo. (TCE)

Ahora todos los documentos realizados deberán incorporar la Firma Electrónica. Esta firma nos garantizará:

- **Autenticidad:** La información del documento y su firma electrónica se corresponden indubitablemente con la persona que ha firmado. (TCE)
- **Integridad:** La información contenida en texto electrónico, no ha sido modificada luego de su firma. (TCE)
- **No repudio:** La persona que ha firmado electrónicamente no puede decir que no lo ha hecho. (TCE)
- **Confidencialidad:** La información contenida ha sido cifrada y por voluntad del emisor, solo permite que el receptor pueda descifrarla. (TCE)

Para poder obtener la firma Electrónica se debe acceder a un Token de seguridad, también conocido como Token de autenticación o Token criptográfico es un dispositivo electrónico que se le da a un usuario autorizado de un servicio computarizado para facilitar el proceso de autenticación. (TCE)

La implementación de la Firma lo que busca es ahorro de dinero y tiempo, Desarrollo de la Sociedad de la Información, del Comercio Electrónico, reducción en volumen de papeleo, correo, fax y otros gastos fijos que es en lo que más se gasta en el momento de realizar trámites en el SENAE, sobre todo la incorporación de este elemento busca agilizar los negocios y trámites incrementando la productividad. (TCE)

Para la obtención del Certificado Digital de Firma Electrónica y Token hay que seguir ciertos requisitos que se encuentran a continuación: (PROEcuador R. )

### **2.2.2.3.1 Requisitos para obtener el certificado digital de firma electrónica y Token mediante Registro Civil.**

Registro de personas naturales y de personas en función de dependencia de empresas o compañías:

**Paso previo solo para empresas o compañías:** Ingresar al portal de Certificación Electrónica [www.eci.bce.ec](http://www.eci.bce.ec), opción “Firma Electrónica”, dar clic en “Registro Empresa u Organización”. Completar los campos solicitados y adjuntar los archivos requeridos en formato PDF. Posteriormente recibirá dos correos electrónicos, uno de recepción de registro y otro de aprobación del mismo. (PROEcuador R. )

**Paso 1:** Ingresar al portal de Certificación Electrónica [www.eci.bce.ec](http://www.eci.bce.ec), seleccionar el menú “Certificación Electrónica”, opción “Firma Electrónica”, y dar clic en la opción “Solicitud de Certificado”. (PROEcuador R. )

**Paso 2:** Verificar el listado de los documentos en formato PDF que se deberán adjuntar posteriormente. Escoger la opción “Ingresar la Solicitud”, completar los datos, enviar la solicitud de certificado e imprimirla. (PROEcuador R. )

#### **Persona jurídica:**

- Conocer el número de RUC de la empresa.
- Copia de cédula o pasaporte a color.
- Copia de papeleta de votación actualizada.
- Copia del Nombramiento, Acción de Personal o Certificado Laboral que indique el cargo firmado por el representante.
- Autorización firmada por el representante legal. (Descargar y completar modelo de oficio).

**Persona natural:**

- Copia de cédula o pasaporte a color.
- Copia de papeleta de votación actualizada.
- Copia planilla de servicios básicos (último mes) para validar la dirección.

**Paso 3:** Usted recibirá un correo electrónico de aprobación de la solicitud del Certificado y deberá acercarse a las oficinas del Registro Civil para confirmar la aprobación y a efectuar el pago de \$ 49 + IVA (\$ 27 emisión del certificado + 22 dispositivo portable o Token). El pago también puede ser realizado vía transferencia bancaria. (PROEcuador R. )

**Paso 4:** El solicitante deberá acercarse a las oficinas del Registro Civil portando la solicitud de aprobación, comprobante de pago, cédula o pasaporte y carta de autorización del representante legal (solo para personas jurídicas) para la emisión del certificado y entrega del Token. (PROEcuador R. )

#### **2.2.2.3.2 Requisitos para obtener el certificado digital de firma electrónica y Token mediante: SECURITY DATA**

**Paso 1:** Enviar los siguientes documentos al correo electrónico: [ventasuo@securitydata.net.ec](mailto:ventasuo@securitydata.net.ec) (Formato PDF y a color, cada documento en un archivo por separado). (PROEcuador R. )

**Representante Legal o miembro de una empresa:**

- Original de la cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros.
- Original de la papeleta de votación actualizada.
- Original o copia notariada del RUC de la empresa.
- Original o copia notariada del RUP en caso de tenerlo.
- Original o copia notariada del nombramiento del representante legal, adjuntando copia clara de la cédula de ciudadanía del mismo.
- Original o copia notariada del Certificado de Cumplimiento de Obligaciones o Constitución de la Empresa solicitante.

- Original de la carta de autorización firmada por el representante legal, donde conste el número de cédula, nombre y cargo de todos los solicitantes de la empresa.
- Formulario de solicitud completo: <https://www.securitydata.net.ec/descargas> (Punto 4.3 Formulario de Solicitud de Certificados)

**Persona natural:**

- Original de la cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros.
- Original de la papeleta de votación actualizada.
- Original de la planilla de un servicio básico (luz, agua, teléfono) de cualquiera de los últimos tres meses, a nombre de la persona que solicita el certificado y que certifique la dirección que conste en el RUC.
- Original o copia notariada del RUC.
- Original o copia notariada del RUP en caso de disponerlo.
- Formulario de solicitud completo: <https://www.securitydata.net.ec/descargas> (Punto 4.3 Formulario de Solicitud de Certificados).

**Paso 2:** SECURITY DATA procederá a revisar los documentos enviados anteriormente y en el lapso de 48 horas enviará un correo electrónico al solicitante, informando el estado del trámite y los pasos a seguir para proceder con el pago de \$89.70 + IVA (\$50.70 emisión del certificado +\$39 dispositivo portable o Token). (PROECUADOR R. )

**Paso 3:** Una vez aprobada la solicitud y luego de haber realizado el pago, el solicitante debe asistir a la cita designada por su asesor (trámite de carácter personal), con toda la documentación original o copias notariadas, para la entrega del Token y la clave. (PROECUADOR R. )

#### **2.2.2.4 Obtención de la licencia Primero Ecuador**

La licencia “Primero Ecuador” significa producto y/o servicio nacional de calidad socialmente deseable y ambientalmente aceptable; que contribuye a: (Ministerio Coordinador de Produccion)

- Transformar la matriz productiva.
- Fomentar la producción nacional.
- Generar trabajo y empleo de calidad y digno.
- Generar sistemas integrales para la innovación y el emprendimiento.
- Aumentar valor agregado y preferencia comercial, lo cual permite que el producto o servicio encuentre nuevos mercados.
- Mejora la relación de las empresas con las comunidades.
- Genera mayor compromiso y productividad con los colaboradores.
- Permite a los consumidores identificar cuáles son los productos de calidad producidos en Ecuador.

Las empresas que obtengan la licencia “Primero Ecuador” podrán acceder a beneficios como: (Ministerio Coordinador de Produccion)

- Financiamiento para el desarrollo productivo.
- Promoción nacional a través de acuerdos comerciales con diferentes canales de distribución.
- Mejores relaciones con los grupos de interés.
- Rentabilidad a largo plazo

La autoridad responsable de la emisión de la licencia es el MCPEC (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad). (Ministerio Coordinador de Produccion)

#### **2.2.2.5 Certificaciones y sellos privados más importantes según nuestro sector productivo (cuero y calzado) son los siguientes.-**

La Iniciativa de Comercio Ético (ETI/Ethical Trade Initiative) es una alianza innovadora entre las empresas, los sindicatos y las organizaciones voluntarias, que se encargan de trabajar en conjunto con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los trabajadores pobres y vulnerables en todo el mundo. (SAE)

La certificación OHSAS 18001:2007 es la evaluación del sistema de gestión de la salud y seguridad laboral, que tiene el mayor reconocimiento a nivel mundial. Fue desarrollada por un

conjunto de importantes organizaciones internacionales de certificación en la cual incorporan una estrategia empresarial que se fundamenta en los distintos riesgos que existen para enfrentar una legislación cambiante y proteger el capital humano. (SAE)

#### **2.2.2.6 RTE INEN 080 “ETIQUETADO DE CALZADO”, Modificatoria 1(2014-12-08) (INEN, 2014).-**

En la Modificatoria 1, página 3, numeral 7 Dice:

### **7. PROCEDIMIENTO PARA LA EVALUACIÓN DE LA CONFORMIDAD**

7.1 De conformidad con lo que establece la Ley No. 2007-76 del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, previamente a la comercialización de los productos nacionales e importados contemplados en este reglamento técnico, deberán demostrar su cumplimiento a través de un certificado de inspección de producto, expedido por un organismo de inspección de producto acreditado por el OAE, de acuerdo a lo siguiente:

a) Para productos importados. Emitido por un organismo de inspección de producto acreditado por el OAE, según lo que establece la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad. La inspección y el muestreo se realizarán al lote de productos en destino.

b) Para productos fabricados a nivel nacional. Emitido por un organismo de inspección de producto acreditado por el OAE, según lo establece la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad. La inspección y el muestreo se realizarán al lote de productos en la empresa fabricante.

7.2 Para la demostración de la conformidad de los productos, los fabricantes nacionales e importadores deberán demostrar su cumplimiento a través de la presentación del certificado de inspección, Esquema 1b, establecido en la norma ISO/IEC 17067.

7.3 La autoridad competente se reserva el derecho en cualquier momento a cuenta y a cargo del fabricante o importador del producto, de requerir ensayos en un laboratorio



acreditado, o designado para verificar los materiales utilizados en la fabricación de las cuatro partes que componen el calzado.

Debe decir:

7.1 De conformidad con lo que establece la Ley No. 2007-76 del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, previamente a la comercialización de los productos nacionales e importados contemplados en este reglamento técnico, deberán demostrar su cumplimiento a través de un certificado de inspección de producto, expedido por un organismo de inspección de producto acreditado por el Servicio de Acreditación Ecuatoriano, SAE, de acuerdo a lo siguiente:

#### 7.1.1 Para productos importados

a) Certificado de inspección de producto emitido por un organismo de inspección acreditado por el SAE, según lo que establece la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad. La inspección y el muestreo al lote de productos se realizarán en destino; el organismo de inspección verificará el cumplimiento de las etiquetas de conformidad con el presente Reglamento Técnico y emitirá el certificado de inspección, documento que será habilitante para la obtención del Certificado de Reconocimiento INEN requerido para la nacionalización de la mercancía por el SENAE.

b) Declaración juramentada del importador debidamente legalizada, donde el importador se responsabiliza por el cumplimiento con los requisitos establecidos en este Reglamento Técnico, en la que debe registrar la siguiente información del producto que importa: detalle del producto, detalle por sub-partida arancelaria, país de origen de la mercancía, país de origen de fabricación, cantidad y monto de importación, razón social e identificación fiscal y firma del representante legal del importador. Para esta declaración deberá completar el formato de declaración juramentada del importador y adjuntar como documentos de acompañamiento las etiquetas por tipo de producto.

En este caso, el importador además debe adjuntar el Registro de Operadores establecido mediante Acuerdo Ministerial N°. 14114 del 24 de enero de 2014.

Además y de ser necesario, previo a la nacionalización de la mercancía, el INEN o las Autoridades de Vigilancia y Control competentes, se reservan el derecho de realizar el muestreo, ensayos e inspección de rotulado, de conformidad con este Reglamento Técnico, en cualquier momento, a cuenta y a cargo del fabricante o importador del producto.

7.1.2 Para productos fabricados a nivel nacional. Emitido por un organismo de inspección de producto acreditado por el SAE, según lo que establece la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad; el organismo de inspección verificará el cumplimiento de las etiquetas de conformidad con el presente Reglamento Técnico y emitirá el certificado de inspección, el cual previo a la comercialización deberá ser registrado por el fabricante en la Subsecretaría de la Calidad del Ministerio de Industrias y Productividad, en cumplimiento de lo establecido en la Resolución No. 001-2013-CIMC publicada en el Registro Oficial No. 4 de 2013-05-30 y la Resolución No. 005-2013-CIMC publicada en el Registro Oficial No 167 de 2014-03-22, y sus modificatorias.

7.2 La autoridad competente se reserva el derecho en cualquier momento a cuenta y a cargo del fabricante o importador del producto, de requerir ensayos en un laboratorio acreditado, o designado para verificar los materiales utilizados en la fabricación de las cuatro partes que componen el calzado. (INEN, 2014)

## CAPITULO 3

### RESULTADOS

#### 3.1 Recolección y tratamiento de datos

##### 3.1.1 O1: Analizar la comercialización nacional del calzado deportivo YAN´S.

Entrevista parametrizada para la obtención de información del mercado local del calzado.

**Tabla 3.1. Entrevista parametrizada**

1/4

No.	PREGUNTAS / RESPUESTAS	ANÁLISIS
1	<p>¿Cuál es el proceso de producción del calzado?</p> <p>El primer paso en la producción es la plantilla del zapato.- se procede a mezclar el caucho en estado natural en una cantidad de 25kg, con químicos, resina plástica líquida en un 70% y polímeros. Son tres tipos de caucho que se usan en las plantillas, dependiendo del modelo ya sea imitaciones en converse o en Vans; el tiempo de reposo depende la cantidad de plantillas que se vayan a producir.</p> <p>Segundo se procede a colorear la tela deseada. Una vez coloreada la tela, se corta en piezas para proceder a la cocida del modelo deseado.</p> <p>Una vez fabricadas las plantillas y la tela, se procede a la armada del calzado, pegar la tela con la plantilla. Se ingresa el calzado armado al horno para su mejor pegado, y que se compacte la forma realizada. Después se proceda a limpiar las impurezas y a revisar cualquier defecto. Y listo el calzado se empaca por docena y se procede a su distribución.</p>	<p>Mediante la siguiente pregunta podremos saber cómo los fabricantes producen sus productos, es decir que químicos utilizan, que materiales, cual es el proceso para fabricar un calzado de tipo deportivo, si son fabricados solo manualmente o si se necesita de maquinaria especializada para el proceso, entre otros.</p>
2	<p>¿Cuántos pares de zapatos produce al día?</p> <p>La fábrica produce o tiene una fabricación estimada de pares de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pares Diarios.- 50 Doc. X 12 unid. c/doc. X 6 Modelos, esto es igual a 3600 unid. diarias.</li> <li>• Pares Mensuales.- 3600 Pares diarios X 20 Días laborales, esto es igual a 72000 unid. mensuales.</li> <li>• Pares Anuales.- 72000 Pares Mensuales X 260 Días al año, esto es igual a 18720000 unid. anuales.</li> </ul>	<p>Mediante esta pregunta podemos saber con más certeza la oferta exportable con la que contaría la empresa para poder realizar la respectiva exportación del calzado, al mercado elegido.</p>

**Tabla 3.1. (Cont.)****2/4**

3	¿De dónde proviene su materia prima?	Aquí determinamos la poca materia prima requerida para la fabricación de ciertos productos en el país, por lo que el mercado decide importarlos y ponerle tanta salvaguardias a los mismos, evita que el fabricante pueda realizar un producto con mayor calidad, por escases de estos productos que por lo general el país no tiene la capacidad de fabricarlos.
4	¿Cuánto tiempo se demora en fabricar un par de calzado?	Aquí determinamos le tiempo de fabricación de cada par de zapato, para así conocer en cuanto tiempo tendremos realizado la cantidad solicitada para su comercialización y exportación.
5	¿Cómo se comercializa el calzado deportivo YAN'S en el mercado nacional, al por menor, al por mayor o cual es la forma?  El calzado deportivo puede ser obtenido por el consumidor de las dos formas, ya sea por mayor para que ellos lo comercialicen para ganancia, dependiendo de la cantidad que lleven tienen descuento en la mercadería; o por menor es decir para su consumo personal.	Aquí determinamos como el calzado deportivo Yans, se vende en el mercado nacional es decir, si la empresa procura vender en volumen, calidad, o valor.
6	¿Existe algún intermediario para la distribución del calzado en el mercado nacional?  El mismo es distribuido y comercializado por la empresa Punto de Fábrica, la empresa es distribuidora directa del calzado de la fábrica, con sede en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, y su sucursal en la ciudad de Quevedo.	Aquí determinamos el medio por el cual se realiza la comercialización nacional del calzado deportivo Yans.

**Tabla 3.1. (Cont.)****3/4**

7	<p>¿Cuál es el precio final del calzado? De acuerdo a los modelos fabricados, desglosamos los precios de la siguiente manera:</p>	<p>Mediante esta pregunta tomaremos en cuenta los valores tanto como valor final del producto en fábrica, su valor en el mercado nacional, analizando así cual es la rentabilidad de la fábrica y de la distribuidora en la comercialización nacional final del calzado, y así mismo la rentabilidad a obtener en su exportación.</p>																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Modelo</th> <th>Tallas</th> <th>P. UNIT Compra de la Fábrica</th> <th>P.V.P en Ecuador</th> <th>P.V.P. en Perú</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Converse</td> <td>23-34</td> <td>\$ 7</td> <td>\$ 12</td> <td>\$ 15</td> </tr> <tr> <td>Converse</td> <td>35-43</td> <td>\$ 7.50</td> <td>\$ 12</td> <td>\$ 15</td> </tr> <tr> <td>Vans</td> <td>35-43</td> <td>\$ 8.50</td> <td>\$ 12</td> <td>\$ 15</td> </tr> <tr> <td>NOTA:</td> <td>15 USD</td> <td>CORRESPONDE A</td> <td>50.39</td> <td>NUEVO SOL</td> </tr> </tbody> </table>		Modelo	Tallas	P. UNIT Compra de la Fábrica	P.V.P en Ecuador	P.V.P. en Perú	Converse	23-34	\$ 7	\$ 12	\$ 15	Converse	35-43	\$ 7.50	\$ 12	\$ 15	Vans	35-43	\$ 8.50	\$ 12	\$ 15	NOTA:	15 USD	CORRESPONDE A	50.39	NUEVO SOL	
Modelo	Tallas	P. UNIT Compra de la Fábrica	P.V.P en Ecuador	P.V.P. en Perú																							
Converse	23-34	\$ 7	\$ 12	\$ 15																							
Converse	35-43	\$ 7.50	\$ 12	\$ 15																							
Vans	35-43	\$ 8.50	\$ 12	\$ 15																							
NOTA:	15 USD	CORRESPONDE A	50.39	NUEVO SOL																							
8	<p>¿Los empleados contratados, es decir la mano de obra ecuatoriana recibe algún tipo de capacitación para la elaboración del calzado?</p> <p>Claro que si, cada empleado una vez que es contratado para formar parte del equipo de producción de la fábrica, obtiene capacitación para que conozca como es cada proceso de cada pieza del calzado, para que al momento de la fabricación sepan qué cantidad de producto se utiliza, como tienen que proceder a coser, unir piezas, crear las plantillas, tinturar la tela, entre otros.</p> <p>Para cada proceso se tiene distribuido al personal, previamente capacitado de cada proceso. Unos son capacitados para unir las piezas, otros para procesar los productos químicos, y otros en cada sector.</p>	<p>Mediante esta pregunta analizamos si la mano de obra ecuatoriana que es contratada por fabricantes extranjeros, recibe capacitaciones por parte de sus empleadores y no reciben mal trato al ser contratados; así sabremos si nuestra mano de obra es capacitada para poder trabajar en otras fábricas del mismo sector, si reciben todos los beneficios que la ley obliga, recibiendo nueva información y conocimientos para su diario vivir. Dando a conocer que nuestra mano de obra hará productos de buena calidad.</p>																									

**Tabla 3.1. (Cont.)****4/4**

9	<p>¿Qué tiempo de duración tiene el calzado deportivo? El calzado no tiene un tiempo de duración específico, el zapato dura dependiendo el uso que le dé el consumidor. Para una mejor duración, el calzado no debe ser lavado con detergente debido a que este tiene blanqueadores que decoloran la tela; no debe ser lavado en lavadora, deber ser lavado a mano con un cepillo de cerdas suaves; no secarlo durante mucho tiempo al sol; entre otros.</p>	<p>Aquí determinamos si la calidad que nos ofrece el fabricante es buena o no, ya que el consumidor desea adquirir un producto bueno, bonito y barato.</p>
10	<p>¿La fábrica tiene pensado elaborar otro tipo de calzado que no sea deportivo?</p> <p>Claro que sí, pero por el momento la demanda solo nos ha solicitado los deportivos porque ha tenido buena acogida y la empresa ya está siendo reconocida. En un futuro no muy lejano se piensa fabricar zapatos con otros modelos ya sean deportivos o no, como pueden ser casuales de cuero, entre otros. Si la demanda del mercado solicita a una gran escala o cantidad otro modelo como pueden ser de cuero, la empresa hará lo posible para satisfacer a los consumidores.</p>	<p>Aquí analizamos si la fábrica puede ser capaz o se cree capaz de poder elaborar calzado que no solo sea el deportivo, sino de otros estilos; lo cual dará mayor reconocimiento no solo a la empresa, sino a la manufactura ecuatoriana, que en si la mano de obra es nacional; dando así mayor creación de fuentes de trabajo. Y mayor oportunidad a la manufactura ecuatoriana, para ser exportada al extranjero, dando reconocimiento de calidad al país.</p>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

La comercialización del calzado deportivo Yans, se ha llevado a cabo desde hace dos años y medio, mediante la distribuidora creada desde el mismo tiempo, teniendo como ventaja la conexión directa con el dueño de la fábrica productora del calzado, conseguimos el calzado a un precio considerable, para que al momento de su comercialización la ganancia de la venta sea muy positiva.

Comparando la demanda que anteriormente tuvo el calzado y su demanda en la actualidad, esta tendrá un aumento cada día. Esto es de acuerdo a un informe interno de las ventas diarias que ha tenido la distribuidora

### 3.1.2 O2: Determinar la oferta exportable del calzado deportivo YAN'S en relación a la comercialización Nacional.

La fábrica produce o tiene una fabricación estimada de pares de la siguiente manera:

- Pares Diarios.- 50 Doc. X 12 unid. c/doc. X 6 Modelos, esto es igual a 3600 unid. diarias.
- Pares Mensuales.- 3600 Pares diarios X 20 Días laborales, esto es igual a 72000 unid. mensuales.
- Pares Anuales.- 72000 Pares Mensuales X 260 Días al año, esto es igual a 18720000 unid. anuales.

### 3.1.3 O3: Determinar el margen de rentabilidad del calzado deportivo YAN'S por la exportación al Perú.

- **Margen de Rentabilidad Internacional** = 
$$\frac{(\text{Precio de Exportación}) - (\text{Costos logísticos})}{(\text{Precio de Exportación})}$$

#### Precio del calzado para la exportación

- **Precio Venta (Exportación FCA)** = Precio Mercancía Unitario (Materia Prima + Costos de Producción) \* Cantidad a Exportar + Costos de Exportación (Transporte interno al puerto + Gasto Certificado de Origen + Gasto Certificado de Org. Intervinientes + Otros Gastos de Administración + Gastos de Comercialización + Gastos Financieros + Gastos de Embalaje de exportación + Transporte Interno + Entre Otros)

**Tabla 3.2. Costos Logísticos Exportación del Calzado**

Costos Logísticos			
Carga Contenerizada en Contenedor 20' DryVan			
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Contenedor
EXW	492 pares (41 doc. /327 sacos)	\$ 7.50	\$ 3690
Estiba al Carro		\$ 0.71	\$ 350
Transporte a la Frontera		\$ 1.52	\$ 750
FCA		\$ 9.74	\$ 4790
DAE (Declaración de Aduana)		\$ 0.51	\$ 250
Certificados		\$ 0.02	\$ 10
CPT		\$ 10.27	\$ 5050

**Fuente:** Investigación propia

**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

### Margen de Rentabilidad Nacional

$$= \frac{(\text{Precio de Venta}) - (\text{Costos de Producción})}{(\text{Precio de Venta})}$$

**Tabla 3.3. Costos de Producción del Calzado**

Costos de Producción	
Detalle	Cantidad
Cantidad producida mensualmente	72000 pares
Materia Prima	\$ 2.25
Mano de Obra	\$ 3.30
Costos Indirectos	\$ 1.95
Total	\$ 7.50 por par
Precio Válido al Público Nacional	\$ 12.00
Ganancia por par vendido nacionalmente	\$ 4.50

**Fuente:** Investigación propia

**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Destino de la mercancía a exportar:** Huaquillas, frontera de Ecuador - Perú

La fábrica no cuenta con certificado de origen para el calzado.

- Medidas impositivas para las mercancías de la subpartida nacional 6404.19.00.00 establecidas para su ingreso al país (SUNAT, 2012)

**Tabla 3.4. Gravámenes vigentes para la subpartida 6404.19.00.00 Los demás (subpartida perteneciente al producto a exportar)**

TIPO DE PRODUCTO: LEY 29666-IGV 20.02.11/DS.055-2011-EF 10.04.11	
Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	11%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	2%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	(*)

**Fuente:** Investigación propia

**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

En este caso los gravámenes vigentes para este tipo de producto que ingresen al Perú perteneciente a la subpartida arancelaria peruana, esta liberada del 100% de Ad-Valorem, por la CAN. (SUNAT, 2012)



**Tabla 3.5. Convenios internacionales**

<b>SECCIÓN:</b>	<b>XII : CALZADO, SOMBREROS Y DEMAS TOCADOS, PARAGUAS, QUITASOLES, BASTONES, LATIGOS, FUSTAS, Y SUS PARTES; PLUMAS PREPARADAS Y ARTICULOS DE PLUMAS; FLORES ARTIFICIALES; MANUFACTURAS DE CABELLO</b>
<b>CAPITULO:</b>	<b>64 : Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos</b>
64.04	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.
	- Calzado con suela de caucho o plástico:
6404.19.00.00	- - Los demás

**Fuente:** Investigación propia

**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

Tabla 3.6. Convenios Internacionales de Perú

1/6

PAIS	CONVENIO INTERNACIONAL	P.NALADISA	T.MARGEN	FECHA DE VIGENCIA	ARANCEL BASE/PREFERENCIAL	PORCENTAJE LIBERADO ADV	OBSERVACION
CANADA	803 - TLC PERU - CANADA			01/01/2012-31/12/9999	20%	100%	
MEXICO	809 - ACUERDO DE INTEGRACION ECONOMICA PERU - MEXICO			01/02/2012-31/12/9999	20%	100%	
PANAMA	811 - TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU - PANAMA			01/05/2012-31/12/9999	17%	20%	
EE.UU.	802 - ACUERDO DE PROMOCION COMERCIAL PERU - EE.UU.		2	01/01/2012-31/12/9999	20%	100%	EXCEPTO: DISEÑADO PARA SER USADO COMO PROTECCION CONTRA LIQUIDOS, ACEITE, GRASA O QUIMICOS, FRIO O INCLEMENCIAS DEL TIEMPO
ITALIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA			01/03/2013-31/12/9999	17%	100%	
LUXEMBURGO	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA			01/03/2013-31/12/9999	17%	100%	
AUSTRIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA			01/03/2013-31/12/9999	17%	100%	
LITUANIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA			01/03/2013-31/12/9999	17%	100%	
CHIPRE	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA			01/03/2013-31/12/9999	17%	100%	

**Tabla 3.6. (Cont.)****2/6**

BULGARIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
DINAMARCA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
BELGICA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
ALEMANIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
PORTUGAL	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
ESPAÑA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
PAISES BAJ	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
REPUBLICA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
MALTA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
POLONIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
FINLANDIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
LETONIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%

**Tabla 3.6. (Cont.)****3/6**

ESTONIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA		01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
REINO UNIDO	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA		01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
RUMANIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA		01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
IRLANDA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA		01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
SUECIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA		01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
ESLOVENIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA		01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
ESLOVAQUIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA		01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
GRECIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA		01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
CHILE	338 - ACUERDO DE LIBRE COMERCIO PERU - CHILE	64041900	01/07/2013- 31/12/9999	---%	100%
HUNGRIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA		01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
FRANCIA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA		01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%
VENEZUELA	229 - ACUERDO DE ALCANCE PARCIAL DE NATURALEZA COMERCIAL PERU		23/09/2013- 31/12/9999	---%	100%

**Tabla 3.6. (Cont.)****4/6**

CHILE	815 - PROTOCOLO ADICIONAL AL ACUERDO MARCO DE LA ALIANZA DEL		01/05/2016-31/12/9999	11%/0%		
COLOMBIA	815 - PROTOCOLO ADICIONAL AL ACUERDO MARCO DE LA ALIANZA DEL		01/05/2016-31/12/9999	11%/0%		
MEXICO	815 - PROTOCOLO ADICIONAL AL ACUERDO MARCO DE LA ALIANZA DEL		01/05/2016-31/12/9999	11%/0%		
EE.UU.	802 - ACUERDO DE PROMOCION COMERCIAL PERU - EE.UU.	1	01/01/2016-31/12/2016	20%	80%	DISEÑADO PARA SER USADO COMO PROTECCION CONTRA LIQUIDOS, ACEITE, GRASA O QUIMICOS, FRIO O INCLEMENCIAS DEL TIEMPO
COSTA RICA	813 - TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU - COSTA RICA		01/01/2016-31/12/2016	17%	80%	
JAPON	810 - ACUERDO DE ASOCIACION ECONOMICA PERU - JAPON		01/04/2016-31/03/2017	17%	75%	
PANAMA	811 - TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU - PANAMA		01/01/2016-31/12/9999	17%	100%	
COREA	806 - TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU - COREA		01/01/2016-31/12/2016	17%	60%	

Tabla 3.6. (Cont.)

5/6

ISLANDIA	807 - ACUERDO DE LIBRE COMERCIO PERU - AELC			01/01/2016-31/12/2016	20%	60%	
LIECHTENST	807 - ACUERDO DE LIBRE COMERCIO PERU - AELC			01/01/2016-31/12/2016	20%	60%	
NORUEGA	807 - ACUERDO DE LIBRE COMERCIO PERU - AELC			01/01/2016-31/12/2016	20%	50%	
SUIZA	807 - ACUERDO DE LIBRE COMERCIO PERU - AELC			01/01/2016-31/12/2016	20%	60%	
ARGENTINA	358 - ALADI, ACE 58 PERU - ARGENTINA, BRASIL, URUGUAY Y PARAG	64041900		01/01/2016-31/12/9999	---	100%	
BRASIL	358 - ALADI, ACE 58 PERU - ARGENTINA, BRASIL, URUGUAY Y PARAG	64041900	1	01/01/2016-31/12/9999	---	100%	EXCEPTO ORIGINARIAS DE ZONAS FRANCAS O AREAS ADUANERAS ESPECIALES
PARAGUAY	358 - ALADI, ACE 58 PERU - ARGENTINA, BRASIL, URUGUAY Y PARAG	64041900		01/01/2016-31/12/2016	---	90%	
URUGUAY	358 - ALADI, ACE 58 PERU - ARGENTINA, BRASIL, URUGUAY Y PARAG	64041900		01/01/2016-31/12/2016	---	90%	
SINGAPUR	804 - ACUERDO DE LIBRE COMERCIO PERU - SINGAPUR			01/01/2016-31/12/2016	20%	80%	
BOLIVIA	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES			03/09/2012-31/12/9999	---	100%	

**Tabla 3.6. (Cont.)****6/6**

COLOMBIA	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES	03/09/2012- 31/12/9999	---%	100%
ECUADOR	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES	03/09/2012- 31/12/9999	---%	100%

**Fuente:** Investigación propia**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

## **REGIMENES DE EXPORTACION (SECCION II - Reglamento COPCI)**

- **Exportación definitiva (Subsección I - Reglamento COPCI)**

**Art. 158.-** Exportación Definitiva.- Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

La salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano de las mercancías declaradas para su exportación, deberá tener lugar dentro de los treinta días siguientes a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación. La Autoridad Aduanera o la empresa concesionaria del servicio de Depósito Temporal, registrará electrónicamente el ingreso a la Zona Primaria y la salida al exterior de las mercancías a ser exportadas.

Cuando por causas debidas al transporte de las mercancías por motivos de logística no pudiera cumplirse el plazo fijado en el inciso anterior, las autoridades aduaneras podrán prorrogar dicho plazo por una sola vez previo conocimiento de causa, que no será superior al periodo originalmente otorgado, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que hubiere lugar.

Sólo se podrán exportar aquellas mercancías que hayan sido objeto de una Declaración Aduanera de Exportación debidamente transmitida o presentada ante la Autoridad Aduanera. El ingreso a la Zona Primaria Aduanera de las mercancías destinadas a la exportación será realizada de acuerdo a los procedimientos que para el efecto dicte la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (COPCI S. -R., 2015)

### **Regla aplicable INCOTERMS (aplicable para cualquier tipo de transporte)**

#### **FCA (Free Carrier):**

Free Carrier o franco transportista es cuando el vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen (este lugar convenido para



entregar la mercancía suele estar relacionado con los espacios del transportista). Se hace cargo de los costos hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido; entre otros, la aduana en el país de origen.

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.

El comprador debe notificar al vendedor el nombre del transportista o la persona designada con el tiempo suficiente para permitir al vendedor entregar la mercancía. El INCOTERM FCA se puede utilizar con cualquier tipo de transporte, sin embargo es poco usado. (INCOTERMS, 2010)

## CAPITULO 4

### DISCUSION

#### 4.1 Conclusiones

- La comercialización nacional del calzado deportivo Yans, ha tenido un resultado positivo, ya que la fábrica, así como la distribuidora ofrecen un producto de calidad, y a un buen precio. Dando así al consumidor accesibilidad para obtenerlo, debido a su bajo costo. Es decir, un par del modelo del calzado de marca y vendido en centros comerciales cuesta aproximadamente de \$50 en adelante, mientras que la distribuidora ofrece un par del calzado a \$12 o \$15 máximo; donde el consumidor obtiene un ahorro de más del 50% en la compra.
- La oferta exportable está determinada bajo la gran cantidad producida de pares, para su posterior distribución; la fábrica produce una cantidad estimada de 50 docenas diarias de 6 modelos distintos, dando un total diario de producción de 3600 pares
- Analizando la venta nacional del calzado obtenemos un 37,50 % por par vendido en el mercado nacional. Mediante la exportación del calzado deportivo, obtenemos apenas un margen de rentabilidad del 26.97%, haciendo una comparación de ambos márgenes, no se obtiene una mayor rentabilidad, ganamos más en la venta nacional que en la venta internacional

## 4.2 Recomendaciones

- La fábrica debería implementar nuevos modelos a su fabricación, debido a la demanda que existe actualmente en el mercado nacional, ya que su precio en comparación a los originales es más accesible el consumidor los ha solicitado varias veces,; y si son los mismos modelos debe implementar variedad de colores.
- La fábrica debería tratar y analizar qué tipo de materias primas puede conseguir en el país, siempre y cuando está la produzca, obtenerlas y así fabricar un producto 100% Ecuatoriano, tanto en su mano de obra, como en sus materias primas.
- En el mercado de destino ya existen modelos similares al calzado Yans y su precio no es tan alto, por lo que puede ser comparado con el precio del mercado nacional. Para la exportación del calzado Yans, se suman los trámites para la misma, por lo que sube su precio en el destino, y tratar de venderlo más caro que al similar, no es recomendable porque la demanda sería demasiado baja, en relación a la demanda existente en el mercado nacional.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Actual, E. (s.f.). Exportaciones en cuero y calzado subieron más de 152%.  
<http://www.ecuadoractual.com/not.php?cod=6>.
- BALLESTEROS, R. ALFONSO. (01 de 01 de 1998). *Comercio exterior: teoría y práctica* (Ballesteros, R. Alfonso). Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/>:  
<http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/13-que-es-comercio-internacional>
- Boríssov, Z. y. (2015). *DICCIONARIO DE ECONOMIA POLITICA*. Recuperado el 09 de 08 de 2016, de <http://www.eumed.net/coursecon/dic/bzm/r/rentabilidad.htm>
- CAIXA, L. (2015). *Diccionario económico financiero*. Obtenido de [https://portal.lacaixa.es/docs/diccionario/I\\_es.html#INCIDENCIA](https://portal.lacaixa.es/docs/diccionario/I_es.html#INCIDENCIA)
- COPCI, C. (29 de 12 de 2010). *SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR*. Recuperado el 03 de 08 de 2016, de [http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/ccop/S351\\_20101229.pdf](http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/ccop/S351_20101229.pdf)
- COPCI, S. -R. (29 de 04 de 2015). *SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR - REGLAMENTO AL TITULO FACILITACION ADUANERA*. Recuperado el 03 de 08 de 2016, de [http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/rcop/S452\\_20110519-20150429.pdf](http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/rcop/S452_20110519-20150429.pdf)
- El Comercio, N. (MARZO de 2015). La producción de calzado deportivo es baja en el país. págs. <http://www.elcomercio.com/actualidad/produccion-calzado-deportivo-ecuador-salvanguardia.html>.
- El Universo, N. (19 de 07 de 2015). Innovación y diseño son aún un desafío para el zapato ecuatoriano. *EL UNIVERSO*, págs. <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/07/19/nota/5024746/innovacion-diseno-son-aun-desafio-zapato-local>.
- ELUNIVERSO. (19 de 07 de 2015). Innovación y diseño son aún un desafío para el zapato ecuatoriano. *EL UNIVERSO*, págs. <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/07/19/nota/5024746/innovacion-diseno-son-aun-desafio-zapato-local>.
- Estrella Cueva, C. A. (2007). PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE CALZADO DE SEGURIDAD

HACIA EL MERCADO HOLANDÉS. QUITO, PICHINCHA, ECUADOR:  
PROYECTO UTE.

- Exportador, D. d. (s.f.). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/04/GuiaCertificaciones.pdf>
- Exportador, S. .. (s.f.). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/04/GuiaCertificaciones.pdf>
- <http://deconceptos.com/general/incidencia#ixzz3Q4B2YBHk>. (s.f.).
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Calzado\\_deportivo](http://es.wikipedia.org/wiki/Calzado_deportivo). (s.f.).
- <http://www.buenastareas.com/ensayos/Conceptos-Generales-De-Comercio-Nacional-e/1536453.html>. (s.f.).
- INCOTERMS, P. (2010). *PROECUADOR*. Recuperado el 09 de 08 de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/fca-franco-porteador/>
- INDUSTRIAS.GOB.EC. (s.f.). <http://www.industrias.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/bp131-ficce-2015-oportunidad-para-conocer-a-la-industria-del-calzado-ecuadoriano-con-calidad/>
- INEN. (08 de 12 de 2014). [www.normalizacion.gob.ec](http://www.normalizacion.gob.ec). Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/01/2M-RTE-080.pdf>
- Leon Gavilanes, M. F. (2014). *INVESTIGACION SOBRE LA SALVAGUARDIA A LAS IMPORTACIONES ENTRE ECUADOR Y CHINA, INFLUYE EN EL SECTOR DE CALZADO DE CUERO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS*. GUAYAQUIL: TRABAJO DE TITULACION EN LA UCSG.
- MINAGRI. (2015). <http://minagri.gob.pe/>. Obtenido de <http://minagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icom-exportar/ique-podemos-exportar/definicion-de-oferta-exportable>
- Ministerio Coordinador de Produccion, E. y. (s.f.). <http://www.produccion.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/06/Mecanismo-de-licenciamiento-PRIMERO-ECUADOR.pdf>
- MIPRO. (25 de 02 de 2013). Noticias. *Ecuador: modelo a seguir en el crecimiento del sector cuero y calzado*. Noticias / Ministerio de Industrias y productividad / <http://www.industrias.gob.ec/ecuador-modelo-a-seguir-en-el-crecimiento-del-sector-cuero-y-calzado/>.

- MIPRO, N. (3 de 07 de 2015). *www.industrias.gob.ec*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/bp-133-calzado-ecuatoriano-aspira-seguir-creciendo-e-internacionalizarse-con-apoyo-gubernamental/>
- PROECUADOR. (2010). *PROECUADOR, Requisitos para exportar Incoterms*. Recuperado el 09 de 08 de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- PROECUADOR. (Septiembre de 2015). *Perfil Logístico de Perú*. Obtenido de [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec): <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/PERFIL-LOG%20DSTICO-PER%209A-2015.pdf>
- PROECUADOR. (2016). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Recuperado el 10 de 08 de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-obtener-certificados-de-origen/>
- PROECUADOR. (Febrero-Marzo de 2016). *PROECUADOR, Boletines*. Obtenido de [http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec\\_ic\\_06\\_61/](http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_ic_06_61/)
- PROECUADOR. (s.f.). *EVOLUCION EXPORTACIONES ABR 2014-2015*. DOCUMENTO PDF.
- PROECUADOR. (s.f.). *GUIA LOGISTICA INTERNACIONAL*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/11/Guia-Logistica-Internacional-2015.compressed.pdf>
- PROECUADOR. (s.f.). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/04/GuiaCertificaciones.pdf>
- PROECUADOR. (s.f.). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-obtener-el-certificado-digital-de-firma-electronica-y-token/>
- PROECUADOR. (s.f.). *PROECUADOR*. Obtenido de *GUIA DEL EXPORTADOR*: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-del-exportador/>
- PROECUADOR, B. (s.f.). Obtenido de *PROECUADOR, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*: [http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec\\_ic\\_06\\_60/](http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_ic_06_60/)
- PROECUADOR, M. d. (s.f.). Obtenido de *PROECUADOR, Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones*: <http://www.proecuador.gob.ec/monitoreo-de-exportaciones/>
- PROECUADOR, R. (s.f.). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-obtener-el-certificado-digital-de-firma-electronica-y-token/>

- SAE. (s.f.). *Dirección de Servicio de Asesoría Integral al Exportador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/04/GuiaCertificaciones.pdf>
- SUNAT. (2012). *SUNAT*. Recuperado el 10 de 08 de 2016, de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
- TCE, C. (s.f.). *Comunidad, TODO COMERCIO EXTERIOR*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/firma-electronica-token>
- Téran Ávila, E. Á. (Diciembre de 2010). Estudio de factibilidad para la exportación hacia el mercado Boliviano del Calzado fabricado por la Distribuidora Cardenas. Ibarra, Ecuador.

# ANEXOS



**Anexo A. Fotografías de la Fábrica, indicando el proceso de producción del calzado deportivo YAN'S**

**Anexo A-1. Fotos de la fábrica**



**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-2. Fotos de la fábrica**



**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-3. Fotos de la fábrica**



**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-4. Fotos de la fábrica**



**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-5. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-6. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-7. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-8. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-9. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-10. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-11. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-12. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

### Anexo A-13. Fotos de la fábrica



**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

### Anexo A-14. Fotos de la fábrica



**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

### Anexo A-15. Fotos de la fábrica



**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

### Anexo A-16. Fotos de la fábrica



**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-17. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-18. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-19. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-20. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-21. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-22. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-23. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-24. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-25. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-26. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-27. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-28. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-29. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016

**Anexo A-30. Fotos de la fábrica**

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaboración:** Susan Yinli Chen Mendoza, 2016