



**CARRERA:
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TESIS

**Previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial con mención en
Comercio Exterior**

TEMA:

Estudio de factibilidad y propuesta de plan de exportación de calzado de
cuero elaborado en el cantón Guano, provincia de Chimborazo, para el
mercado venezolano.

**CORRESPONDIENTE A LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Economía Internacional y Comercio Justo**

AUTORES:

Karen Alexandra Avendaño Figueroa

Cristhian Gabriel Peña Torres

DIRECTOR

Econ. Elías Tagle, Mg.

ABRIL, 2014

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme guiado correctamente en mi vida, darme la sabiduría y paciencia para cumplir mis metas propuestas.

A mis padres porque ellos fueron mi ejemplo a seguir para llegar a ser una profesional competente, a mi hermana por siempre darme ánimos y apoyo, a mi abuelita a quién jamás voy a terminarle de dar gracias a Dios por tenerla hasta ahora conmigo y a toda mi familia: tíos, tías, primos, primas, abuelos, a quiénes les llena de orgullo que haya culminado exitosamente mis estudios.

De manera especial quiero agradecer a mi enamorado, porque fue él, también un constante apoyo durante todo este trayecto.

También quiero agradecer a mi amigo y compañero de tesis Gabriel por el apoyo que mutuamente nos dimos para culminar con éxito nuestras carreras, así mismo agradecer a mis amigos, quienes fueron parte fundamental de mi formación, de quienes aprendí mucho y siempre supieron darme palabras de aliento cuando más lo necesitaba.

De igual forma agradezco a mis maestros quienes dieron lo mejor de sí para educarnos y su lucha constante por nuestro aprendizaje, de forma puntual al Ing. Fabián Villacrés por la confianza puesta en mí y al Econ. Elías Tagle por su predisposición y ayuda para la realización del presente trabajo.

Por último quiero agradecer a la Universidad Politécnica Salesiana, por su exigencia y constancia en querer siempre formar honrados ciudadanos y buenos cristianos.

Karen Avendaño Figueroa

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por todas las alegrías, tristezas, decepciones y demás; entendiendo que son los momentos más difíciles los que nos hacen crecer, por darme la inteligencia y tenacidad para culminar mi carrera universitaria, sé que sin sus bendiciones nada de esto hubiese sido posible.

A mis padres, que siempre estuvieron pendientes de mí y me supieron brindar su apoyo y amor incondicional, a mi hermana por formar parte de mi día a día y sacarme sonrisas con sus ocurrencias, a mi familia que siempre estuvo para brindarme un buen consejo.

A aquella persona por quien guardo especial cariño, por escucharme, por su apoyo incondicional y total predisposición, quien siempre ha sido mi incondicional amiga.

Al Sr. Armando Fajardo y los artesanos de la Asociación Técnica de Cuero y Calzado de Guano, por la apertura brindada para desarrollar el presente trabajo de investigación.

A mi compañera y amiga Karen por haberme acompañado no solamente durante el desarrollo de esta tesis sino durante los semestres de la etapa universitaria y así también a demás amigos y compañeros de universidad por todas y cada una de las experiencias compartidas.

Al Ing. Fabián Villacrés, director de la carrera, por todo el apoyo brindado durante la etapa académica por quien estuvimos inmersos en este tema de tesis; al Econ. Elías Tagle, por el soporte y guía brindada durante el desarrollo del presente trabajo y a todos los docentes de la Universidad Politécnica Salesiana por impartirme sus conocimientos y trabajar arduamente para la formación de una sociedad salesiana más conocedora, más culta y sobretodo más humana.

Gabriel Peña Torres

DEDICATORIA

En primer lugar quiero dedicarlo a Dios porque siempre me ha dado la fuerza para alcanzar mis metas, me ha dado sabiduría y paciencia en todos los aspectos de mi vida.

En segundo lugar quiero dedicarle este trabajo a mi papa Julio, porque gracias a sus consejos estudié esta carrera, de quien aprendí mucho y por ser siempre mi soporte; y a mi mamá Alexandra: por ser mi compañera, ayudarme y estar en los momentos que más la necesitaba a lo largo de la realización de esta tesis.

De manera especial quiero dedicar mi trabajo investigativo a mi abuelita Bέλgica por su compañía y su preocupación siempre por mí, ya que es como mi segunda madre; y a mi hermana Jocelyne por ser ella siempre la que me sacaba una sonrisa, me daba ánimos para continuar y seguir adelante.

Por último el presente trabajo está dedicado a todas aquellas personas que creyeron siempre en mí y que confiaron en que era capaz de hacerlo, mi familia, mis amigos y mis maestros; y a su vez a las que no tuvieron fe en que lo lograría, que sepan que el esfuerzo y la tenacidad pueden lograr cosas muy altas.

Karen Avendaño Figueroa

DEDICATORIA

Con todo el amor del mundo, quiero dedicar la culminación de esta etapa de mi vida junto con el presente trabajo de tesis a mi mamá; la Sra. Eugenia Torres, quien es pilar fundamental en mi cotidiano existir; a quien le debo el milagro de la vida; por ser quién me brinda ese infinito amor incondicional.

A mi hermana, Srta. Angie Peña, por cuanto este trabajo sirva de ejemplo para ella y logre entender que absolutamente todo en la vida cuesta y que para alcanzar se debe perseverar.

A la memoria de mis abuelitos, Sr. Carlos Torres y Sra. Rosalía Peña, con quiénes no tuve la dicha de compartir muchas experiencias, pero sé que desde el cielo interceden por mí ante el Creador Todopoderoso.

Y por último y no por ello menos importante, con especial cariño a mi papá, Dr. Angel Peña, quien en mis primeros años de vida; siendo ejemplo, supo brindarme sus enseñanzas, forjándome como un hombre de bien, responsable, con valores firmes y por quién me atrevería a decir, soy quien soy.

Gabriel Peña Torres

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de tesis titulado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA DE PLAN DE EXPORTACIÓN DE CALZADO DE CUERO ELABORADO EN EL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PARA EL MERCADO VENEZOLANO** ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando todos los derechos de propiedad intelectual cuyas fuentes son expuestas en la bibliografía; por tanto todos los conceptos, análisis, gráficos, fotografías, conclusiones y recomendaciones del presente documento son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Guayaquil, abril de 2014

Autores;

Karen Alexandra Avendaño Figueroa

C.I. 0930480272

Cristhian Gabriel Peña Torres

C.I. 0924208689

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA	IV
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	X
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
ÍNDICE DE ANEXOS	XII
RESUMEN.....	XIII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1.....	2
1. Antecedentes y Planteamiento del Problema	2
1.1. Antecedentes	2
1.2. Planteamiento del problema	4
1.3. Justificación.....	5
1.4. Objetivo General	7
1.5. Objetivos Específicos.....	7
CAPÍTULO 2.....	8
2. Marco Teórico.....	8
2.1. Definición de mercado	8
2.1.1. Clasificación de mercado	8
2.1.2. Segmentación de mercado.....	9
2.1.3. Proceso de segmentación de mercado.....	10
2.1.4. Criterios de segmentación.....	10

2.1.5.	Investigación preliminar del mercado a segmentar.....	11
2.1.6.	Identificación de los segmentos	11
2.1.7.	Selección de los segmentos	11
2.1.8.	Mercado Meta	12
2.2.	Definición de producto.....	13
2.2.1.	Clasificación de los productos	13
2.2.2.	Calzado.....	14
2.2.3.	Suela.....	14
2.2.4.	Cordones	16
2.2.5.	Calzado de cuero	18
2.3.	Definición de oferta.....	18
2.3.1.	Determinantes de la oferta	19
2.3.2.	País exportador: Ecuador	20
2.3.3.	Cantón Guano, provincia de Chimborazo.....	21
2.4.	Definición de demanda	23
2.4.1.	País importador: Venezuela	24
2.4.2.	Caracas	25
2.5.	Comercio internacional	27
2.5.1.	Reseña histórica del comercio internacional.....	27
2.5.2.	Arancel aduanero común.....	28
2.5.3.	Código armonizado	29
2.5.4.	Plan de exportación.....	30
2.5.5.	Elementos del plan de exportación	30
2.6.	Base legal	31
2.6.1.	Reglamentación técnica ecuatoriana.....	31
2.6.2.	Reglamentación técnica venezolana	34
2.6.3.	Requisitos para exportar a Venezuela.....	36
2.7.	Glosario de términos técnicos	38
CAPÍTULO 3.....	43	
3.	Situación actual del sector productivo (oferta y demanda) y viabilidad de exportación de calzado de cuero.	43
3.1.	Oferta: sector cuero	43
3.1.1.	Producción y variedades en el Ecuador	43
3.1.2.	Información estadística del sector.....	44
3.2.	Principales productores de calzado a nivel mundial	45
3.3.	Situación de la industria de calzado en el Ecuador	47
3.3.1.	Situación actual del sector artesanal de calzado en Guano.....	49
3.4.	Asociación Tecnológica de Cuero y Calzado ASOTECC	50
3.4.1.	Características del calzado	52

3.4.2.	Proceso de producción	53
3.5.	Demanda: sector cuero	59
3.5.1.	Población de Venezuela	59
3.5.2.	Entorno político y social de Venezuela.....	60
3.5.3.	Entorno económico	62
3.5.4.	Situación actual del sector calzado en Venezuela.....	66
3.5.5.	Relaciones bilaterales: Ecuador – Venezuela.	68
3.5.6.	Acuerdos y tratados entre Ecuador y Venezuela.....	69
3.5.7.	Acuerdos de cooperación	71
3.6.	Exportaciones realizadas desde Ecuador	73
3.7.	Importaciones realizadas desde Venezuela.....	77
3.8.	Procedimiento de importación en Venezuela.....	80
3.8.1.	Comisión de Administración de Divisas (CADIVI).....	83
3.8.2.	Registro de fabricantes e importadores de calzado	85
CAPÍTULO 4.....	86	
4.	Marco metodológico y análisis de la oferta de cuero.....	86
4.1.	Marco metodológico	86
4.1.1.	Variables	86
4.1.2.	Población y muestra	86
4.1.3.	Cálculo de la muestra	87
4.1.4.	Tipo de investigación y métodos	87
4.1.5.	Técnicas a aplicar	88
4.1.6.	Instrumentos.....	88
4.2.	Cálculo de la oferta de cuero (proyectado)	88
4.3.	Cálculo de la demanda de cuero (proyectada)	94
4.4.	Costo de producción.....	95
4.5.	Precio de venta del producto	97
4.6.	Análisis presupuestario	98
4.6.1.	Presupuesto de ventas	98
4.6.2.	Presupuesto de producción.....	99
4.6.3.	Presupuesto de compra.....	100
4.6.4.	Presupuesto de cobro.....	101
4.6.5.	Presupuesto de pago.....	102
4.6.6.	Presupuesto de efectivo.....	103
CAPÍTULO 5.....	105	
5.	Propuesta de plan de exportación.....	105
5.1.	Objetivo del plan de exportación	105
5.2.	Gestión administrativa	105

5.3.	Gestión financiera	106
5.3.1.	Política de pago a proveedores.....	106
5.3.2.	Política de cobro a clientes.....	106
5.4.	Formalidades administrativas.....	106
5.4.1.	Requisitos para ser exportador	107
5.5.	Marketing mix de exportación	108
5.5.1.	Producto	108
5.5.2.	Precio.....	109
5.5.3.	Plaza	109
5.5.4.	Promoción de exportación.....	109
5.6.	FODA.....	112
5.7.	Preferencia arancelaria en Venezuela	112
5.8.	Documentos requeridos de exportación	112
5.8.1.	Certificado de origen.....	113
5.8.2.	Certificado de conformidad.....	113
5.9.	Logística de exportación	114
5.9.1.	Agente afianzado de aduana.....	114
5.9.2.	Freight forwarder o consolidador.....	115
5.9.3.	Cadena logística	115
CONCLUSIONES.....		117
RECOMENDACIONES.....		119
BIBLIOGRAFÍA.....		121
ANEXOS		124

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 3.1:	Evolución exportaciones sector calzado.....	44
Gráfico 3.2:	Destinos de las exportaciones del sector calzado, cuero y textil	45
Gráfico 3.3:	Situación actual del sector de calzado en el mundo.....	46
Gráfico 3.4:	Acuerdos suscritos entre Venezuela y Ecuador	68
Gráfico 3.5:	Principales exportaciones de Ecuador 2012	74
Gráfico 3.6:	Principales exportaciones de Ecuador 2013	75
Gráfico 3.7:	Tendencia de las importaciones en Venezuela – Partida 6403.....	78
Gráfico 4.1:	Productores de calzado	89
Gráfico 4.2:	Productores de calzado de cuero.....	89

Gráfico 4.3: Artesanos tecnificados	90
Gráfico 4.4: Tecnificación de los productores	90
Gráfico 4.5: Tipo de venta	91
Gráfico 4.6: Dirección de ventas.....	92
Gráfico 4.7: Costo y Precio.....	92
Gráfico 4.8: Intención de exportación.....	93

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2.1: Afiche Promocional de Guano.....	21
Ilustración 2.2: Identificación de las partes que componen el calzado.....	32
Ilustración 2.3: Identificación de los materiales	33
Ilustración 2.4: Ejemplo 1 de declaración de material.....	33
Ilustración 2.5: Ejemplo 2 de declaración de material.....	33
Ilustración 2.6: Ejemplo 2 de declaración de material.....	34
Ilustración 3.1: Corte.....	54
Ilustración 3.2: Desbaste de la piel	54
Ilustración 3.3: Costura de la piel	55
Ilustración 3.4: Formado de talones	55
Ilustración 3.5: Formado de punta	56
Ilustración 3.6: Armado de Enfranques	56
Ilustración 3.7: Cardado.....	56
Ilustración 3.8: Reactivado de pegamento	57
Ilustración 3.9: Unión de suela y capellada	57
Ilustración 3.10: Calzado puesto para la venta.....	58
Ilustración 3.11: Proceso de producción	58
Ilustración 3.12: Venezuela.....	60
Ilustración 3.13: Flujograma de proceso de importación en Venezuela.....	82
Ilustración 5.1: Registro de Exportador en el Ecuapass.....	107
Ilustración 5.2: Metodología de semáforo – Ruta PRO ECUADOR.....	110
Ilustración 5.3: Ruta PRO ECUADOR.....	111
Ilustración 5.4: Trámite de declaración juramentada de origen (DJO).....	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1: Proceso de Segmentación de mercado.....	10
Tabla 2.2: Definición de producto	13
Tabla 3.1: Característica del calzado	53
Tabla 3.2: Valor de las exportaciones según sector económico.....	64
Tabla 3.3: Valor de las importaciones según sector económico.....	65
Tabla 3.4: Valor de las importaciones según país de origen.....	66

Tabla 3.5: Exportaciones de Ecuador 2012	75
Tabla 3.6: Exportaciones de Ecuador 2013	76
Tabla 3.7: Importaciones de Venezuela 2012	79
Tabla 3.8: Importaciones de Venezuela 2013	80
Tabla 4.1: Cálculo de la oferta proyectada.....	93
Tabla 4.2: Cálculo de la demanda de zapatos cuero	94
Tabla 4.3: Costo de materia prima	95
Tabla 4.4: Costo de mano de obra directa.....	96
Tabla 4.5: Costos indirectos de fabricación	96
Tabla 4.6: Costo total producto terminado.....	96
Tabla 4.7: Precio de venta del producto.....	97
Tabla 4.8: Presupuesto de ventas	98
Tabla 4.9: Pronóstico de venta por escenario.....	99
Tabla 4.10: Presupuesto de producción (en unidades).....	99
Tabla 4.11: Pronóstico de producción por escenario	100
Tabla 4.12: Presupuesto de compra (en dólares)	100
Tabla 4.13: Pronóstico de compra por escenario	101
Tabla 4.14: Presupuesto de cobro (en dólares)	101
Tabla 4.15: Pronóstico de cobro por escenario	102
Tabla 4.16: Presupuesto de pago (en dólares).....	102
Tabla 4.17: Pronóstico de pago por escenario	103
Tabla 4.18: Presupuesto de efectivo (en dólares).....	104
Tabla 5.1: FODA de la ASOTECC.....	112

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: RTE 80	124
ANEXO 2: Resolución N° 1.174 y N° 396 del Ministerio de Finanzas de Venezuela	132
ANEXO 3: Requisitos para exportadores de mercancías con destino a Venezuela.	140
ANEXO 4: Instructivo para el registro de fabricantes e importadores de calzado	143
ANEXO 5: Encuesta	144
ANEXO 6: Ejemplo de Certificado de Origen	146
ANEXO 7: Ejemplo de Declaración Aduanera de Exportación	147
ANEXO 8: Activos fijos pertenecientes a la ASOTECC	148
ANEXO 9: Depreciación de activo fijo	151
ANEXO 10: Tabla de amortización mensual del préstamo con la CFN.....	153
ANEXO 11: Cotizaciones	154
ANEXO 12: Visita a Guano al Sr. Armando Fajardo, productor de la ASOTECC	160
ANEXO 13: Validación de encuestas	162



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Estudio de factibilidad y propuesta de plan de exportación de calzado de cuero elaborado en el cantón Guano, provincia de Chimborazo, para el mercado venezolano.

Autores: Karen Avendaño Figueroa karen_ale807@hotmail.com
Gabriel Peña Torres crsthian_gpt@hotmail.com

Director: Econ. Elías Tagle, Mg. etagle@ups.edu.ec

RESUMEN

El comercio exterior es una actividad que durante décadas ha contribuido al desarrollo de las sociedades; el intercambio de bienes hace que los pueblos se abastezcan y puedan acceder a aquellos artículos capaces de satisfacer y que en ocasiones no pueden ser producidos en el territorio local.

Ecuador es un país reconocido a nivel mundial como buen productor de artesanías y manufacturas tradicionales, su cuero y su calzado es un sector que en los últimos años ha venido recobrando espacio en su mercado local gracias a las medidas parancelarias a las importaciones de este tipo de bienes adoptadas por el gobierno. El cantón Guano en la provincia de Chimborazo, es uno de los centros de producción de calzado del país dotado de capacidad productiva, pero con falta de posicionamiento en el mercado por diversas circunstancias como: migración, analfabetismo, entre otras.

Por su parte Venezuela, por pertenecer a la misma región sudamericana, tiene similitudes de tradición y cultura con la sociedad ecuatoriana, y conocida como consumista, es una nación que según investigaciones no es capaz de atender al cien por ciento su demanda con su producción nacional; y uno de los sectores que sufre esta problemática es el del calzado.

Hallar el punto de encuentro entre la demanda venezolana y la oferta guaneña de calzado de cuero es el eje principal del presente trabajo investigativo, en el que se muestra las normativas que rigen al comercio internacional entre estos estados y se evidencia cómo el comercio exterior podría mejorar el nivel de ingresos y mejorar la calidad de vida de sus habitantes siendo una solución alternativa a la falta de participación de mercado para los pobladores de este punto geográfico de la región sierra en el territorio ecuatoriano.

PALABRAS CLAVES

Calzado de cuero, zapatos, Guano, Venezuela, Caracas, plan de exportación, estudio de factibilidad, importación de calzado.

ABSTRACT

International trade is an activity that has contributed to societies' development for decades; goods exchange makes populations supply and to get access to those goods that are capable to satisfy their needs and that in occasions can't be produce in local territory.

Ecuador is a globally recognized country, also known as a good producer of traditional manufactured crafts; its leather and footwear is a section that within the last few years

has been gaining its own space in the local market thanks to the nontariff barrier arrangement for this types of importations adopted by the government. Guano town, in Chimborazo Province, is one of the many footwear production centers in the country, is also gifted from production capacity but is affected by the lack of positioning inside the market due to many and different circumstances such as migration and illiteracy.

On the other hand, Venezuela belongs to the same South-American region and shares traditions and culture with Ecuadorian society, Venezuela is also known as a consumer country, and is a nations that, according to investigations, is not capable to fulfill for complete its demand with its own national production; one of the sectors that is affected by this problem is footwear industry.

To find the meeting point between demand from Venezuela and supply from Guano of the footwear industry is the main goal of this investigation project, in which shows the regulations that control international trade and how could this improve income levels and people's life as an alternative solution to the market's lack of participation from Ecuadorian territory.

KEYWORDS

Leather footwear, shoes, Guano, Venezuela, Caracas, export plan, feasibility study, footwear imports.

INTRODUCCIÓN

Por años Ecuador ha sido considerado una nación consumista, sin embargo a partir del 2010 se han implementado medidas que buscan incrementar las exportaciones. Es así que el cuero y calzado se ha convertido en un sector que ha ganado mercado local y puede ser considerado para la promoción de exportación del país.

Pese al crecimiento de mercado mencionado en el párrafo anterior, existen ciertos pueblos que teniendo la capacidad de producir no lo hacen por innumerables factores situacionales, minimizando con esto sus posibilidades de crecimiento y postergando el mejoramiento de su calidad de vida.

Conocer los diferentes aspectos teóricos que enmarcan una solución alternativa es el primer paso para emprender un estudio que permita determinar si dicha solución a la problemática planteada puede ser encontrada en los mercados internacionales.

Teniendo claro los conceptos necesarios para el desarrollo de este estudio se debe empezar conociendo la situación actual en la que se encuentran quienes intervienen en el mercado, tanto la oferta como la potencial demanda; así como los requisitos y las debidas regulaciones que se deben cumplir para hallar un encuentro entre estas fuerzas comerciales.

Simular un escenario que brinde una visión pronosticada será también un eje fundamental que ayude a determinar si es factible direccionar la oferta a un determinado mercado obteniendo una determinación favorable se plantearán políticas que ayuden a cumplir los objetivos de exportación planteados.

CAPÍTULO 1

1. Antecedentes y Planteamiento del Problema

1.1. Antecedentes

En los últimos años, el gobierno ecuatoriano ha procurado sentar bases para una transformación radical de la economía del país y en este sentido el cambio de la matriz productiva impulsado desde el año 2010 ha marcado un hito en la historia de la nación, su economía caracterizada por ser proveedora de materias primas en los mercados internacionales y a la vez importadora de bienes y servicios de mayor valor agregado (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012) se ve afectada positivamente por este patrón que busca que el Ecuador genere mayor valor agregado a su producción dentro del marco de la construcción de una sociedad del conocimiento.

Este conjunto de interacciones entre los distintos sectores sociales que emplean o tienen a su disposición para ejercer actividades de producción, llamado Matriz Productiva, prioriza el desarrollo de 14 sectores productivos como: alimentos, biotecnología, confecciones y calzado, energía renovable, industria farmacéutica; entre otros y 5 industrias estratégicas como: son la refinería, el astillero, petroquímica, metalurgia y la siderúrgica (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012); esperando que estos sean los instrumentos que logren una congruencia efectiva entre la materialización de la producción y la correspondiente política pública.

El sector del calzado, inmerso en este nuevo patrón económico merece especial atención, pues ha sufrido un ciclo variado de participación de mercado; a inicios de este milenio perdió significativo terreno provocado por el masivo ingreso de estos bienes

procedentes del continente asiático, pares de zapatos que se exponían para la venta eran encontrados hasta en diez dólares en el mercado, esto porque no existía una normativa efectiva que proteja la producción nacional y pese que hacia los últimos años de a poco ha venido recuperando espacio, aún no se logra asentar como un producto que sea visto de calidad en el mercado.

En el Ecuador, este sector artesanal ha buscado la manera de incrementar su producción aprovechando este cambio de matriz; sin embargo existen diferentes situaciones que no permite a este sector económico tener el desarrollo previsto; dado por factores como: analfabetismo, ignorancia de procedimientos técnicos y legales, situación económico-social, hermetismo, recelo a controles gubernamentales, migración, sumándole a esto la limitación al acceso de crédito por parte de las instituciones financieras, el cierre de la emisión de cartas de crédito internacional para la importación de maquinaria, insumos y materia prima, la poca variedad de productos por restricción arancelaria o la creencia del consumidor nacional que la industria local es ineficiente; son entre otros los causales que no permiten un desarrollo sostenido del sector.

Existen varios pueblos en el Ecuador; como: Ambato, Atahualpa, Ambatillo, Huachi, Quisapincha, Cuenca, San Miguel de los Bancos, Totoras, entre otros; que por años han sido considerados como centros artesanales con un gran potencial de producción, pero que no tuvieron la oportunidad ni el soporte esperado de las instituciones públicas, las mismas que tienen como objetivo el desarrollo sostenible y económico de la producción local; lo cual agudiza el problema por el que en la actualidad está atravesando este grupo socioeconómico del Ecuador.

El cantón Guano, considerado como la “Capital Artesanal del Ecuador”, es una de las poblaciones que sufre de esta problemática. Ubicado en la provincia de Chimborazo, reconocido a nivel nacional como un fabricante de vistosas artesanías, textiles y de calzado de cuero de calidad, éste cantón se ve aquejado por la disminución de su potencial productivo y con ello la postergación de su crecimiento económico y social tanto local como nacional.

El plan nacional del buen vivir; establece en su tercer objetivo mejorar la calidad de vida de la población y si bien es cierto este va de la mano muy de cerca con los servicios básicos a los que deben tener acceso todas las poblaciones, también es cierto que para alcanzar el buen vivir es necesario una remuneración justa a través de un trabajo digno y qué mejor para la población de Guano que desarrolla su arte en cuero que poseer una fuente de ingreso a través de la elaboración de sus propios productos.

Entendiendo que es probable que dentro del mercado local no exista la suficiente acogida para intentar comercializar sus bienes, no es nada extraordinario pensar que buscar un mercado alternativo, fuera de las fronteras nacionales, pueda ser una vía para reincentivar este factor productivo; sin embargo, no existe una fuente de información que certifique si realmente es factible redireccionar la producción local hacia mercados internacionales.

1.2. Planteamiento del problema

¿Cuál es la factibilidad de exportar calzado de cuero elaborado en el cantón Guano al mercado venezolano?

1.3. Justificación

La globalización ha sido un sistema de controversiales puntos de vista, unos lo condenan, otros lo aprueban; sin embargo, no se puede negar que de alguna u otra manera ha contribuido al crecimiento económico, social y cultural de los pueblos. Siendo así, el comercio exterior es una vía de acceso al primer mundo. En los últimos años los gobiernos ecuatorianos han enfocado sus esfuerzos al desarrollo sustancial del país mediante la exportación de materias primas y elaborados de los principales productos no tradicionales: frutas, flores, textiles, cuero, etc.

El sector del cuero y sus derivados en nuestro país representa un área importante en lo que respecta a la economía ecuatoriana y uno de los principales en cuanto al desarrollo social de las comunidades artesanales que se dedican a la fabricación y comercialización de estas manufacturas.

Según cifras del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, en el 2012 uno de los destinos de las exportaciones del sector textil, cuero y calzado fue Venezuela cuyo market share¹ ascendió al 11%, lo que lo convierte en un potencial mercado para este tipo de productos, ya que importa la mayor parte de su materia prima y productos terminados de países como Ecuador y Perú.

Cuando existe un nexo comercial entre dos o más naciones se vuelve productivo y necesario la fijación de normas, leyes o acuerdos que regulen las mismas; y en tal sentido tanto Ecuador como Venezuela se han preocupado por establecer acuerdos que

¹ Market Share (Participación de mercado): determina la posición relativa de la empresa frente a sus competidores.

beneficien el comercio y así también las relaciones diplomáticas que existe entre estos dos estados sudamericanos.

Las relaciones económicas y comerciales entre Ecuador y Venezuela se están fortaleciendo, durante una reunión que se tuvo el 04 de Junio de 2013 entre los ministros de Relaciones Exteriores de Venezuela, Elías Jaua, y de Ecuador, Ricardo Patiño, este aseveró “Venimos a fortalecer nuestra relación económica-productiva ahora, pero también a reconocer otra vez más la legitimidad, la legalidad de un Gobierno que ha ganado su lugar por la voluntad del pueblo venezolano”. (Telégrafo, 2013)

Es por esto que se vuelve prioritario el análisis de promoción de exportaciones del calzado de cuero del cantón Guano en la Provincia de Chimborazo para que se puedan dar a conocer los productos que elaboran al mercado externo como solución alternativa a la problemática del sector y a su vez para así incrementar su nivel de ingresos y mejorar la calidad en su nivel de vida.

Al ser el cuero un sector poco explotado hacia el exterior se vuelve un tanto necesario el levantamiento de información *in situ*², a fin de proporcionar un estudio sólido y realista de la situación socioeconómica en que se encuentran los habitantes del sector. De tal modo que los artesanos tengan una base que les servirá para el fomento de la exportación de sus artículos y alcanzar un crecimiento sostenible y sustentable; siendo éste documento la principal base para fomentar su emprendimiento.

² *In Situ* expresión latina que significa ‘en el sitio, sobre el terreno’

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad beneficiar a los artesanos que laboran en el sector mediante un análisis de factibilidad de promoción de exportaciones del calzado de cuero al mercado venezolano.

1.4. Objetivo General

Analizar la factibilidad de exportar calzado de cuero elaborado por los artesanos del cantón Guano para proponer un plan de exportación hacia el mercado Venezolano.

1.5. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual del sector productivo de calzado de cuero en el cantón Guano.
- Determinar las relaciones comerciales existentes entre Ecuador y Venezuela, así como las principales leyes aduaneras que rigen en ambos países.
- Establecer la viabilidad económica y financiera para la producción y exportación de calzado de cuero hacia el mercado venezolano.
- Desarrollar una propuesta de plan de exportación al mercado Venezolano.

CAPÍTULO 2

2. Marco Teórico

2.1. Definición de mercado

De acuerdo a López-Pinto Ruiz, B., Mas Machuca, M., & Viscarri Colomer, J. (2008) en su obra Los Pilares del Marketing, define al mercado como al espacio geográfico donde se comercializarán los bienes de estudio, para determinarlo de manera eficiente es necesario analizar factores físicos, demográficos, políticos y culturales, incluyendo en estos, la metodología de negociaciones; dado que si no se conoce al cliente muy difícilmente se podrá persuadir a ellos de adquirir los bienes puestos a la venta.

La conducta general del mercado se exterioriza y se cuantifica por medio de la demanda que es la descripción específica de los deseos y las varias necesidades de los compradores en función del poder adquisitivo que se tenga.

Al momento de analizar el mercado, se debe poder diferenciar entre mercado actual y mercado potencial. El mercado actual o real es el que en un momento preciso del tiempo demanda cierta cantidad de productos, mientras que el mercado potencial es el máximo número de consumidores al que se puede destinar la oferta comercial y que está disponible para todas las organizaciones de un lugar durante un periodo determinado de tiempo. Si estos potenciales clientes son estimulados correctamente pueden llegar a demandar el producto que se está ofertando.

2.1.1. Clasificación de mercado

Acorde al autor antes citado se puede clasificar al mercado de la siguiente manera:

- Según el tipo de comprador, pueden ser: particulares, empresas, organismos públicos y otras instituciones.

Si se quiere catalogar el mercado al que se quiere apuntar dentro de este grupo, la clasificación correcta sería dentro de mercados particulares ya que la relación entre el vendedor y el comprador es personal y consumen para sí o para sus allegados.

- Según el tipo de producto ofertado, pueden ser: productos agropecuarios y de mar, materias primas, productos manufacturados, servicios, activos financieros, ideas.

Dependiendo el tipo de producto ofertado, en vista de que el producto que se va a lanzar al mercado Venezolano es el calzado, se encasilla dentro de los productos manufacturados.

También existen otro tipo de clasificaciones:

- Según el número de competidores, pueden ser: monopolio, oligopolio, competencia oligopolística, competencia perfecta.
- Según la intensidad de la oferta y la demanda: mercado de vendedores donde existen más consumidores que ofertantes y mercado de compradores donde existen más ofertantes que consumidores.

2.1.2. Segmentación de mercado

La segmentación es la identificación de un grupo de consumidores que presumiblemente se comportan de un modo similar ante un producto o servicio (Dvoskin, 2004); por lo que para definir el grupo objetivo que se desea captar es necesario realizar esta

segmentación, de tal manera que la misma permita evaluar los diferentes sectores y elegir el segmento más adecuado para el producto en estudio; pero este paso no supone solamente escoger un grupo que se visualiza de manera meramente experimental, idealizada o bajo una idea emprendedora, sino más bien conlleva un proceso objetivo que supone una serie de pasos.

2.1.3. Proceso de segmentación de mercado

Tabla 2.1: Proceso de Segmentación de mercado

1. Investigación preliminar del mercado a segmentar
<ul style="list-style-type: none"> • Definición del mercado. • Exploración y elección de los criterios de segmentación. • Diseño del estudio de segmentación.
2. Identificación de los segmentos
<ul style="list-style-type: none"> • División del mercado en segmentos. • Caracterización de los segmentos. • Validación de los segmentos resultantes.
3. Selección de los segmentos resultantes
<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de los segmentos. • Elección de los segmentos objetivos de la empresa.
4. Formulación de la estrategia
<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de la estrategia de marketing adaptada a cada segmento seleccionado. • Puesta en práctica del plan de marketing diseñado para cada segmento.

Fuente: Esteban Talaya, Á., García de Madariaga Miranda, J., Narros González, M. J., Olarte Pascual, C., Reinares Lara, E., & Saco Vásquez, M. (2008). Principios de Marketing. Madrid: ESIC Editorial.

2.1.4. Criterios de segmentación

Dependiendo de los criterios, se puede clasificar a la población acorde con sus características para homogenizar la segmentación. Estas características pueden ser:

- Demográficas: edad, sexo, estado civil, ciclo de vida familiar, esto provoca distintos tipos de comportamiento.

- Socioeconómicas: educación, nivel de ingresos y ocupación; pero a medida que las economías se desarrollan, realizar segmentaciones en base a esta variable resulta ser improductivo debido a la homogenización de las formas de consumo.
- Geográficas: dependiendo de la nación, región, clima o hábitat existen diferentes formas de consumo, características y comportamiento de los clientes.
- Psicográficas: las mismas que definen rasgos personales y psicológicos de los consumidores en sus reacciones frente a los estímulos del marketing.

2.1.5. Investigación preliminar del mercado a segmentar

Para el presente trabajo investigativo el mercado de calzado de cuero en Venezuela, constituye el mercado relevante. La principal base de la segmentación, definitivamente será geográfica, seguida por la demográfica y la psicográfica en dicho orden.

2.1.6. Identificación de los segmentos

- Segmento 1. Habitantes de género masculino y femenino comprendido entre los 15 y 45 años de edad asentados en la ciudad de Maracaibo al noroeste de Venezuela.
- Segmento 2. Habitantes de la ciudad capital Santiago de León de Caracas, de género masculino comprendido de 20 años de edad en adelante.

2.1.7. Selección de los segmentos

- Segmento 1. Maracaibo considerado el centro económico del occidente de Venezuela por la alta actividad petrolera del sector, se ubica en la planicie de Maracaibo al noroccidente del país, soporta temperaturas muy altas durante casi

todos los meses del año llegando en promedio a un máximo de 40°C considerada la tercera ciudad más importante del país y que cuenta con el tercer puerto de la nación, con una población de 2 millones de habitantes en su perímetro urbano.

- Segmento 2. Caracas; ubicada en el “Valle de los Caracas” cuenta con alrededor de 2,9 millones de habitantes; con una temperatura mínima en promedio de 24°C y una máxima en promedio de 26°C es considerada en el principal centro económico de la República Bolivariana Venezolana; su vía de apertura al comercio exterior es Puerto La Guaira y el aeropuerto internacional Simón Bolívar, ubicados en La Guaira y Maiquetía respectivamente.

2.1.8. Mercado Meta

Se llama mercado meta o mercado objetivo al conjunto de potenciales compradores hacia los cuales se enfocarán y se direccionarán todos los esfuerzos y recursos del marketing y de la empresa para lograr captar su atención y que estos tomen como decisión de compra adquirir los bienes o servicios ofertados por el vendedor; para establecer un mercado meta es necesario antes haber realizado una segmentación de mercado objetiva que asegure la productividad eficiente de los recursos empleados. (López-Pinto Ruiz, Mas Machuca, & Viscarri Colomer, 2008)

La realización del presente trabajo, tiene al hermano país Venezuela, específicamente en la ciudad de Caracas como el mercado objetivo de los artículos en mención, ya que por cercanía, además de ser un país mayoritariamente consumista, con cultura similar, gustos y preferencias parecidos, también cuenta con mayor cantidad de potenciales clientes y la similitud geográfica y climática del punto de destino con el punto de origen,

Guano, se escogerá a los habitantes varones de 20 años en adelante asentados en la ciudad capital, Caracas como mercado meta para el desarrollo del presente estudio.

2.2. Definición de producto

Según Philip Kotler y Gary Amstrong (2003) en su libro Fundamentos de Marketing, definen como producto: “Cualquier cosa que se pueda ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que pudiera satisfacer un deseo o una necesidad”, pero esta definición no solamente encierra la palabra producto como bienes tangibles, sino que también se incluyen servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones o ideas, por lo que el concepto se amplifica.

Tabla 2.2: Definición de producto

Producto	=	Cualidades físicas	+	Cualidades intangibles	+	Cualidades psicológicas
<ul style="list-style-type: none"> • Objetos físicos • Servicios • Acontecimientos • Personas • Lugares • Organizaciones • Ideas • Instituciones 		<ul style="list-style-type: none"> • Componentes o calidad intrínseca • Marca • Envase • Diseño 		<ul style="list-style-type: none"> • Servicios; mantenimiento, garantía, asesoramiento 		<ul style="list-style-type: none"> • Imagen/ Posicionamiento • Valor de la marca • Calidad percibida o capacidad del producto para satisfacer las expectativas del consumidor/ comprador

Fuente: Esteban Talaya, Á., García de Madariaga Miranda, J., Narros González, M. J., Olarte Pascual, C., Reinares Lara, E., & Saco Vásquez, M. (2008). Principios de Marketing. Madrid: ESIC Editorial.

2.2.1. Clasificación de los productos

Existen clasificaciones según los criterios más comúnmente utilizados:

- Naturaleza del producto
- Destino final o uso
- Motivo de compra
- Tipo de comprador

El producto escogido es el calzado, el mismo que pertenece a la clasificación de la naturaleza del producto, siendo un bien tangible o material duradero ya que pueden ser utilizados por largos periodos de tiempo, así mismo si se lo clasifica en destino final o uso, sería utilizado por un consumidor final.

2.2.2. Calzado

Acorde al libro del Fernando A. Navarro (2010) “La fascinante historia de las palabras”, se dice que los griegos usaban el adverbio laks con el significado de ‘con el talón’, ‘con el calcañar’, palabra que los latinos convirtieron en calx, calcis (hicieron una metátesis, figura de dicción que consiste en alterar o transponer el orden de los sonidos de una palabra) y la usaron para designar el talón. Y como el talón era calx, los romanos llamaron calceus a lo que usaban para proteger el pie: el zapato o el calzado en general, y calcearium, al dinero que se daba a los soldados para costear su calzado.

A partir de calcearium, se formó el verbo italiano calzare, de donde se derivó el español calzar hacia el siglo XII, y del cual proviene, a su vez, el francés chausser, con el mismo significado.

2.2.3. Suela

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española la suela es la parte del calzado que toca al suelo, hecha por un material más resistente que el zapato en sí,

regularmente de cuero fuerte y adobado, tiene la función de proteger la planta del pie y proporcionar tracción y mayor fricción para evitar caídas. Dependiendo del zapato las suelas pueden tener distintas formas, proporcionando características diferentes para cada uno.

a. Tipos de suela

Existen varios tipos de suela que son utilizados comúnmente al momento de fabricar zapatos:

- Suelas de PVC: el material con el que se fabrican estas suelas es derivado básicamente de la Resina de Policloruro de Vinilo, si se las compara con otras suelas, son considerablemente más pesadas.
- Suelas en goma termoplástica: son suelas que normalmente se componen de P.V.C o T.R., pero se diferencian debido a compuestos adicionales que sirven para expandir este material como el Celogen, lo que provoca que la suela sea más liviana. En ciertas ocasiones esto hace que reduzca resistencia a la abrasión.
- Suelas de Poliuretano (PU): estas suelas están compuestas por la combinación de dos elementos Polioliol e Isocianato, adicionado con un reactivo, lo que resulta ser un material muy ligero y regularmente es usado en la fabricación de suelas para calzado de dama que plataforma o tacones altos.
- Suelas de Caucho o Hule: están elaboradas con hule vulcanizado, lo que las vuelve más pesadas y resistentes a la abrasión.

- Suelas de EVA: Están fabricadas de etilvinilacetato es un material muy ligero, además son resistentes y duraderas, de excelente calidad.
- Suelas de Cuero: cómo su nombre lo indica son producidas a partir del cuero del ganado vacuno.
- Suelas de TPU: se elaboran mediante moldeo por inyección a partir de poliuretano termoplástico. Esta suela tiene la particularidad de ser muy resistente a la abrasión, tiene mayor durabilidad que las suelas de caucho, da mayor comodidad al caminar, además de tener muy buenos acabados brillantes y mates.
- Suelas porolivianas: se fabrican de materiales porosos y, a la vez, ligeros, como el aerografito, empleándose para aplicaciones especiales, como las suelas de las órtesis (o botas inmovilizadoras) de tobillo.

2.2.4. Cordones

Los cordones, son un complemento que es usado para la fijación del calzado al pie. No todos los zapatos necesariamente deben tener cordones, pero en los que se usan, éstos deben ser deslizados por varios ojales del calzado desde la parte inferior hacia la superior. Luego de esto se debe realizar un nudo con la finalidad de que el zapato quede correctamente sujeto al pie.

Los principales componentes que utilizan los productores de cordones son poliéster, nailon, polipropileno, algodón, algodón encerado, fibra de carbono, yute, hilos metálicos, etc. La punta (conocida también como herrete) la mayoría de veces está hecho en acetato de celulosa fusionado por acetona, por otro lado también se encuentran puntas metálicas o de PVC fusionadas por calor. (La Industria Algodonera, 2010)

a. Tipos de cordones

- Cordón tipo encerado o lustrado: Guarda una forma plana; generalmente es elaborado 100% de algodón; tipo de trenzado clásico normal. Los hay en diferentes colores estándar y con diferentes acabados. El cordón lustrado le da una brillantez al cordón dándole aspecto de cuero y realce al mismo.
- Cordón tipo trenzado: Es de forma plana; hecho 100% de poliamida³ su tipo de trenzado es clásico normal. Únicamente se los encuentra en colores blanco y negro. Se fabrica en diferentes anchos; además del calzado se usa en otras aplicaciones.
- Cordón tipo elástico: Plano de forma aunque también se lo encuentra en redondo, elaborado a base poliéster y látex; su tipo de trenzado es clásico normal y se presenta en todos los colores, generalmente se emplea en el calzado deportivo.
- Cordón tipo trenzado: Es de forma plana y trenzado clásico normal, elaborado 100% de poliéster, se presentan en todos los colores, se utiliza en el calzado deportivo.
- Cordón tipo impermeable: Es un cordón de trenzado normal plano elaborado 100% con poliéster hidrofugado que consigue un cordón repelente al agua; los hay en todos los colores y aunque su mayor utilización se da en el campo técnico e industrial; se utiliza también para el calzado deportivo.

³ Polímero semicristalino llamado Nylon

- **Cordón tipo cinta:** La cinta T tiene un diseño especial que la hace característica. Se fabrica 100% en poliéster y en diferentes anchos; es de forma plana y trenzado tejido. Se ofrece en 12 colores estándar.

2.2.5. Calzado de cuero

El calzado de cuero, comúnmente conocido como zapato, es un accesorio de vestir cuya función principal es proveer de protección al pie, así también comodidad mientras se realizan actividades varias. Al igual que otras prendas de vestir el calzado es diseñado atendiendo diferentes fines estéticos. A través del tiempo y de la cultura el diseño del calzado ha variado enormemente, inicialmente con una apariencia estrictamente ligada a cumplir con sus funciones y luego con diseños impuestos por moda.

Hoy en día se puede encontrar gran variedad de calzado para cada espacio físico y condición geográfica o climática; para este caso, el mocasín de cuero es un tipo de calzado que provee de protección además de un confort por su suela ergonómica que hace que la planta del pie no sufra al caminar, por otro lado los hay en todas las tallas y los colores ideales para combinar con cualquier prenda de vestir, ideales para cualquier tipo de evento social o para trabajar dentro de la oficina.

2.3. Definición de oferta

Para establecer la oferta de mercado se lo realiza de la misma forma que la demanda del mercado, es así que se puede definir a la oferta como la suma total de lo que ofrecen en cada periodo todos los productores de un producto determinado.

Por otro lado la cantidad ofrecida es la cantidad de un bien en particular que una empresa estaría dispuesta y sería capaz de ofrecer en venta a un precio particular en un periodo determinado (Boyd & Jewell, 1997).

2.3.1. Determinantes de la oferta

- Costo de producción: para que una empresa pueda generar rentabilidad, indiferentemente del precio de venta que quiera recibir por el producto, es necesario que supere el costo de producción, es así que el costo dependerá de varios elementos como son: el precio de los insumos, materia prima, tecnología disponible, capital, mano de obra, entre otros, que requiere la empresa para el desarrollo del producto.
- Impuestos y subsidios: el impuesto es la aportación económica que se le hace al estado, exigida a las empresas y ciudadanos para brindar ingresos al país. Por otro lado los subsidios son un estímulo que el gobierno ofrece a las empresas o industrias para favorecer a la población de bajos ingresos, para que la economía no se vea afectada por el escaso poder adquisitivo, o por el contrario para evitar el aumento de precio de un producto de consumo masivo, el gobierno asume una parte de él.
- Los precios de bienes relacionados: usualmente las organizaciones reaccionan frente a la fluctuación de los precios de bienes relacionados; es decir, si cualquier bien afín al producto que se desea fabricar aumenta su precio, eso obliga a que el producto final tenga también un incremento en su precio de venta final.

2.3.2. País exportador: Ecuador

Oficialmente la República del Ecuador, es un estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

Capital: San Francisco de Quito

Forma de gobierno: República presidencialista democrática

Área: 283.561 Km²

Países limítrofes: Colombia 590 Km, Perú 1,420 Km

Costas: 2.237 Km

Recursos naturales: Petróleo, pescado, madera, energía hidroeléctrica

Número de habitantes: 15.007.343⁴

Idiomas: Español (oficial), lenguas indígenas (especialmente Quechua)

Independencia: Se independizó de España el 24 de mayo de 1822

Constitución: 20 de octubre de 2008

Miembro de: ONU, OEA, BID, BM, FMI, CAN, CELAC, FLAR, ALBA, CAF, MERCOSUR, OLADE, UNASUR, OPEP, OEI, Grupo de Río (Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe, 2013)

⁴ Estimado a Julio del 2011

2.3.3. Cantón Guano, provincia de Chimborazo

a. Aspectos Generales

Guano alcanza la categoría de cantón el 17 de diciembre de 1845 y se conformó con las siguientes parroquias: Villa de Guano, Calpi, San Andrés, Ilapo, Guanando, Penipe, Puela, Químiag y Cubijies.

Durante la vida republicana y hasta finales del siglo XX, Guano desarrolló de forma masiva la actividad artesanal, como resultado del proceso cultural e histórico antes mencionado. En Guano se desarrollaron una amplia gama de ramas artesanales, que convierte a la ciudad en un gran taller artesanal (se decía que en cada casa funcionaba un taller), lo que a su vez generó una gran cultura laboral que dinamizó la economía local, que le mereció la denominación de “Capital Artesanal del Ecuador”. (Patache, 2013)

Ilustración 2.1: Afiche Promocional de Guano



Fuente: Ministerio de Turismo Ecuador. Año 2012

b. Geografía

El territorio del cantón Guano se localiza en el centro del altiplano andino del Ecuador, al norte de la provincia de Chimborazo, entre las coordenadas 01°36'10" de grados de latitud sur, 81° de latitud oeste, 0°6'30" del meridiano de Quito, 0°11'30" de latitud occidental. La cabecera cantonal se asienta en los 2530 m.s.n.m., y posee un clima templado con características de valle interandino. Los límites del cantón son:

- Al Norte, la provincia del Tungurahua, la montaña del Igualata, el río Huahua Yacu y el río Mocha.
- Al este, el río Chambo y el cantón Penipe.
- Al sur, el cantón Riobamba y la quebrada las Abras.
- Al oeste, la Provincia de Bolívar y el cantón Riobamba.

El cantón Guano posee una superficie total de 473.3 Km² que representa el 7% de territorio de la provincia de Chimborazo, La altitud del territorio del cantón Guano está a 2.530 metros sobre el nivel del mar. (Toledo, 2011).

c. Población

Según el último Censo de Población y Vivienda de 2010, la cantidad de habitantes del cantón Guano, cuyo gentilicio es guaneño, asciende a 42,851; donde el 52.17% son mujeres y el 47.83% son hombres, de los cuales aproximadamente 120 hacen del comercio de artesanías su principal fuente de sustento.

d. Sector artesanal

A Guano se le ha denominado la “capital artesanal” del Ecuador, este es uno de los aspectos que tradicionalmente provoca la visita de gran número de turistas, los mismos que acuden a Guano en búsqueda de artículos de cuero, de las conocidas alfombras de Guano (producidas principalmente para la exportación) y prendas de vestir.

En la actualidad este escenario se ha transformado, ya que las diferentes ramas artesanales del cantón han sufrido serios cambios debido a factores como la apertura comercial del Ecuador, la implementación del plan Colombia, el feriado bancario y la posterior dolarización de la economía nacional. Dentro de las actividades productivas del Cantón, se puede mencionar al sector artesanal, como generador de ingresos económicos sobre todo en las parroquias La Matriz y El Rosario (en la parte urbana).

En la actualidad la Cámara Artesanal de Guano, presidida hasta noviembre de 2013 por el Ing. Cesar Patache, vicealcalde del cantón, realiza actividades en beneficio de los productores del sector que la conforman, tales como: capacitaciones, charlas de carácter informativo, talleres entre otras. Esto a decir de Patache con el ánimo de incentivar al habitante guaneño a que continúe en el sector artesanal y haga de esta actividad su fuente de trabajo sustentable ya que en los últimos años este sector se ha visto altamente afectado por el desplazamiento de los habitantes más jóvenes a ciudades aledañas al cantón como Riobamba y otras regiones del país.

2.4. Definición de demanda

Acorde con los autores Bernardo López-Pinto, Marta Mas Machuca y Jesús Viscarri, donde indican que la demanda total del mercado de un producto es el volumen total que

compraría un grupo definido de consumidores, en un área geográfica definida, en un tiempo definido, en un entorno de marketing definido, y bajo unos programas de marketing definidos. (López-Pinto Ruiz, Mas Machuca, & Viscarri Colomer, 2008)

Además los autores antes mencionados puntualizan que el análisis de la demanda supone llevar a cabo tres tipos de tareas fundamentales:

1. Medir la demanda: Es decir medir el alcance que tendrá, tanto de la demanda actual como la demanda potencial.
2. Explicar la demanda: se debe identificar primero cuáles son las variables que determinan la demanda y paralelamente determinar de qué manera interactúan e intervienen en su comportamiento.
3. Pronosticar la demanda: es una previsión del nivel de demanda que se espera tener en el futuro mediante el conocimiento del comportamiento actual y pasado de la demanda, así como de las variables que influyen en dicho comportamiento.

Las tres tareas antes mencionadas demuestran la significancia que tiene el correcto análisis de la demanda, de tal manera que si está adecuadamente explicados los fenómenos que influyen en la demanda permitirá realizar una previsión mucho más acertada, un mejor uso de los instrumentos del marketing y direccionar el entorno de una forma más efectiva, lo que al final del camino supondrá una mejor toma de decisiones.

2.4.1. País importador: Venezuela

Las generalidades del importador identificado se detallan a continuación. (Insituto Nacional de Estadística, República Bolivariana de Venezuela, 2012)

VENEZUELA (Gobierno Bolivariano de Venezuela, 2013)

NOMBRE OFICIAL:	República Bolivariana de Venezuela
TIPO DE GOBIERNO:	Republicano Federal
PRESIDENTE:	Nicolás Maduro Moro ⁵
CAPITAL:	Santiago de León de Caracas
IDIOMA OFICIAL:	Castellano
POBLACION:	28'946,101 habitantes ⁶
DENSIDAD:	30,1 hab/Km ²
SUPERFICIE:	916,445 Km ²
MONEDA:	Bolívar

2.4.2. Caracas

a. Generalidades

Fundada bajo el nombre de Santiago de León de Caracas, es la capital de la República Bolivariana de Venezuela, es el principal eje administrativo, comercial, político y cultural de la nación. Se ubica a 900 msnm en la zona centro-norte costera de la nación, a 15 km de la costa del mar caribe.

El Alcalde Mayor de Caracas, titular del Distrito Metropolitano de Caracas es la primera autoridad política, civil y administrativa; esta entidad reúne el Municipio Libertador del

⁵ A marzo de 2014

⁶ Según el XIV censo de Población y Vivienda

Distrito Capital y los Municipios Baruta, Chacao, Sucre y El Hatillo del estado Miranda. Caracas, a través de la historia, ha sido considerada uno de los puntos turísticos, económicos y culturales más importantes de América Latina; posee un PIB nominal de 99000 millones de dólares y un PIB per cápita de 24000 dólares⁷.

b. Geografía

Caracas se encuentra dentro de un valle del sistema de la Cordillera de la Costa, separada por el Parque Nacional Waraira Repano del mar Caribe; la ciudad consta de una superficie de 845 Km² y su altitud varía de un punto de la ciudad a otro entre los 870 y 1043 msnm en el área urbana; el punto más elevado es el Pico Naiguatá con 2765 msnm de altura.

El valle de Caracas es una zona sísmica, está ubicado muy cercano al límite de dos placas tectónicas, la del caribe y la sudamericana. Los movimientos telúricos en la ciudad se caracterizan por una alta tasa de microsismicidad⁸ y eventos de magnitud intermedia (entre 3 y 5 grados), aunque se han registrado al menos cuatro terremotos de gran intensidad, entre los que destacan los de 1812 y 1967.

c. Clima

Caracas posee un clima tropical de altura con precipitaciones que varían entre los 900 y 1300 mm anuales en la ciudad y hasta 2000 mm en partes de la cordillera; siendo su temperatura anual media de 23,8° C; siendo la media del mes más frío (Enero) de 10°C y

⁷ Según la consultora McKinsey & Company

⁸ Eventos de magnitud menor a 3° en escala de Richter

la del mes más cálido (Julio) de 25°C; teniendo presente nieblas frías en los meses de enero, febrero y diciembre

2.5. Comercio internacional

Pese a que el amplio campo de acción de esta rama dificulta enmarcar todo lo que supone en un sencillo concepto; se puede aseverar que se conoce como comercio internacional al intercambio de bienes o servicios que se desarrolla entre dos o más países o regiones económicas dentro de un marco de una normativa exigida previamente regulada y acordada; esta actividad económica es tan antigua como cualquier otra (Ballesteros Román, 2001). El comercio internacional ha logrado que muchos pueblos adquieran bienes o servicios que por sí solos no son capaces de producir; satisfaciendo de este modo sus necesidades y mejorando con esto el nivel de vida de sus habitantes; convirtiendo así al comercio internacional en una herramienta básica y necesaria para su supervivencia.

2.5.1. Reseña histórica del comercio internacional

El comercio internacional comenzó a ganar importancia a partir del siglo XVI con la creación de los imperios coloniales europeos, convirtiéndose en un instrumento de política imperialista. Luego durante los siglos XVII y XVIII los dirigentes notaron que al promover el comercio internacional aumentaban su peculio y con ello el poder de su nación.

Desde 1868 y hasta 1913 Gran Bretaña utilizó el sistema monetario internacional que se regía por el patrón Oro. Las naciones acogidas a este sistema denominaban su moneda en una cantidad fija en oro. Luego de la segunda Guerra Mundial, en 1945 se crea la Organización de las Naciones Unidas ONU y se adoptan algunos acuerdos:

De coordinación: Buscaba intervenir en las relaciones económicas entre países e impulsar la realización de actividades comunes. En la actualidad sirve como un centro de investigación, estudio y formación; y está conformada por 34 países miembros.

De integración: Busca lograr acuerdos comerciales entre países. Se crea la Asociación Europea de Libre Comercio AELC o EFTA, por sus siglas en inglés, conformada por países de Europa occidental que quedaron al margen de las Comunidades Europeas; esta, como su propio nombre lo indica, promueve el libre comercio y la unión económica, permitiendo que la propia política comercial de cada país siga en vigencia.

De cooperación: Su apoyo se centra netamente en el aspecto económico. El Fondo Monetario Internacional FMI, creado en 1994, tiene como principal propósito asegurar la estabilidad del sistema monetario internacional, es decir el sistema de pagos internacionales y tipos de cambio que permite a los países efectuar transacciones entre sí. (Fondo Monetario Internacional, 2013).

2.5.2. Arancel aduanero común

En sentido genérico un arancel es una relación o catálogo de productos o servicios con sus respectivos precios. (Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España). Un arancel debe cumplir como mínimo tres condiciones:

- a. Ser sencillo de interpretar, para cualquiera de las partes que interviene.
- b. Ser preciso para que cada producto, mercancía o actuación sea identificable y clasificable bajo un único concepto.
- c. Ser objetivo, de tal manera que sus descripciones sean independientes de la condición de los declarantes.

Desde un punto de vista de aduanas se puede añadir que el Arancel de Aduanas, es la publicación oficial donde se agrupan los conceptos de los productos de tal forma que permitan clasificar todas las mercancías y determinar sus correspondientes tipos impositivos.

2.5.3. Código armonizado

Sección 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.

Capítulo 64 Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos.

64.03 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.

6403.51 Que cubran el tobillo

La subpartida arancelaria sugerida es la 6403.51

2.5.4. Plan de exportación

Es la guía o documento que muestra al empresario hacia dónde dirigir su esfuerzo exportador y como competir con sus productos o servicios en el mercado internacional a fin de alcanzar el éxito deseado. (Lerna Kirchner, 2010).

Dentro de la planeación estratégica, este es el documento más complejo, puesto que la organización pasa a formar parte de un entorno que antes consideraba ajeno a ella; en las exportaciones la empresa se adentra en el ámbito exterior, lo cual requiere de una mayor certeza en la toma de decisiones, mayor información mejor capacitación de su personal entre otras exigencias.

Un buen plan de exportación siempre guarda la sencillez, la realidad y la congruencia como sus características principales de éxito; el óptimo desarrollo de un plan de exportación supone el conocimiento no solo de las capacidades propias sino de las presentes en los mercados internacionales y así como la inteligencia para enfrentar los nuevos retos que supone la apertura hacia nuevos mercados.

2.5.5. Elementos del plan de exportación

Para preparar un buen plan de exportación, es necesario tener presente los siguientes datos:

1. Definir lo que la empresa desea lograr al exportar a través de la visión y los objetivos.
2. La metodología que se empleará para desarrollar el plan y realizar la investigación respectiva.

3. Analizar el marketing mix de exportación; teniendo siempre en cuenta que el plan de exportación es un plan de marketing para el mercado externo.
4. Análisis FODA de la oferta exportadora.
5. Análisis del entorno externo en el que se desea incursionar; regulaciones, normativas y la logística requerida.

2.6. Base legal

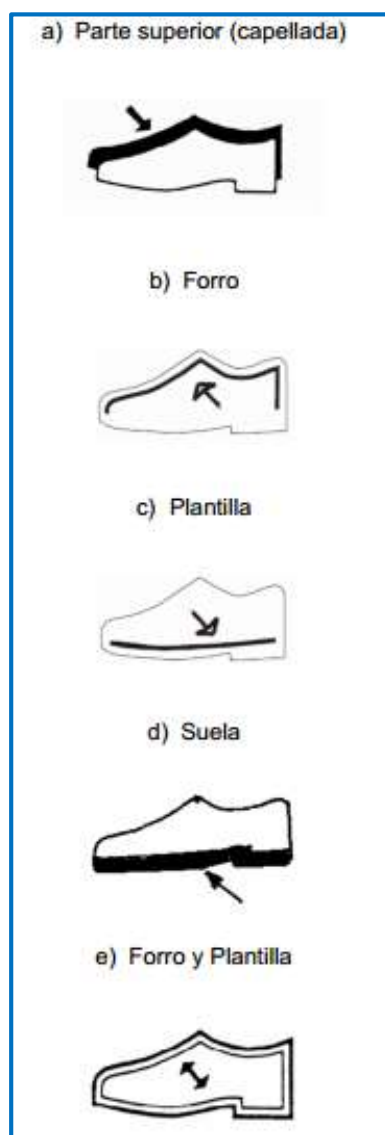
2.6.1. Reglamentación técnica ecuatoriana

En el Ecuador; el Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN es el ente técnico y principal eje del Sistema Ecuatoriano de Calidad que tiene como competencias la normalización, reglamentación técnica y metrología de deben cumplir los bienes que se distribuyan o comercialicen dentro del territorio ecuatoriano, velando de este modo por la protección del consumidor y la promoción de la cultura de la calidad así como el cumplimiento de los derechos de seguridad de los ciudadanos y preservación del medio ambiente.

En junio de 2013 se publicó en el registro oficial ecuatoriano el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE 080 “Etiquetado de Calzado” mismo que entro en vigencia a partir de diciembre del mismo año; aplicable para el calzado de producción nacional o importado que se comercialice dentro del territorio nacional, en el que se establece que la colocación de las etiquetas debe ser en ambos zapatos, adheridas sin opción a que estas se puedan desprender; de igual manera debe detallar los materiales del que están elaboradas cada una de las partes que componen estos artículos; la información del

material deberá regirse acorde a lo descrito en la norma; el nombre del fabricante o importador también debe ser incluida en la etiqueta, así también el número de RUC⁹ y el país donde se fabrica el calzado.

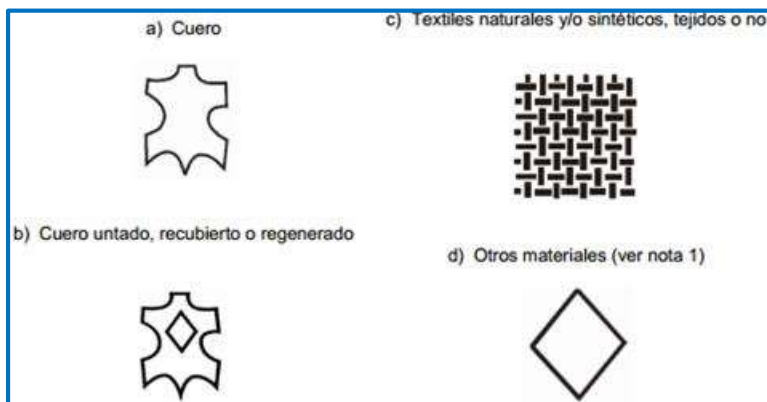
Ilustración 2.2: Identificación de las partes que componen el calzado



Fuente: INEN RTE 80

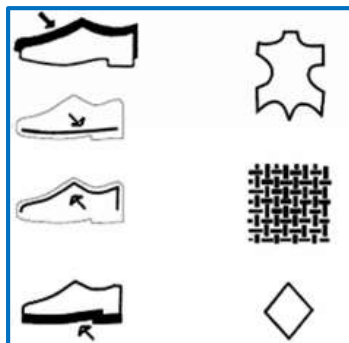
⁹ Registro único de contribuyente otorgado por el Servicio de Rentas Internas

Ilustración 2.3: Identificación de los materiales



Fuente: INEN RTE 80

Ilustración 2.4: Ejemplo 1 de declaración de material



Fuente: INEN RTE 80

Ilustración 2.5: Ejemplo 2 de declaración de material

CAPELLADA	CUERO
PLANTILLA	
FORRO	TEXTIL
SUELA	OTROS

Fuente: INEN RTE 80

Ilustración 2.6: Ejemplo 2 de declaración de material



Fuente: INEN RTE 80

Si bien es cierto esta medida fue tomada en base a la transformación de la matriz productiva que atraviesa el país y cuyo objetivo principal es disminuir las importaciones del calzado; lo cierto es que para la producción nacional de este sector, más allá de lo alentador que puede ser que se disminuya el ingreso de calzado extranjero, esto ha significado también una preocupación pues los productores nacionales también deberán cumplir con la norma.

Esta tipo de reglamentación que afecta al calzado no es de exclusiva exigencia en el Ecuador; en Venezuela existen también reglamentos que norman al calzado para su correspondiente expendio en el mercado, similar al RTE 080 que rige en el Ecuador. (Ver ANEXO 1)

2.6.2. Reglamentación técnica venezolana




En Venezuela, según resolución No. 1174 del Ministerio de Finanzas y No. 396 del Ministerio de la Producción y del Comercio se resolvió establecer la información mínima obligatoria que debe contener todo tipo de calzado que sea comercializado en

territorio venezolano, aplicable para todo tipo de calzado clasificable en el capítulo 64 del Arancel de Aduanas; esta reglamentación describe que la etiqueta del calzado deberá contener:

- Nombre, o razón social del fabricante nacional o importador.
- Marca comercial.
- Nombre del país de fabricación.
- Talla (número) del calzado, salvo que esté grabado en la suela o piso del calzado.
- Información sobre la composición del corte, pala o parte superior y piso.
- El número RIF¹⁰ del fabricante o importador.
- El número de inscripción en el registro SENCAMER¹¹

Etiquetado que se deberá realizar por medio de impresión directa o colocación de etiquetas impresas, pegadas o cocidas al menos en una de las piezas de cada par de calzado. Sobre la información de los materiales que componen el calzado también la norma establece los pictogramas y forma en que se deberá detallar la misma, tal como se muestra en la ilustración 3.4.

Ilustración 3.4: Identificación de las partes del calzado

IDENTIFICACIÓN TEXTUAL	PICTOGRAMA
Corte, pala o parte superior	
Forro	
Piso	

Fuente: SENCAMER

¹⁰ Registro de Información Fiscal. Equivale al RUC

¹¹ Servicio Nacional Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos

Esta norma de etiquetado válida para el calzado que se distribuya y comercialice en territorio venezolano es muy similar a la reglamentación técnica que se aplica para el calzado que se expende en territorio ecuatoriano; por tal se considera que la aplicación la norma venezolana no constituirá mayor restricción, salvo las pequeñas variaciones que se debe considerar; a la entrada de calzado ecuatoriano, siempre y cuando se cumpla con lo establecido en el RTE 080. (Ver ANEXO 2)

2.6.3. Requisitos para exportar a Venezuela.

El 12 de junio del 2013, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENAE, mediante resolución Nro. SENAE-DGN-2013-0196-RE, (Ver ANEXO 3) estableció los Requisitos para el Registro de Exportadores de Mercancías con Destino a Venezuela. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2013)

Esta resolución tiene por objeto regular los requisitos que los exportadores deben cumplir ante la administración aduanera previo a realizar una declaración definitiva a consumo con destino a Venezuela, los mismos que se detallan a continuación:

- 1) Copia notariada de la escritura de constitución de la compañía actualizada, debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
- 2) Copia notariada del nombramiento del Representante Legal de la compañía actualizado, inscrita en el Registro Mercantil.
- 3) Certificado de socios y accionistas actualizado emitido por la Superintendencia de Compañías (original).
- 4) Nómina de empleados con la respectiva afiliación al IEES.

- 5) Listado de las empresas en que los representantes legales tengan alguna vinculación con otras compañías en calidad de accionista, representante legal o empleado.
- 6) Historia laboral de cada uno de los representantes legales de la empresa exportadora.
- 7) Copia del Registro Único de Contribuyentes en el que conste esta actividad.
- 8) Copia notariada de las declaraciones de impuesto a la renta de los tres últimos ejercicios económicos, salvo el caso de nuevas compañías.
- 9) Proyecciones de exportaciones para el presente y próximo año, indicando volúmenes, descripción de las mercancías, partidas arancelarias correspondientes, país de origen, valor FOB y fichas técnicas -de corresponder.
- 10) Contratos de arrendamiento o título de propiedad del o los domicilios tributarios.
- 11) Documentos que justifiquen el origen de los fondos utilizados en las exportaciones.
- 12) En caso de contar con capital extranjero, el documento de registro de capital ante el Banco Central.
- 13) Documentos que sustenten los incrementos de capital, de corresponder.
- 14) Listado de proveedores de las mercancías o insumos a exportar.
- 15) Certificados bancarios de las cuentas sobre las cuales recibe o recibirá el dinero por el pago de las exportaciones.
- 16) Certificados bancarios de las cuentas con las cuales se efectúa el pago a proveedores de los insumos o bienes terminados a exportarse.
- 17) Listados de activos fijos que forman parte del patrimonio de la empresa.

2.7. Glosario de términos técnicos

- **Aerografito:** es una espuma sintética que consiste en una red porosa interconectada de carbono tubular
- **Agente de aduana:** es la persona natural o jurídica a quien se le faculta a gestionar de manera habitual y por cuenta ajena el despacho de mercancías; que por su calidad de fedatario aduanero, se tendrá por cierto que los datos que consigne en las declaraciones aduaneras que transmite y suscribe, guarden conformidad con los documentos exigibles por ley y proporcionados por el importador o exportador, que legalmente le deben servir de base para la Declaración Aduanera.
- **Arancel Ad-valorem:** impuesto que se expresa en porcentaje del precio o del valor. Se calcula en base al porcentaje de la base imponible.
- **Arancel específico:** impuesto calculado sobre la base de un importe fijo por cantidad, por ejemplo, 100 dólares por tonelada.
- **Asociación Europea de Libre Comercio:** es una organización intergubernamental creada para la promoción del libre comercio y la integración económica en beneficio de sus cuatro Estados miembros: Islandia, Liechtenstein, Noruega, Suiza.
- **Avíos:** Instrumentos, herramientas o medios necesarios para hacer algo, componentes del calzado para su fabricación
- **Barreras no arancelarias:** se refiere a todas aquellas medidas, de carácter administrativo o pecuniario, que los gobiernos implementan para restringir el ingreso de importaciones no deseadas; también llamadas parancelarias.

- **Celogen:** agente esponjante de P.V.C
- **Certificado de origen:** es el documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales. Su formato y la información contenida en dicho documento estarán dados en función de las regulaciones de los organismos habilitados y reconocidos en los respectivos convenios.
- **Código armonizado:** nomenclatura internacional establecida por la Organización Mundial de Aduanas, basada en una clasificación de las mercancías conforme a un sistema de códigos de 6 dígitos aceptado por todos los países participantes. Éstos pueden establecer sus propias subclasificaciones de más de 6 dígitos con fines arancelarios o de otra clase.
- **Conocimiento de embarque:** es un documento de transporte puerto a puerto cuyo objetivo es acreditar que las mercancías se han recibido a bordo del buque; es prueba de la existencia del Contrato de Transporte y de la titularidad de la propiedad de la carga, a favor de su legítimo tenedor y mediante el cual y exclusivamente, se tiene derecho a recibir en el puerto de destino la mercancía, en el estado y cantidad que fue embarcada.
- **Contrafuerte:** refuerzo del calzado que permite que el talón adquiera firmeza, el cual se fija por el interior del zapato a la altura del talón.
- **Convenio cambiario:** documento emitido por el Ejecutivo Nacional, el Ministerio de Poder Popular de Finanzas y el Banco Central de Venezuela, donde se centraliza la compra y venta de divisas, en los términos establecidos en dicho convenio.

- **Declaración aduanera:** esta incluye un conjunto de información general relativa a un particular, la información de transacciones de importación o exportación y conjuntos de determinados bienes a ser importados o exportados.
- **Desaduanización:** es el conjunto de procedimientos que se realizan para liberar la carga de aduanas.
- **Ecuapass:** es el sistema informático aduanero ecuatoriano que permitirá a los Operadores de Comercio Exterior (OCE) poder realizar todas sus operaciones aduaneras de importación y exportación.
- **Entretelado:** textil semiesponjoso que se coloca bajo la piel del calzado.
- **Etilvinilacetato:** es un polímero termoplástico conformado por unidades repetitivas de etileno y acetato de vinilo.
- **Exportación:** salida de mercancías, capitales y servicios con destino al mercado exterior.
- **EXW:** término de negociación en que el vendedor cumple su obligación de entrega de la mercadería en su fábrica, taller, etc. a disposición del comprador. No es responsable ni de cargar la mercadería en el vehículo proporcionado por el comprador ni de despacharla de aduana para la exportación, salvo acuerdo en otro sentido. El comprador soporta todos los gastos y riesgos de retirar la mercadería desde el domicilio del vendedor hasta su destino final.
- **FMI:** el Fondo Monetario Internacional (FMI) promueve la estabilidad financiera y la cooperación monetaria internacional. Asimismo, busca facilitar el comercio internacional, promover un empleo elevado y un crecimiento económico sostenible y reducir la pobreza en el mundo entero. Fundado en 1945,

es administrado por los 188 países miembros —casi todos los países del mundo— a los cuales les rinde cuentas.

- **FOB:** término de negociación en que la mercadería es puesta a bordo del barco con todos los gastos, derechos y riesgos a cargo del vendedor hasta que la mercadería haya pasado la borda del barco, con el flete excluido. Exige que el vendedor despache la mercadería de exportación. Este término puede usarse solamente para el transporte por mar o vías acuáticas interiores.
- **FODA:** la sigla FODA, es un acróstico de fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), oportunidades, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), debilidades, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y amenazas, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos).
- **Freight forwarder:** es la persona natural o jurídica, nacional o extranjera que ha celebrado un contrato de transporte de mercancías por el pago de un flete, subcontratando servicios de transporte marítimo, aéreo o terrestre, emitiendo conocimientos de embarque, guías aéreas y cartas de porte, hijos o nietos, según el caso, por la carga transportada a su nombre.
- **Guía aérea:** la guía aérea, instrumento no negociable, sirve como recibo para el remitente. Emitida por la aerolínea o por el consolidador, la AWB indica que el transportista ha aceptado los bienes contenidos en la lista y que se compromete a llevar el envío al aeropuerto de destino, de conformidad con las condiciones anotadas en el reverso del original de la guía.

- **Horma:** molde con que se fabrica o forma algo. Se llama así principalmente el que usan los zapateros para hacer zapatos, y los sombrereros para formar la copa de los sombreros. Las hay también de piezas articuladas, que sirven para evitar que se deforme el calzado.
- **Importación:** introducción de mercancías, capitales y servicios extranjeros en el mercado interior de un país. A la importación de un país corresponde la exportación de otro.
- **Incoterm:** Internacional Commercial Terms, son términos internacionales de comercio de tres letras cada uno, que reflejan las normas de aceptación voluntaria por las dos partes —compradora y vendedora—, acerca de las condiciones de entrega de las mercancías, productos.
- **Manifiesto de carga:** documento físico o electrónico que contiene información respecto del medio de transporte, número de bultos, peso e identificación genérica de la mercancía que comprende la carga, que debe presentar todo transportista internacional a la entrada o salida del país a la aduana.
- **Pictogramas:** signos de la escritura de figuras o símbolos
- **Principio de no discriminación:** también conocido como Nación más favorecida, significa que ningún país puede dar un tratamiento menos favorable a otro país, que el que ya ha concedido con anterioridad a otros.
- **VUE:** Ventanilla Única Ecuatoriana; es una herramienta electrónica por medio de la cual, los usuarios de los servicios aduaneros y, en general, los operadores de comercio exterior, presentarán los requisitos, trámites y documentos necesarios para la realización de operaciones de comercio exterior.

CAPÍTULO 3

3. Situación actual del sector productivo (oferta y demanda) y viabilidad de exportación de calzado de cuero.

3.1. Oferta: sector cuero

La industria del calzado tiene un gran desarrollo en materia de diseño, variedad y especialización. En el Ecuador existe producción de calzado para montaña, exclusivo de cuero e industrial. Ésta se encuentra inmersa en procesos de tecnificación cada vez más avanzados. Existe un gran desarrollo del sector principalmente en las provincias de Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas. (Proecuador, 2009)

Sin embargo, en la provincia de Chimborazo, específicamente en el cantón Guano, también existen artesanos que se dedican a la fabricación de calzado de cuero, cuyo producto final es reconocido a nivel local como de igual e inclusive mayor calidad que el elaborado en las provincias anteriormente mencionadas.

3.1.1. Producción y variedades en el Ecuador

Ecuador produce alrededor de 350 mil cueros y pieles al año. Una buena parte de la demanda se orienta al mercado interno de calzado, marroquinería¹² y confecciones, y gran parte de la producción de cuero y pieles se exporta. (Proecuador, 2009)

Esta gran parte de producción que es exportada como materia prima, bien podría servir para aportar a la industria del calzado de cuero y ser a su vez vendido al extranjero como artículo terminado, dando valor agregado a la manufactura ecuatoriana.

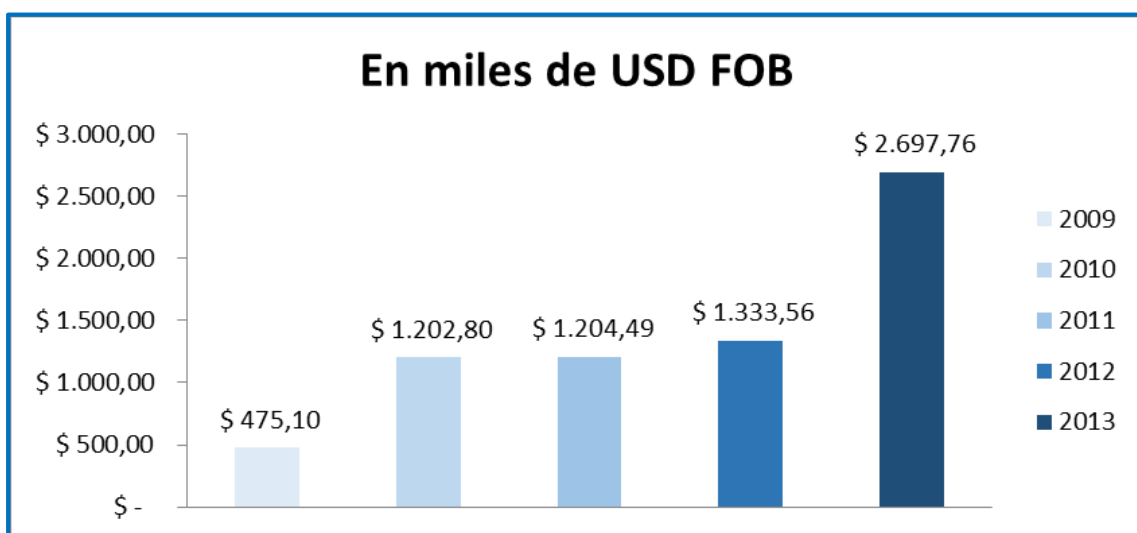
¹² Según diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, marroquinería se refiere a la manufactura de artículos de piel o tafilete, como carteras, petacas, maletas.

3.1.2. Información estadística del sector

A partir de la medida gubernamental establecida en el 2010 vía Decreto Ejecutivo 367, donde se indica que se aplicará un arancel mixto de 10% de advalorem y USD 6.00 por par de zapatos importados, el sector de producción de calzado ha tenido un sostenido crecimiento y una mayor fuerza competitiva en relación con las producciones chinas que antes de la aprobación de esta política comercial, afectaban grandemente el mercado nacional.

Adicional a esto se han realizado ruedas de negocio a nivel nacional, capacitaciones y la Corporación Financiera Nacional y el Banco Nacional de Fomento han otorgado créditos desde 50 mil hasta 100 mil dólares para la adquisición de nueva tecnología, materia prima, entre otros. Esta decisión permitió un aumento en la producción en 2011 fueron 28 millones de pares frente a los 15 millones en 2008.

Gráfico 3.1: Evolución exportaciones sector calzado

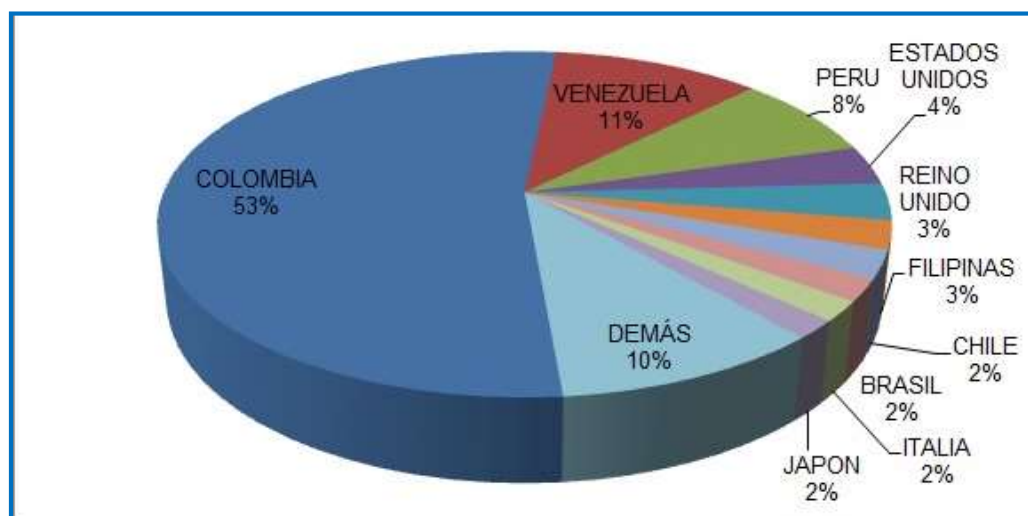


Fuente: Penta – Transaction

Elaborado por autores

Como se muestra en el gráfico 3.1 en el año 2013 las exportaciones de calzado ascienden a: US\$ FOB 2'697.760 evidenciando un crecimiento en el sector originado a partir del año 2010 en que las autoridades competentes del país adoptaron medidas para la promoción de exportaciones. Entre los principales destinos se encuentran: Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y Estados Unidos. (Proecuador, 2009). (Gráfico 3.2)

Gráfico 3.2: Destinos de las exportaciones del sector calzado, cuero y textil



Fuente: PRO ECUADOR, año 2012, recuperado de: <http://www.PRO ECUADOR.gob.ec/exportadores/sectores/cuero-y-textiles/>

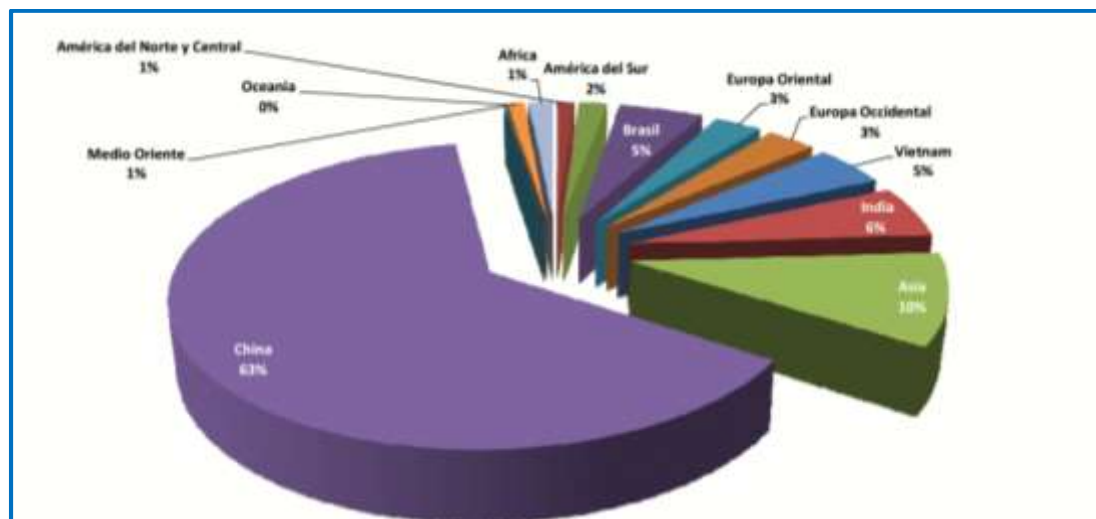
3.2. Principales productores de calzado a nivel mundial

De acuerdo con el reporte de Proexport¹³ Colombia, China es el principal productor a nivel mundial de calzado, a continuación le siguen India, Indonesia, Tailandia, Vietnam y Paquistán. Por otro lado siguen Japón, Taiwán y Corea en menor proporción. (Gráfico 3.3)

¹³ Es la entidad encargada de la promoción del turismo internacional, la inversión extranjera y las exportaciones no tradicionales en Colombia.

A continuación se presenta un cuadro donde indica los principales productores de calzado alrededor del mundo:

Gráfico 3.3: Situación actual del sector de calzado en el mundo



Fuente: Proexport Colombia, año 2010, recuperado de http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/Benchmarking_trends.PDF

En 2004 en el boletín de prensa de la feria China Soetec¹⁴ publicó que China produjo para este año 7.000 millones de pares y obtuvo el 52% referente a la participación del mercado mundial lo que lo convierte en el mayor productor y exportador de calzado.

Para el 2006 existían un total de 20.000 empresas chinas que trabajaban con cuero y aproximadamente 1.6 millones de empleados en las industrias de calzado.

La asociación de la Industria del Cuero de China (CLIA) informó en la quincena de mayo del 2013 que su país exportó 10 mil millones de pares de calzado en el 2012. Esta cantidad se traduce en una mejora del 2% en el volumen de exportaciones de esta industria.

¹⁴ China Shoetec, Feria internacional sobre calzado, productos de cuero y accesorios

Este auge chino repercute gravemente en la mayor parte del continente americano. Esto se debe a que a partir del 2004 a raíz de los convenios de cooperación que firmó China con varios países latinoamericanos.

Según un informe realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Shanghai, el 85% de la producción de calzado de China oscila entre una calidad media y baja, por otro lado los de calidad más alta resultan ser importados.

Las principales materiales usados para la fabricación de calzado en China son cuero, tela, goma y plástico.

3.3. Situación de la industria de calzado en el Ecuador

La industria del calzado en el Ecuador¹⁵ es un sector que en los últimos años ha venido ganando espacio en el mercado local; pues entre el 2007 y el 2012 la producción de este sector pasó de 15 a 30 millones de pares mostrando un crecimiento del 100%.

Pero, según un reporte de Diario HOY, entre 2005 y 2008 el sector del calzado en Ecuador estuvo sumergido en una profunda crisis, de 3.000 fabricantes a nivel nacional, quedaron solamente 600, la mayoría tomó la decisión de migrar obligados por las escasas oportunidades que existía en el país, esto repercutió en que la tasa de desempleo aumente considerablemente por parte de quienes trabajaban en este sector.

En el año 2008 este sector de la economía estuvo a punto de desaparecer como resultado de la gran cantidad de calzado asiático que ingresaba al Ecuador, los que eran expuestos

¹⁵ El telégrafo 2013. Industria del Calzado se duplicó en cinco años

al mercado a precios muy bajos, lo que dejaba a la industria nacional sin oportunidad de competir.

Este sector logró reactivarse gracias a la normativa impulsada por el Gobierno Nacional y ejecutada por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE), en ese entonces Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE), que impuso un arancel mixto de 10% sobre el valor CIF más \$6,00 por par para la partida 6403, bajo la que se importa calzado.

En la actualidad gracias al apoyo gubernamental de los 600 productores que quedaron a raíz de la crisis, existen 4.500. Esto resultó ser un gran estímulo para la industria local que emplea directamente alrededor de 100 mil personas.

Lilia Villavicencio, presidenta de la Cámara Nacional de Calzado CALTU (2013), indicó que “a escala nacional hay más de 5000 productores de calzado y 100.000 puestos de trabajo entre directos e indirectos”. Lo que indica que existe gran potencial en Ecuador mismo que junto con las oportunidades que ofrece el gobierno actual, puede derivar en que este sector se convierta en uno de los referentes de la economía nacional.

Acorde a datos proporcionados por el Ministerio de Industrias y Productividad, en Ecuador en el año 2011 donde se consolidó la recuperación de la industria de calzado, las ventas nacionales alcanzaron la cifra de aproximadamente USD 152 millones, mientras que las exportaciones de calzado ascendieron a 69 millones.

Por su parte David Molina, secretario técnico del Ministerio de la Producción Empleo y Competitividad MPEC; destacó que las exportaciones del sector aumentaron en un 20% y que existen incentivos para el sector como la creación de centros de diseño de calzado;

lo que sin duda ayudará a este gremio a contar con una identidad propia que permita entrar en la mente del consumidor ecuatoriano.

3.3.1. Situación actual del sector artesanal de calzado en Guano

Guano ha sido conocida como la capital artesanal del Ecuador e incluso en su himno lleva esta membresía, pero durante el paso del tiempo se ha ido perdiendo el fondo, quedando simplemente la forma, es así que luego de la devastadora recesión económica que tuvo Ecuador en los años 1998 – 2000 el sector artesanal de Guano tuvo un fuerte descenso seguido por la pérdida de los talleres y la migración de su población.

Luego la introducción de los productos asiáticos al mercado, terminó de marginar completamente la producción nacional con precios increíblemente bajos, pero de dudosa calidad, esto complementó el remesón que sufrió el sector artesanal del cantón.

En sus mejores épocas las alfombras, el calzado y las chompas se convirtieron en sus principales productos y los que la gran mayoría de artesanos fabricaban, incluso llegaban extranjeros a comprar las manufacturas entre ellos estadounidenses e inclusive venezolanos que llevaban de vuelta a su país para comercializarlo allá.

Pero desde hace aproximadamente 2 años el sector textil y de cuero se ha reactivado. Debido a esto la Cámara Artesanal de Guano, congregación que agrupa aproximadamente a 120 artesanos del cantón, dedicadas a todas las ramas según información brindada a mediados del 2013 por su entonces presidente Ing. César Patache, ellos han buscado capacitaciones en el Consejo Provincial de Pichincha, de manera que puedan mejorar la calidad y optimizar los recursos que utilizan para fabricar.

Por otro lado también se encuentra la ASOTECC, Asociación Tecnológica de Cuero y Calzado, que agrupa a un total de 17 artesanos dedicados solamente a la fabricación de calzado.

Estas dos entidades trabajan por separado y por discrepancias suscitadas entre estos dos entes no existe una intención de trabajo conjunto. Esto también provoca el retraso de los pueblos; el egoísmo y la poca colaboración que se encuentra entre ellos.

Al visitar a la denominada capital artesanal del Ecuador, se puede apreciar gran variedad de calzado que se hallan en las tiendas ubicadas en el centro histórico-cultural de la ciudad, cuyos vendedores aducen que es fabricado en Guano, pero según información del Presidente y Secretario de la Cámara Artesanal más del 30% de los zapatos son hechos en otros lugares y comercializados en el cantón.

La materia prima, la mano de obra y las maquinarias como capacidad productiva existen en el cantón, sin embargo debido a la falta de promoción así como de conocimientos productivos, es que los habitantes prefieren vender calzado elaborado en otros cantones antes que producir ellos mismo.

Es por ello que el presente trabajo de investigación pretende brindarles a los artesanos conocimientos teóricos que apunten a mejorar la productividad para así lograr un producto terminado de calidad y que pueda ser exportado a otros países, logrando un aumento en los ingresos de las familias y una mejora en la calidad de vida.

3.4. Asociación Tecnológica de Cuero y Calzado ASOTECC

En julio de 2012 un grupo de artesanos del sector de calzado asentados en Guano, en búsqueda de oportunidades que permita el desarrollo del sector y ante la falta de acuerdo

obtenido con la Cámara de Artesanos de Guano deciden unirse y formar la Asociación Tecnológica del Cuero y Calzado ASOTECC.

Por la reciente creación de esta asociación, los formalismos que se deben cumplir, aún no están realizados al cien por ciento, por lo que se deben culminar antes de iniciar el proceso de ampliar sus mercados.

La ASOTECC es una persona jurídica de derecho privado, sin fines de lucro misma que se rige por sus estatutos y su reglamento interno, su tiempo de duración es indefinido y su número de socios ilimitado, registra su domicilio en el cantón Guano, provincia de Chimborazo. Tiene por objeto desarrollar e impulsar todos los procesos necesarios para fomentar el sector del cuero y el calzado en la provincia de Chimborazo y el país. En la actualidad cuenta con 17 miembros activos.

La ASOTECC tiene como fines los siguientes:

- Auspiciar la igualdad, cohesión y la integración social y territorial entre socios y ciudadanía a través de actividades socioculturales y deportivas.
- Mejorar las capacidades y potenciales de los asociados, mediante cursos de capacitación, formación profesional, giras de observación, talleres, encuentros, etc.
- Coordinar actividades y proyectos con organismos públicos y privados cuyos fines se identifiquen con la Asociación.
- Gestionar y canalizar créditos para desarrollar proyectos que ejecute la Asociación.
- Otorgar asesoría técnica, administrativa y financiera.

- Coordinar, organizar eventos sociales y de promoción.
- Acogerse a los beneficios de las Ley de Fomento Artesanal
- Realizar toda clase de actividades, actos y contratos que no siendo prohibidos por la ley, contribuyan al logro de estos fines.
- Brindar otros servicios relacionados a su operación y las demás que se establezcan en los estatutos y en el reglamento interno.
- Procurar fuentes y recursos para mejoramiento o renovación de medios propios del sector.

3.4.1. Características del calzado

Describir las características del calzado (véase tabla 3.1) de cuero en general es una tarea amplia, pues existe un sinnúmero de cualidades que varía de un calzado a otro, empezando porque varía el uso que se le vaya a dar, ya que no es lo mismo un zapato usado por un deportista que por un oficinista, así mismo los hay de diferentes pieles, de diferentes suelas, de diferentes acabados, pero la moda para los artesanos de la ASOTECC es producir el mocasín para caballero, pues comparado con los demás calzado de cuero este puede ser considerado el de menos complejidad de elaboración, logrando una aceptable rentabilidad con un buen índice de rotación en el mercado.

Por esta razón se toma al mocasín de caballero como modelo representativo de la producción de calzado fabricada por los integrantes de la Asociación Técnica de Cuero y Calzado; mismo que tiene entre sus principales características las mencionadas a continuación:

Tabla 3.1: Característica del calzado

	Característica
Capellada¹⁶	Cuero de res
Forro	Textil /cuero / sintético
Plantilla	Cuero / sintético
Suela	PVC / TR / cuero
Peso	400gramos aprox.

Elaborado por los autores

3.4.2. Proceso de producción

- **Diseño**

El proceso empieza con la definición del diseño de calzado que se desea producir, aquí se realizan varios bocetos y dibujos hasta obtener el diseño definido.

- **Modelaje o patronaje**

Una vez definido el diseño se dibuja el mismo y se elaboran los correspondientes moldes en cartulina, en esta etapa también se realiza el calado que consiste en definir las distintas piezas que conformaran el modelo del calzado.

- **Corte**

Como se muestra en la ilustración 3.1 los patrones hechos en cartulina se colocan sobre la plancha de cuero y con un estilete se procede a cortar las piezas que integraran el nuevo zapato.

¹⁶ Parte externa del calzado

Ilustración 3.1: Corte



Captada por los autores

- **Desbaste**

El desbaste consiste en rebajar la contextura de los fillos de las piezas de cuero para que puedan ser unidas entre sí con pegamento para calzado, ver ilustración 3.2.

Ilustración 3.2: Desbaste de la piel



Captada por los autores

- **Costura**

En máquinas de coser, se une las partes y se procede con la costura de todas las piezas que integran el calzado, muchas veces se debe pasar la costura dos veces para que las partes queden correctamente unidas, luego se martillea para que todas las costuras queden planas, tal como se demuestra en la ilustración 3.3.

Ilustración 3.3: Costura de la piel



Captada por los autores

- **Montaje**

Una vez cocido el zapato se colocan el forro y los avíos en las puntas del calzado, esto le da forma al mismo tiempo que protege los dedos de los pies y los contrafuertes que van ubicados en la talonera, de igual modo sirven para dar forma y proteger el pie. Luego se colocan en la máquina formadora de contrafuertes que a través de calor y frío le dan la forma final al talón del calzado, como se muestra en la ilustración 3.4.

Ilustración 3.4: Formado de talones



Captada por los autores

Una vez realizado esto se coloca el calzado en la horma y se procede a formar la punta en la máquina armadora de puntas, ver ilustración 3.5.

Ilustración 3.5: Formado de punta



Captada por los autores

Después se moldean los lados del calzado en la máquina armadora de enfranques y la parte inferior de la talonera en la armadora de talones. (Ilustración 3.6.)

Ilustración 3.6: Armado de Enfranques



Captada por los autores

Se martillea nuevamente y entonces se procede al cardado, que consiste en quitar el brillo al cuero en la parte donde irá colocado el pegamento, ver ilustración 3.7.

Ilustración 3.7: Cardado



Captada por los autores

Culminado el paso anterior se procede con la colocación del pegamento tanto en esta parte como en la suela del mismo y se colocan en la máquina reactivadora de pegamentos, como se muestra en la ilustración 3.8.

Ilustración 3.8: Reactivado de pegamento



Captada por los autores

Se unen ambas partes de manera manual y se coloca en la máquina de presión; que a base de aire fija de manera firme el cuerpo del calzado a su suela (ilustración 3.9). Una vez concluido el proceso anterior, el calzado pasa a una máquina de enfriamiento, donde a 45° bajo cero se intenta que los pegamentos queden totalmente secos.

Ilustración 3.9: Unión de suela y capellada



Captada por los autores

- **Acabado**

Una vez fijado todos los aditamentos, se procede a quitar el pegamento sobrante que pudiere existir sobre el calzado con una pulidora de pegamentos; con cremas se procede a dar brillo al calzado; se colocan las plantillas y el calzado está listo para ser embalado y comercializado (Ilustración 3.10).

Ilustración 3.10: Calzado puesto para la venta



Captada por los autores

Ilustración 3.11: Proceso de producción



Elaborada por los autores

3.5. Demanda: sector cuero

Como se mencionó en el capítulo anterior el mercado meta al que se quiere apuntar es a Caracas – Venezuela, en el presente punto se ampliará mayor información del mercado objetivo.

3.5.1. Población de Venezuela

La mayoría de la población venezolana descende de inmigrantes europeos, de indígenas amerindios venezolanos y de africanos traídos al país durante la época colonial, situación muy similar al resto de países de Sudamérica.

Según el último censo de población y vivienda realizado en el 2011, el 51,6% de la población se considera moreno/a, el 43,6% blanco/a y el restante 4,8% entre negro/a, afro descendientes y otros. La lengua, cultura, comida y música de los venezolanos, es influenciada por la oleada de inmigrantes europeos, provenientes principalmente de España, Italia y Portugal que tuvo lugar durante algunos pasajes del siglo XX.

Aproximadamente el 85% de la población vive en zonas de la región costera del país, repartida en numerosas conglomeraciones urbanas como Caracas, Maracay, Maracaibo, Valencia, entre otras, aunque casi la mitad del área geográfica de Venezuela se ubica al sur del río Orinoco; esta región solo alberga un 5% de la población venezolana.

En la ilustración 3.12 se muestra el mapa político de Venezuela donde se puede diferenciar claramente las provincias y sobre todo en la parte norte el mercado meta al que se apunta que es la capital Caracas.

Ilustración 3.12: Venezuela



Fuente: Gobierno Bolivariano de Venezuela, año 2013, recuperado de: <http://gobiernoonlinea.gob.ve/home/venezuela.dot>

3.5.2. Entorno político y social de Venezuela

Hablar de política en Venezuela es traer a la memoria al tan reconocido comandante Hugo Chávez, quien ostentó la presidencia de la República Bolivariana de Venezuela desde febrero de 1999 hasta marzo de 2013; en que falleció. Su doctrina inspirada en el libertador Simón Bolívar, y su marcado estilo de gobierno direccionado a un Socialismo del siglo XXI llamado así por él mismo, dejó un legado en Venezuela que hoy en día muchos políticos lo continúan aplicando en su accionar. Tal es el caso del actual presidente Nicolás Maduro Moro; quien, logró hacerse con la victoria en los comicios del 14 de abril del 2013.

Maduro tomó al mando Venezuela en un ambiente de incertidumbre, una nación abrumada de problemas y constantes enfrentamientos; y sobre todo un entorno político cargado de muchas expectativas por la situación económica que vivía el país; el jefe de estado decidió continuar la línea del socialismo, liderando una constante lucha contra los

grupos de oposición; una oposición muy amplia y muy marcada, que hace de la situación económica del país su principal arma para sustentar su contra al gobierno de turno, además de las olas criminales y los escándalos por corrupción.

Fiel a la doctrina chavista, Maduro promulgó el mismo plan de gobierno expuesto por el fallecido Hugo Chávez; llamado “Programa de la Patria 2013 – 2019” mismo que se divide en "Grandes Objetivos Históricos, objetivos nacionales, estratégicos y generales". Objetivos que lo han hecho promover leyes como la “Ley de Desarme” para regular y limitar al máximo la posesión, la compra y la venta de municiones y armas a particulares. La reforma de la “Ley de Lactancia Materna” que tiene por objeto promover, proteger y apoyar la lactancia materna a fines de garantizar la vida, salud y desarrollo integral de los niños y niñas.

En el ámbito internacional, el mandatario mantiene una línea similar a la de su predecesor, intentando promover la integración y una política de un mundo "multicéntrico y pluripolar". En julio de 2013, recibió la presidencia pro tempore del Mercosur, abogando por reintegrar a Paraguay al bloque; ha tenido ciertos impases con los gobiernos de Perú, Colombia y España por diferentes asuntos.

Lo cierto es que la situación política y social de Venezuela a diciembre de 2013 aún vive los estragos de las elecciones de abril del mismo año; en donde se demostró la marcada diferencia entre grupos políticos, en donde el mandatario y su grupo de gobierno no goza con el apoyo de la mayoría de sus mandantes, que sumado a los problemas antes descritos hacen que entendidos en materia económica y social se atrevan a hablar de una crisis en Venezuela; crisis que ha decir de la oposición el gobierno no tiene los mecanismos eficientes para contrarrestar tal situación.

3.5.3. Entorno económico

a. Generalidades

La situación económica en Venezuela desde la muerte del Presidente Hugo Chávez, el cual estuvo en el poder por 14 años y que fue reelecto en octubre del 2012, pero comenzando su nuevo periodo electoral se vio truncado por su muerte inesperada debido a un cáncer que afectó su estado de salud, se torna perturbadora y se ha sentido palpablemente entre los ciudadanos, las entidades gubernamentales y en general alrededor del mundo.

Es así que algunos países como Nicaragua y Cuba, temieron que a raíz de su muerte, ciertos beneficios que obtenían de su gobierno fueran suprimidos, en vista de que desconocían si el nuevo mandatario iba a continuar apoyando sus gobiernos.

b. Inflación

La inflación se ha acelerado significativamente en 2013, llegando como resultado de la devaluación y el financiamiento monetario del BCV¹⁷ al gobierno. Ello ha conllevado a un aumento de la tasa de cambio promedio y a que se abra el spread¹⁸ entre los tipos de cambio. Aumentan los costos pero no los ingresos por exportaciones. (China, 2013)

"La inflación subió en Venezuela de manera muy importante, los diferenciales sobre el tipo de cambio son muy altos y los indicadores de escasez son muy importantes. A eso nos referimos como una situación no sostenible", aseguró a Efe Alejandro Werner, director del Departamento del Hemisferio Occidental del FMI. (El Universal, 2013)

¹⁷ Banco Central de Venezuela

¹⁸ Brecha, diferencial

A pesar de los números el actual presidente tiene plena certeza de que la estabilidad económica mejorará para el 2014.

c. Producto Interno Bruto (PIB)

El presidente del Banco Central de Venezuela, Eudomar Tovar, indicó en rueda de prensa el 22 de agosto del presente que durante el segundo trimestre del 2013 el PIB había crecido en un 2.6% en relación al 0.7% que se reflejó en el primer trimestre. Aunque la cifra es relativamente baja en comparación con el crecimiento en el mismo periodo del 2012 (5.6%), manifestó la importancia de este crecimiento ya que en cada punto porcentual que se incrementa se traduce en un aproximado de 70.000 personas empleadas e implica un fortalecimiento en la economía venezolana.

El Ministro de Finanzas Nelson Merentes afirma que el crecimiento se debe a que hubo un repunte en la manufactura y que existió una contracción en la construcción, pero que si se toman los correctivos necesarios hasta fin de año, a pesar del proceso inflacionario alto que se tiene se puede tener un crecimiento significativo.

Algo que destaca el Ministro de Planificación Jorge Giordani, es el crecimiento constante que se ha tenido ya que en los últimos 58 trimestres el PIB dentro de la economía venezolana ha tenido un comportamiento creciente, debido a la política social incluyente que fundó Chávez a inicios de su gobierno.

d. Importaciones y exportaciones

La República Bolivariana de Venezuela durante toda su historia se ha caracterizado por ser un país consumista netamente importador, el mismo cuyos estándares de adquisición de bienes extranjeros son los más altos en la región.

Es así que según cifras del INE¹⁹ en Venezuela se exportaron 2.100 millones de dólares entre enero y diciembre del 2013 (tabla 3.2), contra un 44.952 millones de dólares en exportaciones en el mismo año 2013 (tabla 3.3). A pesar de la fuerte crisis económica por la que se está pasando el gobierno de Nicolás Maduro, el mismo que llegó a la presidencia teniendo que lidiar con una sequía de dólares que ha trastocado las principales importaciones, los números no son tan desfavorables para las importaciones como se pensara.

Tabla 3.2: Valor de las exportaciones según sector económico

Sector económico	Millones de US\$ 2013	%
TOTAL	2.100	100,00
Agrícola Vegetal	22	1,00
Industrias Alimenticias y Bebidas y Tabaco	26	1,20
Productos Minerales	382	18,20
Productos Químicos	946	45,00
Plástico y Manufactura	36	1,70
Metales Comunes 1	449	21,40
Material Eléctrico	63	3,00
Material de Transporte	109	5,20
Resto	68	3,20

Fuente: Instituto Nacional de Estadística de la República Bolivariana de Venezuela

¹⁹ Instituto Nacional de Estadística de la República Bolivariana de Venezuela <http://www.ine.gov.ve/documentos/Economia/ComercioExteriorBoletinResumen/ResumenComercioExterior.php>

Tabla 3.3: Valor de las importaciones según sector económico

Sector económico	Millones de US\$ 2013	%
TOTAL	44.952	100,00
Agrícola vegetal y Animal	6.285	14,00
Industrias Alimenticias, Bebidas y Tabaco	3.471	7,70
Papel	842	1,90
Plástico y Manufacturas	2.100	4,70
Minero	615	1,40
Productos Químicos	7.393	16,40
Metales Comunes	4.315	9,60
Material Eléctrico	12.427	27,60
Material de Transporte	1.215	2,70
Otros	6.288	14,00

Fuente: Instituto Nacional de Estadística de la República Bolivariana de Venezuela

Venezuela importa principalmente productos terminados y en menor proporción materia prima para fabricar sus propias manufacturas, los países que principalmente destacan son en primer lugar Estados Unidos por sus productos más elaborados y en segundo lugar China, en vista de que su producción es barata, aunque con una baja calidad.

Ecuador en este ranking está situado en el décimo puesto, aunque las exportaciones hacia Venezuela pueden fortalecerse gracias a los múltiples acuerdos de cooperación que se tienen y que ambos gobiernos han acordado con esta finalidad, apoyar al hermano país en épocas de crisis.

Tabla 3.4: Valor de las importaciones según país de origen

País Origen	Millones de US\$ 2013	%
TOTAL	44.952	100,00
Estados Unidos	10.377	23,10
China	7.645	17,00
Brasil	4.503	10,00
Colombia	2.258	5,00
México	2.232	5,00
Argentina	1.913	4,30
Alemania	1.295	2,90
Italia	1.144	2,50
España	1.020	2,30
Ecuador	988	2,20
Panamá	910	2,00
Otros	10.668	23,70

Fuente: Instituto Nacional de Estadística de la República Bolivariana de Venezuela

3.5.4. Situación actual del sector calzado en Venezuela

Algunos especialistas señalan que actualmente en el país existe preocupación en el mercado cambiario, debido a la volátil y especulativa cotización del dólar paralelo; esto sumado a que la mercadería importada que se oferta supera a la producida localmente, principalmente en bienes como ropa y calzado, y hace que en el mercado se evidencie un alza excesiva de precios.

La inflación anualizada de Vestido y calzado al cierre de agosto del 2012 fue 40% y de 30,7% en los primeros ocho meses, según el BCV. Al detal²⁰, las alzas de precios con respecto a diciembre del mismo año superan el 100% en la mayoría de los casos.

Según Luis Pisella, Presidente de la Cámara Venezolana de Industriales de Calzado (Cavecal) el mercado venezolano es de aproximadamente 70 millones de pares de zapatos al año. De esos, apenas unos 14 millones (20%) son fabricados en el país, debido a que las políticas económicas han favorecido a las importaciones.

Según un sondeo de mercado realizado por el periódico El Nacional de Caracas un calzado cuesta más de 800 bolívares en las zapaterías del centro de la ciudad de Caracas. Los de cuero para dama están entre 1.200 y 4.000 bolívares, mientras que el calzado de vestir para hombre se consigue desde 2.140 bolívares.

Las zapaterías con productos importados de China ofrecen sandalias a 180 bolívares y calzado de tacón alto entre 280 y 400 bolívares. El calzado popular para niños supera los 280 bolívares y los deportivos entre 900 y 3.000 bolívares de marcas nacionales y en más de 3.000 los importados.

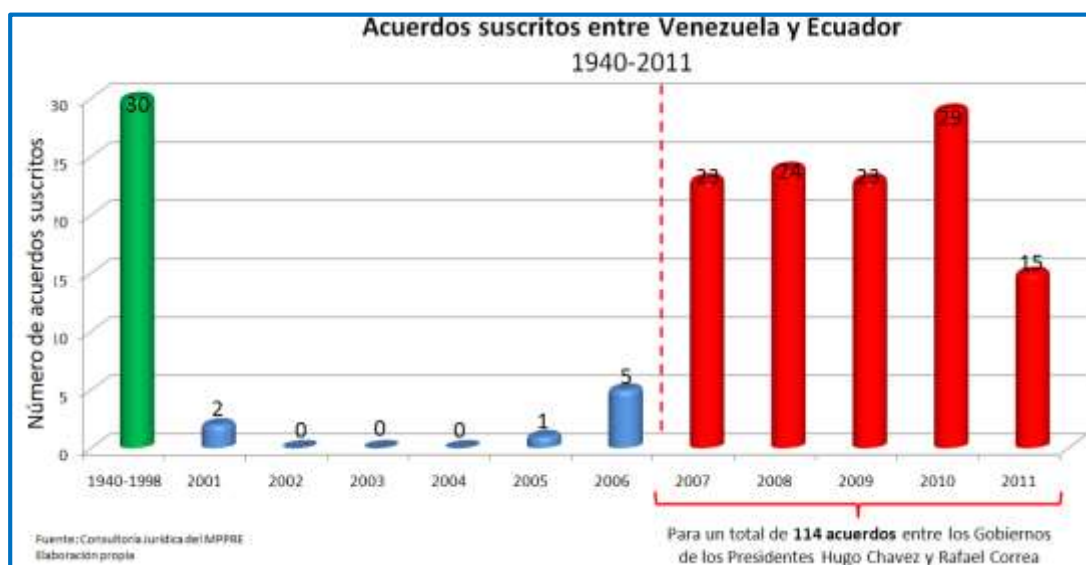
Además cifras de la Cámara del Calzado señalan que cada venezolano adquiere actualmente 2,5 pares de zapatos en promedio al año, pero en 2008 compraba hasta 4 pares. En las zapaterías de calzado fino, uno de cuero que costaba en abril 1.000 bolívares ahora pasa de 3.500 bolívares. En los centros comerciales, los zapatos de marca valen hasta 8.000 bolívares, cuando se conseguían en 1.800 a principios de año.

²⁰ Sector económico que engloba a empresas especializadas en la comercialización masiva de productos o servicios uniformes a gran cantidad de clientes.

3.5.5. Relaciones bilaterales: Ecuador – Venezuela.

Según La Embajada de la República Bolivariana de Venezuela en la República del Ecuador, en los últimos años Ecuador y Venezuela ha afianzado sus relaciones comerciales, especialmente desde que el Comandante Hugo Chávez asumió la presidencia de la República, se pasó de 30 a 122 instrumentos. El mayor número de instrumentos se relacionan con lo económico-comercial (40 acuerdos), seguido por el petróleo y energía y lo social con 20, respectivamente. Es así que el primer Acuerdo suscrito por Hugo Chávez con Gobierno del Ecuador fue el Acuerdo Energético de Caracas en 2001 y el Acuerdo de Cooperación Turística. A partir del Gobierno de Rafael Correa se comienza a promover con mayor énfasis las relaciones bilaterales desde 2007. Desde esa fecha en adelante, se han suscrito 114 instrumentos bilaterales.

Gráfico 3.4: Acuerdos suscritos entre Venezuela y Ecuador



Fuente: Consultoría Jurídica del MPPRE

3.5.6. Acuerdos y tratados entre Ecuador y Venezuela

Desde que el Eco. Rafael Correa asumió la presidencia del Ecuador hasta el año 2010, han sido 99 los acuerdos y tratados firmados entre nuestro país y la República Bolivariana de Venezuela. De los cuales el firmado el 26 de marzo de 2010: “Acuerdo Marco de Cooperación entre la República Bolivariana de Venezuela y la República del Ecuador para Profundizar los Lazos de Comercio y Desarrollo” es el que servirá como base de estudio y análisis para el desarrollo del presente trabajo de investigación.

Según el artículo 1 del Acuerdo Marco de Cooperación entre la República Bolivariana de Venezuela y la República del Ecuador para Profundizar los Lazos de Comercio y Desarrollo, este acuerdo tiene por objeto promover el fortalecimiento y la diversificación del proceso de comercialización e intercambio de bienes, bajo un nuevo modelo de gestión socio productiva que establezca nuevas regulaciones para el intercambio, distribución y comercialización de productos, en el marco de la alianza bolivariana para los pueblos de nuestra América (ALBA).

Este acuerdo además de promover el desarrollo y el comercio entre ambas naciones; pretende dar prioridad a las organizaciones indígenas campesinas y de economía popular, solidaria, comunales de las micro, pequeñas y medianas empresas, cooperativas, empresas estatales y demás formas asociativas para la producción nacional. Además promueve el intercambio de información económica, comercial y de ciencia y tecnología; con lo que se evidencia la estrecha relación entre estas naciones dando muestras de un solidario compromiso dentro del marco de la hermandad bolivariana.

Dentro de este acuerdo, cada parte contratante deberá otorgar un trato no discriminatorio a las mercancías originarias del territorio de una parte que se exporte al territorio de la otra parte contratante, respecto a la aplicación de restricciones cuantitativas y de otorgamiento de licencias; acorde al tercer principio de la Organización Mundial del Comercio, Principio de no discriminación.

Así también en este acuerdo las partes contratantes convienen que ninguna de ellas adoptará o mantendrá prohibición ni restricción, arancelaria o parancelaria en el intercambio comercial de bienes originarios entre ambos países, excepto aquellas medidas destinadas a:

- Protección de moralidad pública.
- Aplicación de leyes y reglamentos de seguridad nacional.
- Importación y exportación de oro y plata metálicos, así como piedras preciosas.
- Protección de derechos de propiedad intelectual y a la prevención de prácticas engañosas.
- Protección del patrimonio nacional de valor artístico, histórico o arqueológico.
- Protección del medio ambiente y conservación de recursos naturales no renovables.
- Protección de la vida y salud de las personas, animales y vegetales.

El 11 de abril de 2011 se firmó el “Protocolo al Acuerdo Marco de Cooperación entre la República del Ecuador y la República Bolivariana de Venezuela para profundizar los lazos de Comercio y Desarrollo”, donde el artículo 2 hace referencia a que las partes propiciarán que el intercambio comercial fortalezca los aparatos productivos de ambos países, permitiendo la generación y agregación de valor a lo interno de sus economías e

impulsando la complementación en sectores con potencial de encadenamientos productivos. (Cámara de Comercio Americana, 2011).

En base a este acuerdo firmado entre estas naciones sudamericanas los comerciantes de ambos países encuentran una oportunidad para expandir sus horizontes y buscar la promoción de sus productos en mercados externos, ya que cuentan con el pleno apoyo y soporte de los estados involucrados. A pesar de esto, no se ha realizado una correcta promoción de estos beneficios, es así que la mayor parte de los exportadores continúan queriendo incursionar en los mismos mercados usuales.

Es por ello que el presente trabajo de investigación, a más de los objetivos antes mencionados, también tendrá como objeto hacer de este acuerdo una oportunidad de desarrollo para los productores de calzado de cuero del cantón Guano.

3.5.7. Acuerdos de cooperación

Los acuerdos de cooperación que existen entre Venezuela y Ecuador se dividen en seis ejes de cooperación formando una alianza estratégica.

- **Eje de Soberanía Social:** proyectos y/o acuerdos con el objeto de avanzar en áreas tan importantes como la cooperación en materia de seguridad y asistencia social, salud, cultural, temas migratorios, entre otros.
- **Eje de Soberanía del Conocimiento:** proyectos con el objeto de avanzar en la promoción de la generación y producción de conocimiento, fomentar la investigación científica y tecnológica y potenciar los saberes ancestrales.
- **Eje de Soberanía Energética:** proyectos en los cuales se han conseguido importantes logros y un considerable impulso al desarrollo de los temas

energéticos en el marco de la relación bilateral, siendo una de sus bases la promoción de la soberanía energética a través de contratos de asociación entre PDVSA y PETROECUADOR.

- **Eje de Soberanía Productiva:** proyectos y/o acuerdos en los cuales se han avanzado, impulsando así el desarrollo de los factores de producción, promoción de las políticas para el fomento de la producción nacional, garantizar la soberanía alimentaria y la generación de empleo y valor agregado, todo esto a través de la cooperación en la promoción del desarrollo de empresas de economía popular y solidaria, comunitarias y del desarrollo agroindustrial.
- **Eje de Soberanía Financiera y Comercial:** proyectos con el objeto de establecer acuerdos comerciales que promuevan el mejoramiento de las condiciones sociales menos favorecidas, además de impulsar la construcción de una nueva arquitectura financiera internacional.
- **Eje de Soberanía de la Seguridad y Defensa:** proyectos en aras de establecer cooperación en materia técnico-militar, prevención del consumo y represión del tráfico ilícito de drogas, además del desarrollo de actividades conjuntas en la Antártida.

Como se aprecia en los puntos anteriores, existen varios ejes en el acuerdo de cooperación firmado por ambos países, pero para obtener una exoneración en impuestos aduaneros de calzado por parte del importador Venezolano, este debería acogerse a la preferencia acordada por la Comunidad Andina de Naciones CAN mediante la Decisión 416, (La Comisión de la Comunidad Andina de Naciones, 1997) donde indica que:

“El Programa de Liberación andino garantiza el libre comercio, es decir la eliminación de gravámenes o restricciones de todo orden, para aquellos bienes calificados como originarios de un País Miembro. El origen de una mercancía elaborada en un País Miembro se evalúa en función a las disposiciones vigentes en el marco comunitario”

La comunidad andina cuenta con normas específicas para realizar la calificación de origen de las mercancías adoptadas, se establecen criterios que deben cumplir las mercancías para ser consideradas como originarias de un País Miembro y luego de ello beneficiarse de las ventajas que le otorga el mercado objetivo.

Los certificados de origen sirven principalmente para certificar que los beneficios del mercado alcancen sólo a los productos de los países que buscan un proceso de integración, a través de ella se establecen las condiciones mínimas que debe cumplir el producto o bien en mención para garantizar que sea originaria del país indicado.

3.6. Exportaciones realizadas desde Ecuador

De acuerdo a información emitida por el Diario Hoy publicado el 09 de agosto de 2013 las exportaciones de calzado de Ecuador se estarían direccionando hacia la frontera Colombiana con una favorable aceptación en vista de los acuerdos comerciales que se mantienen, según información de Lilia Villavicencio, presidenta de la Cámara Nacional del Calzado la industria fabrica 30 millones de pares al año y las exportaciones corresponden al USD 127 mil y van en su mayoría al vecino país.

Las oportunidades que se encuentran en Colombia han dado como resultado que los productores del país compitan por mejorar la calidad y aumentar la producción, de tal

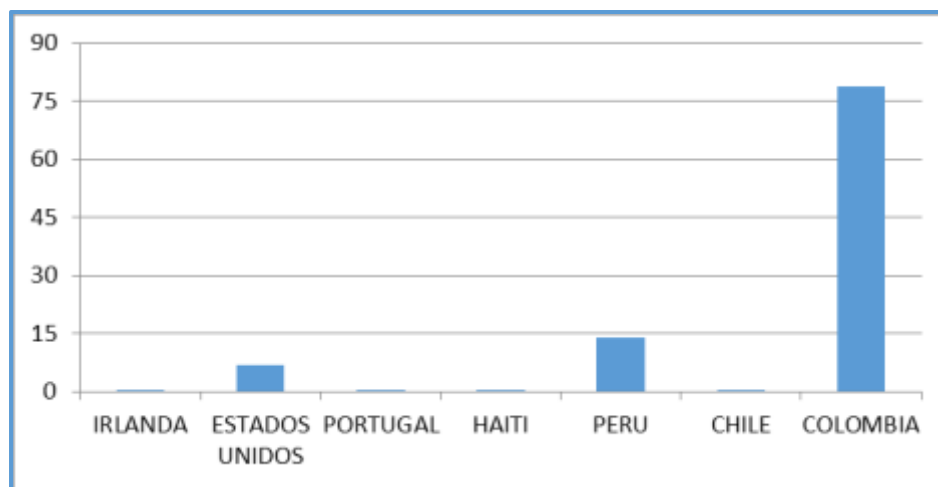
manera que se espera para este año se fabriquen alrededor de 40 millones de pares y que se muevan más de USD 300 millones.

Se identifica claramente en la tabla 3.5 donde se muestran las exportaciones bajo la partida correspondiente al calzado en el año 2012, en total se vendieron USD 1,411.28 mil, mientras que la tabla 3.6 muestra la misma información del año 2013, donde se tienen un aumento a USD 1,957.95, lo que equivale a un 38.73% de crecimiento.

Acorde con lo analizado anteriormente, en los últimos años Colombia ha tenido un incremento en la compra de calzado ecuatoriano de USD 1,110.36 en 2012 a USD 1,821.75 en 2013, lo que equivale a un incremento de 64.07%. Del total de lo exportado Colombia tuvo en 2012 una participación de mercado de 78.67% y en 2013 de 93.04%.

De esta manera se puede concluir que el mercado se encuentra al alza y se estima siga creciendo para el año 2014, por lo que buscar nuevos mercados a los cuales direccionar esta producción es motivo de estudio y Venezuela es una opción hacia la cual se puede abrir mercado, tal como se está haciendo con Colombia.

Gráfico 3.5: Principales exportaciones de Ecuador 2012



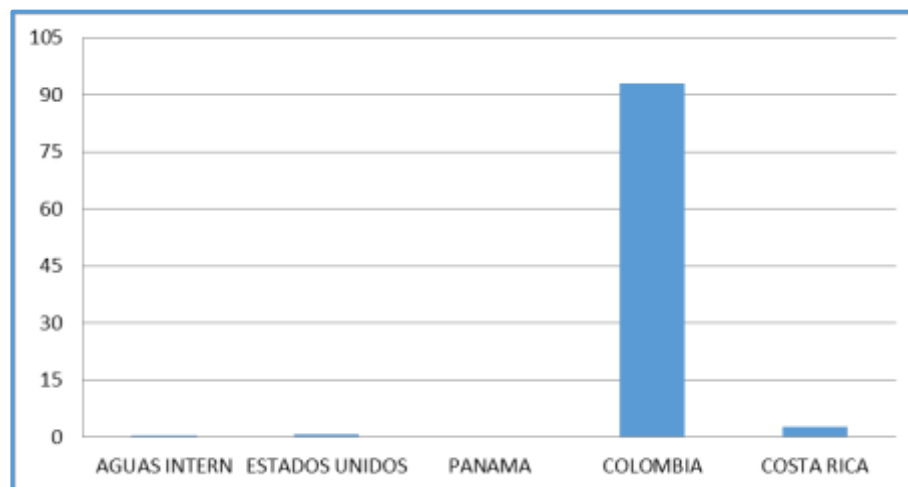
Fuente: Banco Central del Ecuador, año 2012

Tabla 3.5: Exportaciones de Ecuador 2012

CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS								
(Toneladas y miles de dólares)								
Tipo:	Exportaciones ▼	Subpartida Nandina:	6403	Desde (aaaa/mm):	2012/01	Hasta (aaaa/mm):	2012/12	Consultar
SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR			
6403200000	CALZADO CON SUELA DE CUERO NATURAL Y PARTE SUPERIOR DE TIRAS DE CUERO NATURAL QU	IRLANDA (EIRE)	0.01	0.09	0.01			
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 1	0.01	0.09	0.01			
6403510000	QUE CUBRAN EL TOBILLO	ESTADOS UNIDOS	1.14	69.25	4.91			
		PORTUGAL	0.00	0.02	0.01			
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 2	1.14	69.27	4.91			
6403590000	LOS DEMÁS	HAITI	0.13	5.85	0.42			
		PERU	0.25	4.61	0.33			
		CHILE	0.03	3.37	0.24			
		ESTADOS UNIDOS	0.01	0.73	0.06			
		COSTA RICA	0.06	0.51	0.04			
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 5	0.46	15.06	1.07			
6403919000	LOS DEMÁS	ESTADOS UNIDOS	0.15	24.12	1.71			
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 1	0.15	24.12	1.71			
6403999000	LOS DEMÁS	COLOMBIA	69.57	1,110.38	78.68			
		PERU	11.32	192.40	13.64			
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 2	80.88	1,302.75	92.31			
TOTAL GENERAL:			82.62	1,411.28	100.00			

Fuente: Banco Central del Ecuador, año 2012

Gráfico 3.6: Principales exportaciones de Ecuador 2013



Fuente: Banco Central del Ecuador, año 2013

Tabla 3.6: Exportaciones de Ecuador 2013

CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS								
(Toneladas y miles de dólares)								
Tipo:	Exportaciones ▼	Subpartida Nandina:	6403	Desde (aaaa/mm):	2013/01	Hasta (aaaa/mm):	2013/11	Consultar
SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR			
6403200000	CALZADO CON SUELA DE CUERO NATURAL Y PARTE SUPERIOR DE TIRAS DE CUERO NATURAL QU	COSTA RICA	0.05	3.87	0.20			
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 1	0.05	3.87	0.20			
6403400000	LOS DEMÁS CALZADOS, CON PUNTERA METÁLICA DE PROTECCIÓN	AGUAS INTERNACIONALES/NAVES INT. EN	0.08	1.81	0.10			
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 1	0.08	1.81	0.10			
6403510000	QUE CUBRAN EL TOBILLO	AGUAS INTERNACIONALES/NAVES INT. EN	0.14	5.70	0.30			
		COSTA RICA	0.01	0.06	0.01			
		COLOMBIA	0.01	0.03	0.01			
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 3	0.14	5.78	0.30			
6403590000	LOS DEMÁS	ESPANA	6.39	57.14	2.92			
		COSTA RICA	0.16	2.55	0.13			
		COLOMBIA	0.01	0.02	0.01			
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 3	6.55	59.69	3.05			
6403911000	CALZADO CON PALMILLA O PLATAFORMA DE MADERA, SIN PLANTILLAS NI PUNTERA DE METÁLICA DE PROTECCIÓN	ESTADOS UNIDOS	0.15	5.93	0.31			
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 1	0.15	5.93	0.31			
6403919000	LOS DEMÁS	COLOMBIA	0.11	5.66	0.29			
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 1	0.11	5.66	0.29			
6403999000	LOS DEMÁS	COLOMBIA	141.88	1,816.04	92.76			
		COSTA RICA	2.56	50.76	2.60			
		ESTADOS UNIDOS	0.33	7.04	0.36			
		PANAMA	0.03	1.39	0.08			
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 4	144.79	1,875.22	95.78			
TOTAL GENERAL:			151.85	1,957.95	100.00			

Fuente: Banco Central del Ecuador, año 2013

3.7. Importaciones realizadas desde Venezuela

En líneas generales entre enero y noviembre de 2013 las importaciones de Venezuela se vieron disminuidas; las compras realizadas a Colombia cayeron 10,8% pues pasaron de 2.380 millones en 2012 a 2.123 millones de dólares en 2013, de acuerdo con cifras de la Cámara de Comercio e Integración Colombo Venezolana. Los productos que más cayeron fueron gasolinas (-99%), energía eléctrica (-27%) y derivados del carbón (-54%) así como parte de la industria liviana, confecciones (-54%), Textiles (-54%), Cueros y productos (-11,5%) (DINERO.COM, 2014).

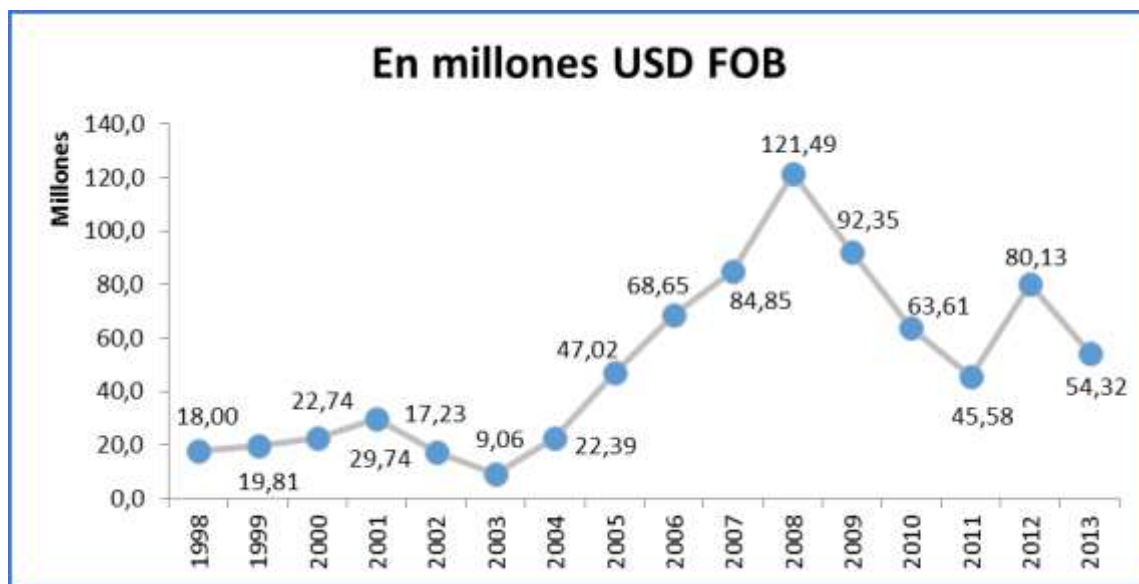
China fue el país que más redujo sus exportaciones a Venezuela con una caída del 35% y este impacto se sintió principalmente en maquinaria para perforación y carga, aparatos ortopédicos, neumáticos y calzado. Estados Unidos y Brasil también vieron afectadas sus ventas a Venezuela con una reducción del 22% y 10% respectivamente. Las ventas de Ecuador cayeron 20,7% en un amplia variedad de productos que incluyo construcciones prefabricadas, preparaciones de pescado, aceite de palma y vehículos de carga principalmente.

Las importaciones realizadas bajo la partida 6403²¹ por la república de Venezuela para el año 2012 ascendieron a poco más de 80 millones de dólares (tabla 3.7), para el año 2013 tal como lo muestra la tabla 3.8 el periodo comprendido de enero a noviembre estas llegaron a 54.3 millones de dólares y aunque no se considera diciembre, se puede afirmar que existió una disminución de importaciones, debido a la política restrictiva

²¹ 6403. Es la partida arancelaria que contiene el calzado de cuero.

que estaría tomando el gobierno venezolano a las importaciones de ciertos sectores de la economía ante la aparente crisis.

Gráfico 3.7: Tendencia de las importaciones en Venezuela – Partida 6403.



Elaborado por los autores

Fuente: Instituto Nacional de Estadística de la República Bolivariana de Venezuela

En el gráfico 3.7 se analiza la situación de la economía venezolana durante los últimos 15 años para el sector del calzado que precisamente coincide con la línea de gobierno de izquierda del presidente Chávez, en su momento y continuada en la actualidad por Nicolás Maduro, se observa que ha existido una tendencia cíclica a una razón de cuatro a cinco años crecientes y dos a tres decrecientes.

Dado que el año 2012 fue el último en el que se observó un auge en el sector y siguiendo esta inclinación se puede concluir que hasta el 2014 existirá una disminución respecto al año anterior y que para el 2015 se esperaría que sea el punto de inicio para un nuevo segmento creciente del ciclo económico.

A marzo de 2014 el entorno político y económico del potencial importador se encuentra desestabilizado, siendo los bienes de primera necesidad de preponderancia para la población dejando en segundo plano los productos terminados e intermedios; sin embargo, como se mencionó en el párrafo anterior existe una tendencia cíclica y se espera que para el 2015 la situación se vea regenerada.

Tabla 3.7: Importaciones de Venezuela 2012

CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA PAIS (en miles de dólares)		
TIPO: IMPORTACIONES NANDINA: 6403 DESDE: 2012/01 HASTA: 2012/12		
SUBPARTIDA	DESCRIPCION	FOB
6403120000	Calzado de esquí y calzado para la práctica de «snowboard» (tabla para nieve)	\$ 0,17
6403190000	Los demás	\$ 15.119,27
6403200000	Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasan por el empeine y rodean el dedo gordo	\$ 2.936,65
6403300000	Calzado con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas ni puntera metálica de protección	\$ 63,350
6403400000	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural, con puntera metálica de protección	\$ 3.046,09
6403510000	Que cubran el tobillo	\$ 1.042,28
6403590000	Los demás	\$ 4.621,96
6403910000	Que cubran el tobillo	\$ 5.509,74
6403990000	Los demás	\$ 47.795,39
	TOTAL	\$ 80.134,91

Fuente: Penta – Transaction
Elaborado por autores

Tabla 3.8: Importaciones de Venezuela 2013

CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA PAIS (en miles de dólares)		
TIPO: IMPORTACIONES NANDINA: 6403 DESDE: 2013/01 HASTA: 2013/11		
SUBPARTIDA	DESCRIPCION	FOB
6403120000	Calzado de esquí y calzado para la práctica de «snowboard» (tabla para nieve)	\$ 7,80
6403190000	Los demás	\$ 9.379,61
6403200000	Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasan por el empeine y rodean el dedo gordo	\$ 3.540,21
6403400000	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural, con puntera metálica de protección	\$ 4.090,99
6403510000	Que cubran el tobillo	\$ 1.581,73
6403590000	Los demás	\$ 2.022,56
6403910000	Que cubran el tobillo	\$ 1.362,85
6403911000	Calzado con parte superior de cuero natural y con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas ni puntera metálica de protección	\$ 63,38
6403990000	Los demás	\$ 2.694,19
6403991000	Calzado con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas ni puntera metálica de protección (no cubren el tobillo)	\$ 9.173,28
6403999000	Los demás	\$ 20.406,77
	TOTAL	\$ 54.323,37

Fuente: Penta – Transaction
Elaborado por autores

3.8. Procedimiento de importación en Venezuela

Los requisitos exigibles para una importación en Venezuela no difieren mayormente a lo que comúnmente se conoce como exigible para importar desde Ecuador; salvo ciertas obligaciones que se deben cumplir; para hacer efectiva una importación desde Venezuela los requisitos son:

- Manifiesto de carga

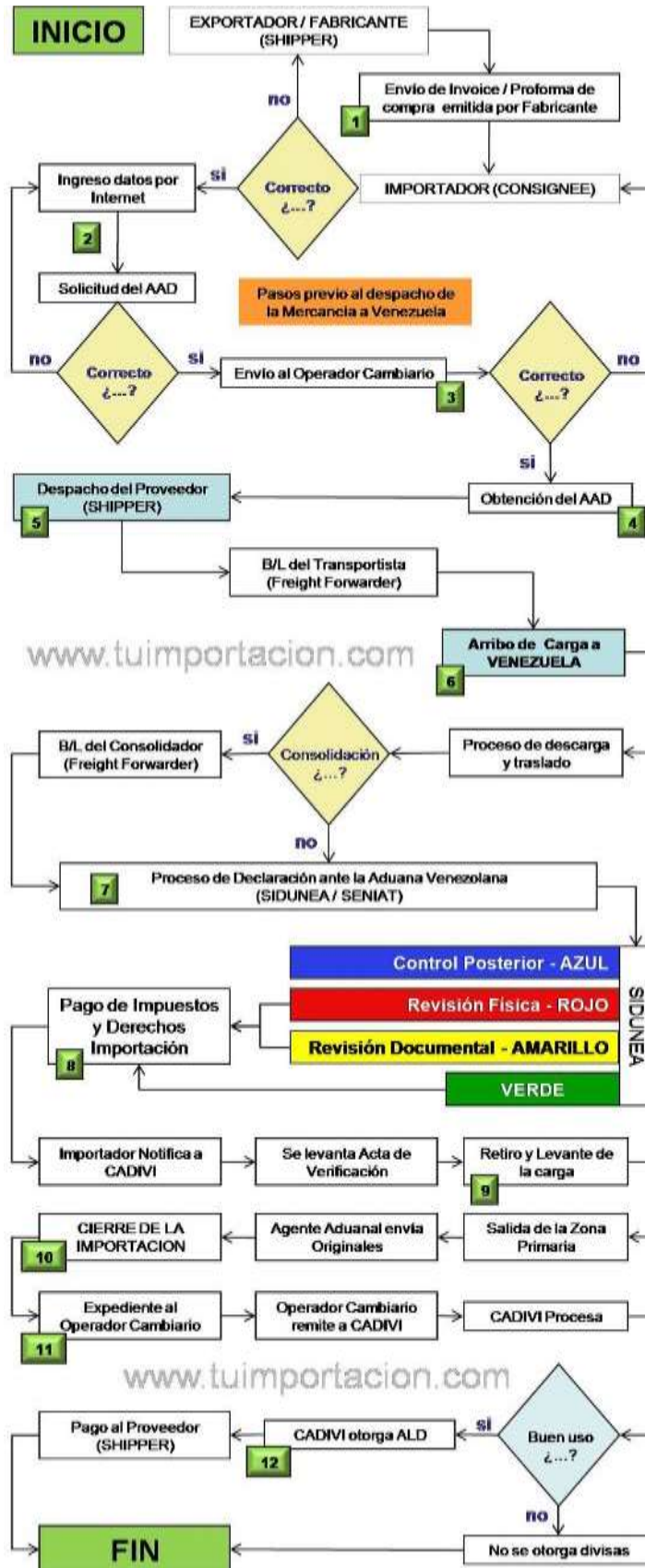
- Manifiesto de importación y declaración de valor. Emitido por el SENIAT²²
- Declaración de Valor en Aduana - DVA. Emitido por el SENIAT
- Factura comercial y factura proforma
- Guía aérea (airway bill)
- Conocimiento de embarque (Bill of Lading)
- Lista de contenido
- Certificado de origen de los productos de importación
- Planilla de pago. Emitido por el SENIAT
- Autorización de Adquisición de Divisas (AAD). Emitido por el CADIVI²³
- Autorización de Liquidación de Divisas (ALD). Emitido por el CADIVI
- Registro mercantil.
- Registro de Usuarios del Sistema de Administración de Divisas (RUSAD).
Emitido por el CADIVI
- Inscripción en el Registro de Información Fiscal (RIF)

Adicional a estos requisitos, se debe cumplir con ciertos requerimientos según los bienes de importación, para efectos de importación de calzado se debe cumplir con el Registro de Productos Nacionales e Importados.

En la ilustración 3.13 se muestra un flujograma de proceso del procedimiento a seguir para que los importadores venezolanos puedan adquirir la materia prima, incluyendo el pago y liquidación de divisas.

²² Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria

²³ Comisión de Administración de Divisas



3.8.1. Comisión de Administración de Divisas (CADIVI)

La Comisión de Administración de Divisas fue creada bajo decreto ejecutivo N° 2330 el 06 de marzo del 2003, su función principal es la de aprobar los lineamientos generales para la distribución del monto de divisas a ser destinado al mercado cambiario, de acuerdo con la disponibilidad de divisas que se establecerá en aplicación del Convenio Cambiario.

a. Autorización de adquisición de divisas

Para lo cual se establece como requisitos los detallados a continuación:

- Planillas “Registro de Usuario para Importación” (RUSAD-003), “Solicitud de Autorización de Adquisición de Divisas para Importación” (RUSAD-004) y “Solicitud de Autorización de Adquisición de Divisas para Importación” (RUSAD-005).
- Factura proforma.
- Contrato, acuerdo y/o convenio de suministro del bien.
- Autorización y documento de cesión.
- Certificado de Producción Insuficiente o de No Producción Nacional.
- Carta exposición de motivos.
- Otros documentos.

b. Autorización de liquidación de divisas

Para lo que es necesario presentar los siguientes requisitos:

- Ticket de cierre de importación.

- Planillas “Registro de Usuario para Importación” (RUSAD-003), “Solicitud de Autorización de Adquisición de Divisas para Importación” (RUSAD-004) y “Solicitud de Autorización de Adquisición de Divisas para Importación” (RUSAD-005).
- Declaración y acta de verificación de mercancía.
- Factura proforma.
- Factura comercial definitiva y sus anexos.
- Documento de transporte.
- Forma 87 DAV o Forma B, o C-99081 Declaración Única de Aduana (Forma DUA) o Forma C-00086 o Forma 99080 Boucher de pago de tasa por servicio de aduana.
- Carta de crédito
- Documentos que hayan sido especificados en carta de crédito.
- Licencia, permiso u otros requisitos para la importación.
- Carta de renuncia de mercancía.
- Carta de remisión del proveedor.
- Certificado de origen.
- Comunicación donde consta la notificación de: cambio de puerto de embarque, puerto de llegada y diferencia entre el proveedor y el cargador de la mercancía.
- Carta de exposición de motivos para justificar el origen de los fondos (Divisas).
- Carta de renuncia de las divisas no utilizadas.
- Certificación de deuda.
- Acta de pesaje.

- Forma de pago (ALADI).
- Otros documentos.

3.8.2. Registro de fabricantes e importadores de calzado

En Venezuela, el Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos SENCAMER es el encargado de emitir el Registro Obligatorio de Fabricantes Nacionales e Importadores de Calzados, que garantiza el cumplimiento de las normas de etiquetado en el calzado; documento necesario para la importación este tipo de bienes; el SENCAMER es el organismo equivalente al INEN en Ecuador. Para obtener este registro los importadores deben presentar como requisitos los siguientes:

- Planilla de solicitud SENCAMER OLCF001 (Original)
- Acta de constitución de la empresa (Original y copia)
- Cedula de identidad del Representante legal (Original y copia)
- Nombramiento del representante legal
- Registro de Información Fiscal
- Declaración jurada notariada (solicitud SENCAMER OLCF001)
- Constancia del Fabricante
- Modelo de la etiqueta en tamaño original del calzado

Comprobante de pago de servicios SENCAMER por 10 UT²⁴

ANEXO 4)

²⁴ Unidad Tributaria, es la medida de valor creada a los efectos tributarios que permite equiparar y actualizar a la realidad inflacionaria, los montos de las bases de imposición, exenciones y sanciones, entre otros. A diciembre de 2013 equivale a 107 Bs.

CAPÍTULO 4

4. Marco metodológico y análisis de la oferta de cuero

4.1. Marco metodológico

4.1.1. Variables

- Producción de calzado de cuero: medir que cantidad de calzado con calidad de exportación puede ser producido por los artesanos del cantón Guano.
- Exportación de calzado: cuantificar la demanda de calzado de cuero en el mercado venezolano.

4.1.2. Población y muestra

Para el presente estudio de población se tomarán datos de la demanda venezolana de calzado de cuero y establecerla será parte de este desarrollo investigativo. Dado que esta investigación no es de campo, no es conveniente determinar una muestra estadística, por lo que se tomará como fuente de información primaria aquella proporcionada por las instituciones venezolanas establecidas dentro del territorio ecuatoriano; y como fuente secundaria todo informe inherente a las relaciones comerciales entre Ecuador y Venezuela, específicamente del sector calzado de cuero y así obtener una muestra no probabilística.

Por otro lado al ser Guano un cantón en donde el número de artesanos productores de calzado de cuero es limitado (de 120 artesanos 17 se dedican a esta actividad, los mismos que se encuentran afiliados a la ASOTECC), se tomará la muestra adecuada para esta población y se cuantificará el nivel de producción de calzado de cuero del cantón, así como su eficiencia y los principales mercados meta de estos artículos.

4.1.3. Cálculo de la muestra

90% de confianza => $Z=1,645$

10% de error => $e=0,10$

Desviación estándar => desconocida => 0,5

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

$$n = \frac{(17)(0,5^2)(1,645^2)}{(17-1)0,1^2 + (0,5^2)(1,645^2)}$$

$$n = \frac{11,5006063}{0,83650625}$$

$$n = 13$$

4.1.4. Tipo de investigación y métodos

La presente investigación será de carácter descriptivo cualitativo-cuantitativo, dado que pretende analizar y determinar la potencial demanda venezolana de calzado de cuero, además de cuantificar el nivel productivo del mismo artículo dentro del cantón Guano, analizar el posible nexo entre estas variables y detectar si es posible contrastar o no el supuesto planteado en este trabajo.

“Al ser el método analítico aquel que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos” (Ruiz Limón, 2005); en donde el análisis es un tipo de “examen” de un suceso en particular que busca conocer la naturaleza del fenómeno de estudio, se considera el más idóneo para ser aplicado en el presente trabajo. Este método permitirá explicar, comparar entender y determinar si la presunción planteada al problema de investigación es apta de aceptación o no.

4.1.5. Técnicas a aplicar

En vista de la naturaleza descriptiva del trabajo a realizar, la entrevista será la principal técnica de investigación, seguida de las encuestas, para este caso se utilizará la entrevista libre, ya que el entrevistador puede obtener gran cantidad de información del entrevistado y debido a que es poco conveniente realizar investigación de campo, las referencias que se obtengan de testimonios de personajes que están dentro del círculo artesanal y comercial tanto de Ecuador como Venezuela, servirá como una excelente fuente de datos primarios. (Acevedo Ibañez & López Martín, 1988)

“Con el manejo adecuado es posible obtener un gran volumen de información por parte del entrevistado, ya que se desarrolla con gran fluidez. Al mismo tiempo, exige del entrevistado un mayor esfuerzo y una gran práctica profesional, sobre todo si el sujeto entrevistado es un individuo muy preparado profesional y culturalmente”

4.1.6. Instrumentos

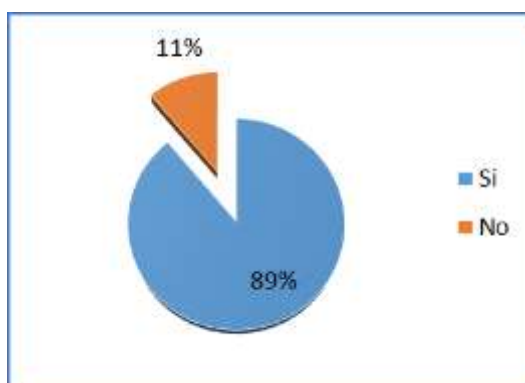
Los principales instrumentos que se utilizarán para llevar a cabo la investigación, serán la cámara filmadora fotográfica y grabadora de voz, los mismos que serán usados para realizar las respectivas entrevistas y/o encuestas.

4.2. Cálculo de la oferta de cuero (proyectado)

La oferta del calzado está dada por los artesanos que forman parte de la ASOTECC, en la actualidad está formada por 17 miembros artesanos, se realizaron encuestas para obtener la información de su capacidad actual y su capacidad máxima de producción semanal. (Ver ANEXO 5). De esta información obtenida se concluye lo siguiente:

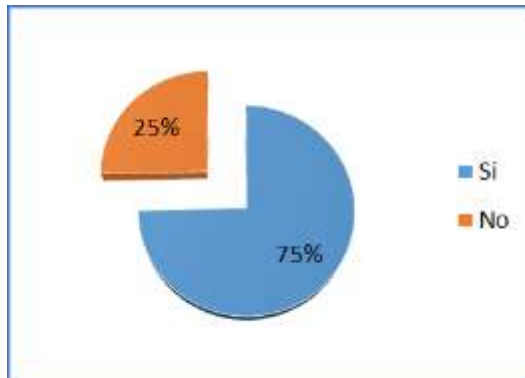
- Tal como se muestra en el gráfico 4.1 del total de la población un 89% de los artesanos produce calzado y de este último porcentaje el 75% produce calzado de cuero (gráfico 4.2), el 25% restante produce zapatos de mujer estilo muñeca.

Gráfico 4.1: Productores de calzado



Elaborado por los autores

Gráfico 4.2: Productores de calzado de cuero

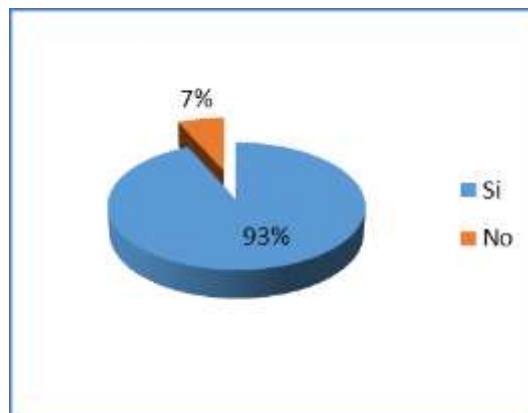


Elaborado por los autores

- Del 89% de los artesanos que producen calzado al menos el 93% tiene al menos una máquina propia para producir calzado, no se está considerada la máquina de coser, sino más bien maquinaria más sofisticada, mientras que el otro 25% posee

máquinas de coser pero se dedica más a la maquila, esto está indicado en el gráfico 4.3.

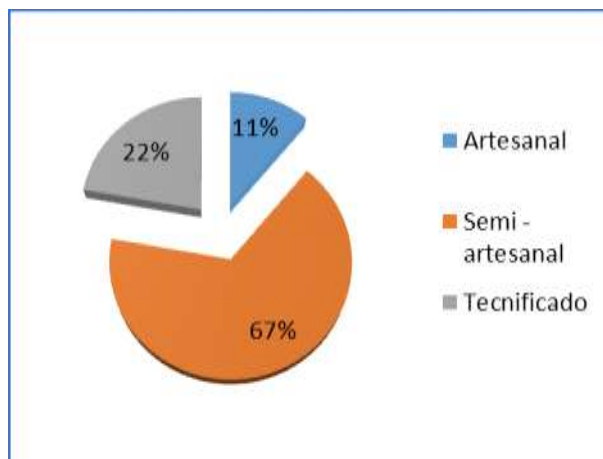
Gráfico 4.3: Artesanos tecnificados



Elaborado por los autores

- Se ha clasificado a los productores en 3 tipos acorde a su tecnificación para fabricar los zapatos, tal como lo muestra el gráfico 4.4:

Gráfico 4.4: Tecnificación de los productores



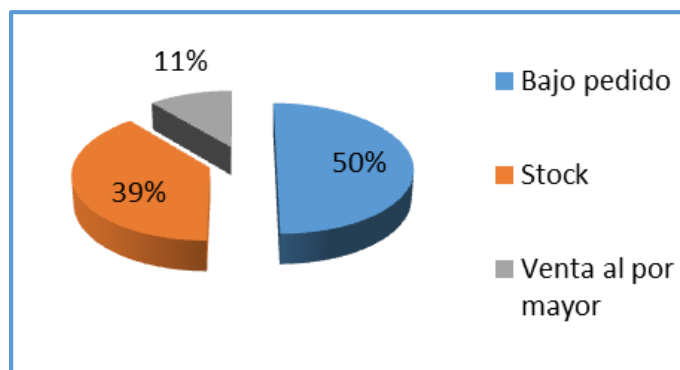
Elaborado por los autores

- Artesanales: Son los que cuya producción en promedio está entre 240 y 320 pares semanales y que poseen como máximo 2 máquinas para producir. Su

capacidad efectiva es del 60%, por lo que su capacidad desaprovechada es del 40%. Según las encuestas el 11% pertenecen a este sector

- Semi – artesanal: Entendiéndose como tales, a aquellos cuya producción está dada en promedio por 400 pares mensuales y tienen entre 3 – 5 máquinas para producir. Su efectividad productiva está dada por el 35%, por lo que el 65% es su capacidad desaprovechada. El 67% pertenece a este sector.
 - Tecnicados: en este sector se encuentran los que pueden producir más de 3200 pares semanales, pero que a pesar de ello, por la falta de incentivo y mercado, producen en promedio 500 pares semanales. Su improductividad es del 95% y el 22% de los productores se encuentran en ese sector.
- Los productores de calzado por lo general realizan sus ventas bajo pedido y para stock de sus locales comerciales (sólo el 11% realiza sus ventas por mayor, como lo indica la gráfico 4.5), por otro lado sus ventas están direccionadas en un 89% a mercados locales y nacionales, pero ninguno de ellos realizan exportaciones hacia mercados internacionales (gráfico 4.6).

Gráfico 4.5: Tipo de venta



Elaborado por los autores

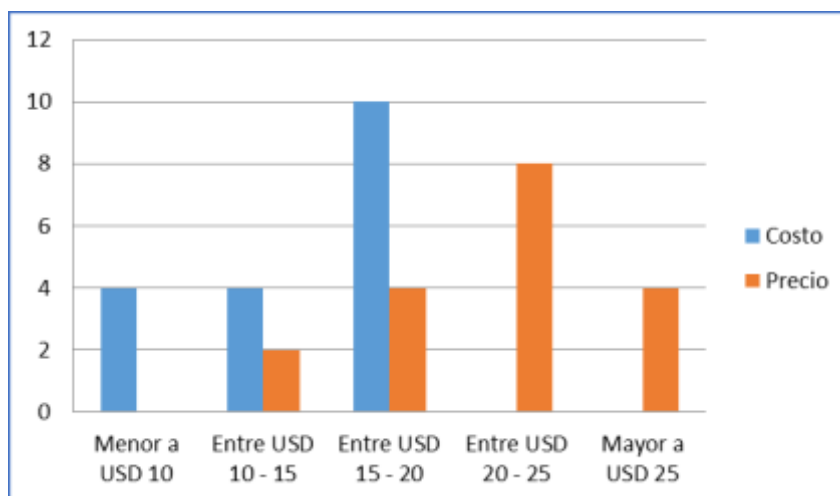
Gráfico 4.6: Dirección de ventas



Elaborado por los autores

- Con referencia al costo se encuentra entre USD 15.00 y USD 20.00, mientras el precio se encuentra entre USD 20.00 – USD 25.00, tal como se muestra en la gráfico 4.7.

Gráfico 4.7: Costo y Precio

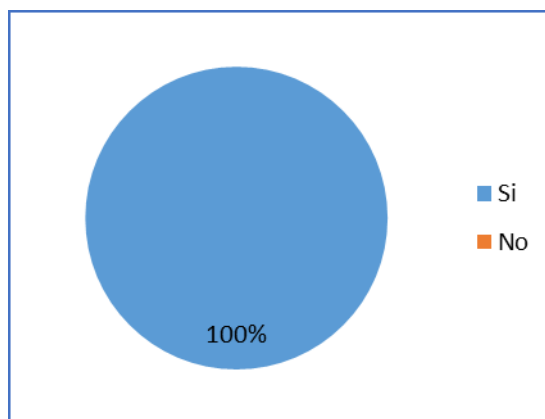


Elaborado por los autores

- Cuando se les consultó a los encuestados si consideran como una oportunidad de crecimiento para su local comercial exportar sus productos hacia otros mercados, el 100% de ellos respondió afirmativamente, por lo que se denota la clara

apertura que tienen por ampliar sus horizontes con la inducción, perspectiva y dirección correctas podrían llegar a exportar sus productos internacionalmente. (gráfico 4.8).

Gráfico 4.8: Intención de exportación



Elaborado por los autores

En la tabla 4.1 se visualiza la oferta exportable anual, en base a los datos recolectados:

Tabla 4.1: Cálculo de la oferta proyectada

	Capacidad máxima de Producción (en pares)	No. de Productores	Producción máxima mensual (en pares)	OFERTA ANUAL (en pares)
Sector artesanal	400	2	800	
Sector semi – artesanal	1.200	12	14.400	
Sector tecnificado	10.000	4	40.000	
Oferta máxima mensual de calzado			55.200	
OFERTA MÁXIMA MENSUAL DE CALZADO DE CUERO 75%			41.400	
Oferta de calzado de cuero mensual destinada al mercado local			5.640	
Oferta exportable mensual máxima de calzado de cuero			35.760	
OFERTA EXPORTABLE ANUAL MAXIMA DE CALZADO DE CUERO				429.120

Elaborado por los autores

4.3. Cálculo de la demanda de cuero (proyectada)

Dado que el presente trabajo es de carácter cualitativo – cuantitativo, y considerando que la brecha entre la demanda y la oferta local total del mercado no atendida para el sector en estudio, se reparte entre los diversos países de origen de las importaciones de Venezuela, es muy complejo determinar de manera exacta la demanda para el calzado de cuero ecuatoriano, por lo que los datos presentados a continuación serán de carácter estimativo.

En vista de que el principal destino en Venezuela será Caracas se pretende determinar la potencial demanda (tabla 4.2) de esta ciudad en base a la información obtenida principalmente:

Tabla 4.2: Cálculo de la demanda de zapatos cuero

Población de Caracas	1'943.901	Habitantes ²⁵
Número de venezolanos hombres (50,5%)	981.670	
De 20 años en adelante (62,1%)	609.617	
Numero de pares al año (2.5 en promedio)	1'524.042	Pares de zapatos
Demanda atendida por oferta local (20%)	304.808	Anual
Demanda NO atendida por oferta local (80%)	1'219.233	Anual
Participación de mercado de calzado de cuero (5%)	60.962	Pares de zapatos

Elaborada por los autores

La participación de mercado del calzado de cuero fue obtenida de la sumatoria de las importaciones realizadas en el periodo de Enero – Diciembre del 2013 con respecto a las partidas 6403 y 6405, dado que estas partidas abarcan de manera general el tipo de

²⁵ Datos obtenidos del Censo de Venezuela 2011

producto que se está produciendo, esto dividido para la sumatoria de la subpartida 6403.51 que es la partida específica de calzado de cuero que se va a utilizar.

Nótese que a pesar de que en la tabla 4.1 se muestra una capacidad de producción de 429.120 pares de zapato, la demanda no atendida es menor, por lo que se toma en cuenta esto para realizar las proyecciones con el fin de obtener un valor más certero y que el proyecto no esté sobreestimado.

4.4. Costo de producción

El costo de producción está formado por la materia prima directa, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. A continuación se presentan tres tablas en donde se estiman todos los rubros que se incurren para la fabricación del calzado. En la tabla 4.3 se presentan los costos en que se incurrié por concepto de materia prima que es utilizada directamente en la producción del calzado:

Tabla 4.3: Costo de materia prima

Materia Prima	USD
Piel (cuero)	\$5,63
Suela	\$5,50
Materiales varios	\$5,20
Forro	\$2,75
Material termo-adherible (talón, punta)	\$0,30
Material de planta	\$0,17
Material punto diamante (suela)	\$0,25
Entretelado	\$0,26
Contrafuerte	\$0,24
Plantilla de armado	\$1,20
Etiqueta	\$0,03
COSTO DE MPD	\$16,33

Elaborada por los autores

En la tabla 4.4 se presentan los costos en que se incurren por la mano de obra, es decir los operarios que realizarían el trabajo de darle forma al calzado y darle el correspondiente acabado:

Tabla 4.4: Costo de mano de obra directa

Tipo de Operario	Sueldo Mensual	Unidades producidas promedio	Costo Unitario
Costurero/a	\$340,00	400	\$ 0,85
Armador/a	\$340,00	400	\$ 0,85
Plantador/a	\$340,00	400	\$ 0,85
COSTO DE MOD			\$ 2,55

Elaborada por los autores

En la tabla 4.5 se presentan los costos indirectos que también forman parte del proceso de la fabricación del calzado:

Tabla 4.5: Costos indirectos de fabricación

Rubro	Valor estimado por par
Energía eléctrica	0,85
Agua potable	0,02
Desperdicio	0,10
Empaque y envoltura	0,80
COSTO CIF	\$1,77

Elaborada por los autores

Por último en la tabla 4.6 se presentan los costos consolidados para llegar a obtener el costo total del producto terminado:

Tabla 4.6: Costo total producto terminado

Rubro	Valor
Costo MPD	16,33
Costo MOD	2,55
Costo CIF	1,77
COSTO PRODUCTO TERMINADO	20,65

Elaborada por los autores

4.5. Precio de venta del producto

El precio de venta se establece en base al margen de utilidad esperado que se desea obtener. En la tabla 4.7 se presentan dos precios diferentes, dependiendo del incoterm a utilizar. Estos valores podrían variar si en la negociación realizada entre comprador y vendedor se defina otro tipo de término de negociación diferente a los mencionados, si ocurriera esto el precio podría subir o bajar dependiendo del caso.

Tabla 4.7: Precio de venta del producto

Rubro	Valor
Costo producto terminado	20,65
Margen utilidad esperado (33,55%)	6,93
Precio ExWork	27,58
Ajuste por costo FOB	2,42
Precio FOB Pto. Guayaquil	\$30,00

Elaborada por los autores

En vista de que el mercado al que se va a ingresar tiene una economía que en los actuales momentos está atravesando por una fuerte crisis económica, pero que no necesariamente esto debe ser entendido como cero consumo y/o importaciones; ya que como bien se conoce, Venezuela es un país netamente consumista y casi poco o nada fabrica, pero así mismo es muy sensible al precio, por lo que este es un factor importante a tomar en cuenta, pero el valor agregado que se le da es la calidad que no se compara con la de otros países exportadores, por lo que si competir con ellos en cuestión de precio no va a dar buenos resultados, se puede competir en ámbito de calidad a un precio razonable.

Es por eso que se considera negociable el precio FOB establecido que puede rivalizar justamente con los productos competidores.

4.6. Análisis presupuestario

A continuación se presentan esquemas presupuestarios simulados que se obtendrían al establecer relaciones comerciales con el mercado objetivo estudiado. Se proyecta iniciar en el segundo semestre del año.

4.6.1. Presupuesto de ventas

El pronóstico de ventas se lo define como “el nivel de ventas previsto de acuerdo con un plan de marketing y en un entorno de marketing determinado”. (Kotler & Keller, 2006).

En la tabla 4.8 para realizar el pronóstico de ventas se toma en cuenta las importaciones realizadas en el periodo de enero – diciembre del 2013, se obtiene la participación mensual en base al total de importaciones realizadas dentro de este periodo y es multiplicada a su vez por el 5% que corresponde a la participación del calzado de cuero que se desea alcanzar, de tal manera se proyectan las siguientes ventas mensuales en pares de zapatos, para el segundo semestre del año 1.

Tabla 4.8: Presupuesto de ventas

	Línea base	Pares de zapatos	Precio FOB	En dólares
JUL	3,50%	2.136	\$ 30.00	\$ 64.082,12
AGO	4,20%	2.561	\$ 30.00	\$ 76.817,17
SEPT	4,94%	3.011	\$ 30.00	\$ 90.322,72
OCT	15,88%	9.679	\$ 30.00	\$ 290.363,85
NOV	11,32%	6.899	\$ 30.00	\$ 206.966,67
DIC	13,60%	8.289	\$ 30.00	\$ 248.665,26
TOTAL EN VENTAS				\$ 977.217,79

Elaborada por los autores

Mientras que para los siguientes años se presenta en la tabla 4.9 tres diferentes escenarios establecidos en base a probabilidades estándares de crecimiento en las que podría incurrir este mercado, para estos se considera un nivel de crecimiento mínimo.

Tabla 4.9: Pronóstico de venta por escenario

AÑOS	Pesimista	Medio	Optimista
	1,00%	3,00%	8,00%
2	\$ 1.912.073,13	\$ 1.969.435,32	\$ 2.065.038,98
3	\$ 1.979.473,71	\$ 2.079.231,34	\$ 2.285.998,15
4	\$ 2.049.250,16	\$ 2.195.148,49	\$ 2.530.599,95
5	\$ 2.121.486,22	\$ 2.317.528,02	\$ 2.801.374,15
6	\$ 2.196.268,61	\$ 2.446.730,21	\$ 3.101.121,18

Elaborada por los autores

4.6.2. Presupuesto de producción

El presupuesto de producción se proyecta en base a las ventas y a las valoraciones de inventario inicial y final de producto terminado y de la cantidad que se va a producir de producto terminado en el periodo.

En la tabla 4.10 la producción estimada se basa en la cantidad de zapatos que se demandan mensualmente y por consiguiente deben ser producidos, donde se muestra la producción proyectada para el segundo semestre del año 1.

Tabla 4.10: Presupuesto de producción (en unidades)

	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Inv inicial	420	2.612	3.071	9.872	7.037	8.455
(+) Producción	4.328	3.020	9.812	6.843	8.317	9.208
(=) Disponible	4.748	5.632	12.883	16.716	15.354	17.663
(-) Consumo	2.136	2.561	3.011	9.679	6.899	8.289
(=) Inv final	2.612	3.071	9.872	7.037	8.455	9.374

Elaborada por los autores

Tomando como base el presupuesto de venta, la tabla 4.11 muestra la proyección de producción para los siguientes años en los tres escenarios diferenciados.

Tabla 4.11: Pronóstico de producción por escenario

AÑOS	Pesimista	Medio	Optimista
	1,00%	3,00%	8,00%
2	60.962	62.791	65.839
3	61.572	64.675	71.106
4	62.187	66.615	76.795
5	62.809	68.613	82.938
6	63.437	70.672	89.573

Elaborada por los autores

4.6.3. Presupuesto de compra

El presupuesto de compra es la cantidad de materia prima e insumos que deben ser adquiridos durante el periodo, en base a la cantidad que se requiere para fabricar y las proyecciones de inventarios inicial y final en cada periodo. También se debe realizar el presupuesto del monto que se va a comprar.

Para realizar el presupuesto de compra se toma en cuenta dos tipos de materia prima el cuero y la suela, y los demás insumos se agrupan como materiales varios. Se supone que la compra será realizada a un mismo proveedor. En la tabla 4.12 se muestran los rubros en que se va a incurrir para adquirir la materia prima para la producción del año 1.

Tabla 4.12: Presupuesto de compra (en dólares)

	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Cuero	16.853,96	56.007,26	38.193,43	46.988,59	51.944,16	17.484,89
Suela	16.464,80	54.714,02	37.311,53	45.903,59	50.744,74	17.081,16
Materiales	15.566,72	51.729,62	35.276,35	43.399,76	47.976,85	16.149,46
Total	48.885,47	162.450,90	110.781,31	136.291,95	150.665,75	50.715,51

Elaborada por los autores

Se presenta a continuación en la tabla 4.13 el pronóstico para los siguientes 4 años por escenario.

Tabla 4.13: Pronóstico de compra por escenario

Pesimista 1%	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuero	\$ 351.796,46	\$ 364.197,29	\$ 377.035,24	\$ 390.325,73
Suela	\$ 343.673,28	\$ 355.787,76	\$ 368.329,28	\$ 381.312,88
Materiales	\$ 324.927,46	\$ 336.381,15	\$ 348.238,59	\$ 360.514,00
TOTAL	\$ 1.020.397,20	\$ 1.056.366,20	\$ 1.093.603,11	\$ 1.132.152,62
Medio 3%	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuero	\$ 362.350,36	\$ 382.551,39	\$ 403.878,63	\$ 426.394,86
Suela	\$ 353.983,47	\$ 373.718,05	\$ 394.552,83	\$ 416.549,15
Materiales	\$ 334.675,28	\$ 353.333,43	\$ 373.031,77	\$ 393.828,29
TOTAL	\$ 1.051.009,11	\$ 1.109.602,87	\$ 1.171.463,23	\$ 1.236.772,31
Optimista 8%	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuero	\$ 379.940,18	\$ 420.593,78	\$ 465.597,31	\$ 515.416,22
Suela	\$ 371.167,14	\$ 410.882,02	\$ 454.846,40	\$ 503.514,96
Materiales	\$ 350.921,66	\$ 388.470,27	\$ 430.036,59	\$ 476.050,51
TOTAL	\$ 1.102.028,97	\$ 1.219.946,07	\$ 1.350.480,30	\$ 1.494.981,69

Elaborada por los autores

4.6.4. Presupuesto de cobro

La política de cobro está dada por el 70% de cobro al momento de la transacción y el 30% restante de plazo a 30 días. En la tabla 4.14 se presenta el presupuesto de cobro para el segundo semestre del año 1.

Tabla 4.14: Presupuesto de cobro (en dólares)

MESES	VENTAS (\$)	60%	40%	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
JUL	64.082,12	38.449,27	25.632,85	38.449,27	25.632,85				
AGO	76.817,17	46.090,30	30.726,87		46.090,30	30.726,87			
SEPT	90.322,72	54.193,63	36.129,09			54.193,63	36.129,09		
OCT	290.363,85	174.218,31	116.145,54				174.218,31	116.145,54	
NOV	206.966,67	124.180,00	82.786,67					124.180,00	82.786,67
DIC	248.665,26	149.199,16	99.466,10						149.199,16
	FLUJO DE INGRESOS			38.449,27	71.723,15	84.920,50	210.347,40	240.325,54	231.985,83

Elaborada por los autores

En la tabla 4.15 se muestra el presupuesto de cobro para los siguientes 5 años por escenario.

Tabla 4.15: Pronóstico de cobro por escenario

AÑOS	Pesimista	Medio	Optimista
	1,00%	3,00%	8,00%
2	\$ 1.964.903,30	\$ 2.023.850,40	\$ 2.122.095,57
3	\$ 1.984.552,34	\$ 2.084.565,92	\$ 2.291.863,21
4	\$ 2.004.397,86	\$ 2.147.102,89	\$ 2.475.212,27
5	\$ 2.024.441,84	\$ 2.211.515,98	\$ 2.673.229,25
6	\$ 2.044.686,26	\$ 2.277.861,46	\$ 2.887.087,59

Elaborada por los autores

4.6.5. Presupuesto de pago

El presupuesto de pago se forma por el periodo de plazo que el proveedor concede para el pago de la compra de la materia prima. La política de cobro está dada por el crédito otorgado a 30 días plazo. En la tabla 4.16 se presenta el respectivo presupuesto para el segundo semestre del año 1.

Tabla 4.16: Presupuesto de pago (en dólares)

MESES	COMPRAS	2DO MES	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
JUL	48.885,47	48.885,47	0,00	48.885,47				
AGO	162.450,90	162.450,90		0,00	162.450,90			
SEPT	110.781,31	110.781,31			0,00	110.781,31		
OCT	136.291,95	136.291,95				0,00	136.291,95	
NOV	150.665,75	150.665,75					0,00	150.665,75
DIC	50.715,51	\$ 50.715,51						\$ 0,00
FLUJO PAGO A PROVEEDORES			0,00	48.885,47	162.450,90	110.781,31	136.291,95	150.665,75

Elaborada por los autores

En la tabla 4.17 se muestra el pronóstico de pago acorde a los escenarios planteados previamente.

Tabla 4.17: Pronóstico de pago por escenario

AÑOS	Pesimista	Medio	Optimista
	1,00%	3,00%	8,00%
2	\$ 994.210,03	\$ 1.024.036,34	\$ 1.073.746,84
3	\$ 1.004.152,14	\$ 1.054.757,43	\$ 1.159.646,58
4	\$ 1.014.193,66	\$ 1.086.400,15	\$ 1.252.418,31
5	\$ 1.024.335,59	\$ 1.118.992,15	\$ 1.352.611,78
6	\$ 1.034.578,95	\$ 1.152.561,92	\$ 1.460.820,72

Elaborada por los autores

4.6.6. Presupuesto de efectivo

El presupuesto de efectivo es un estado de ingresos y egresos de efectivo estimados o planeados. Se espera que las actividades de venta produzcan mayor parte de los ingresos de caja. (Jimenez Boulanger & Espinoza Gutierrez, 2007). En la tabla 4.18 se presenta el presupuesto de efectivo estimado para los próximos 5 años considerando un escenario pesimista con un incremento del 1% anual.

De este presupuesto de efectivo proyectado se obtuvo el VAN y TIR para medir la rentabilidad el proyecto, de lo que se obtuvieron los siguientes resultados:

$$VAN = \$ 1.056.991,28$$

$$TIR = 53,03\%$$

Por lo que se concluye en base a un VAN positivo y una TIR de más del 50% de que el proyecto en mención es rentable, que es posible llevarlo a cabo en un mediano plazo en base a la información recibida y que si se invierte USD 1,00 el retorno esperado va a ser de USD 0,5303.

Tabla 4.18: Presupuesto de efectivo (en dólares)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
SALDO INICIAL	\$ 20.000,00	\$ 124.444,82	\$ 767.898,24	\$ 1.277.915,48	\$ 1.825.826,32	
<u>INGRESOS</u>						
Ingresos por ventas	\$ 877.751,69	\$ 1.964.903,30	\$ 1.984.552,34	\$ 2.004.397,86	\$ 2.024.441,84	
TOTAL INGRESOS	\$ 897.751,69	\$ 1.964.903,30	\$ 1.984.552,34	\$ 2.004.397,86	\$ 2.024.441,84	
<u>EGRESOS</u>						
<u>Gastos Operativos</u>						
Pago a proveedores	\$ 609.075,38	\$ 994.210,03	\$ 1.004.152,14	\$ 1.014.193,66	\$ 1.118.992,15	
Mano de Obra Directa	\$ 6.120,00	\$ 13.068,00	\$ 18.720,00	\$ 19.920,00	\$ 21.312,00	
Costos Generales de Fabricación	\$ 40.282,34	\$ 60.611,47	\$ 62.748,02	\$ 64.959,89	\$ 67.249,73	
Depreciación de maquinarias	\$ 37,46	\$ 17.145,56	\$ 17.317,02	\$ 17.490,19	\$ 17.665,09	
<u>Gastos Administrativos</u>						
Sueldos y gastos administrativos	\$ 30.000,00	\$ 36.900,00	\$ 37.822,50	\$ 38.768,06	\$ 39.737,26	
Depreciación de edificios	\$ 4.612,50	\$ 9.225,00	\$ 9.225,00	\$ 9.225,00	\$ 9.225,00	
Depreciación de muebles y enseres	\$ 450,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	
<u>Gastos de Ventas</u>						
Logística y despacho de exportación	\$ 78.828,90	\$ 150.478,02	\$ 154.986,48	\$ 159.625,62	\$ 164.453,52	
Impuestos	\$ -	\$ 31.223,70	\$ 161.060,23	\$ 127.680,09	\$ 137.158,76	
<u>Gastos Financieros</u>						
Pago de dividendos	\$ 3.900,30	\$ 7.800,59	\$ 7.800,59	\$ 3.900,29	\$ -	
TOTAL EGRESOS	\$ 773.306,88	\$ 1.321.449,88	\$ 1.474.535,10	\$ 1.456.487,02	\$ 1.576.512,46	
SALDO ANUAL	\$ -682.687,50	\$ 124.444,82	\$ 643.453,43	\$ 547.910,84	\$ 447.929,38	
Depreciación de maquinarias	\$ 37,46	\$ 17.145,56	\$ 17.317,02	\$ 17.490,19	\$ 17.665,09	
Depreciación de edificios	\$ 4.612,50	\$ 9.225,00	\$ 9.225,00	\$ 9.225,00	\$ 9.225,00	
Depreciación de muebles y enseres	\$ 450,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	
	\$ -682.687,50	\$ 129.544,78	\$ 670.723,99	\$ 575.526,03	\$ 475.719,47	
SALDO EFECTIVO ANUAL	\$ -	\$ 144.444,82	\$ 767.898,24	\$ 1.277.915,48	\$ 1.825.826,32	\$ 2.273.755,70

Elaborada por los autores

CAPÍTULO 5

5. Propuesta de plan de exportación

Un vez que el mercado objetivo de este estudio haya superado su actual situación y sabiendo que es factible direccionar la oferta de calzado elaborado en Guano al mercado de Venezuela en Caracas, como solución alternativa a la falta de participación de mercado de dicha oferta, es conveniente desarrollar una propuesta de plan que se alinee a la oferta exportable guaneña y la demanda venezolana de calzado de cuero de acuerdo a lo indagado en los capítulos anteriores y para ello es pertinente considerar puntos que a continuación serán detallados.

5.1. Objetivo del plan de exportación

Definir un procedimiento integral de exportación, incluyendo una logística eficiente que garantice el correcto despacho de las mercancías y asegure la rentabilidad de los productores exportadores.

5.2. Gestión administrativa

En principio, dado que el nivel de las operaciones administrativas no es de mucho volumen se plantea la opción de contratar a un profesional de área contable y administrativo capaz de llevar los debidos registros mercantiles en orden; que se encargue de las declaraciones tributarias, del contacto con los clientes y de los diversos trámites en instituciones públicas. Luego y a medida que el volumen de las operaciones se incremente se analizará la viabilidad de contar con los servicios de otro colaborador. Se ofertará un sueldo promedio mensual de USD \$900,00.

5.3. Gestión financiera

5.3.1. Política de pago a proveedores

Cuidar la liquidez de la asociación es necesario para el correcto funcionamiento del plan, por lo que será producente establecer una política de pago que incluya crédito a treinta días plazo contados a partir de la fecha de emisión de la factura del proveedor; para lo cual es necesaria la estandarización de proveedores con el objeto de que dicha política se negocie como asociación; en un solo bloque; con esta negociación en conjunto se gana poder de negociación sobre los proveedores facilitando así la aceptación de la política de pago descrita.

5.3.2. Política de cobro a clientes

En el comercio internacional, establecer el método de pago es muy importante para llevar a cabo las transacciones pactadas; Venezuela como país posee una serie de requisitos en cuanto a obtención de divisas, por lo que pese a representar un riesgo para los exportadores, el método de pago recomendado será las remesas directas, estableciendo una política de cobro del 60% previo al embarque y el 40% restante a 30 días plazo.

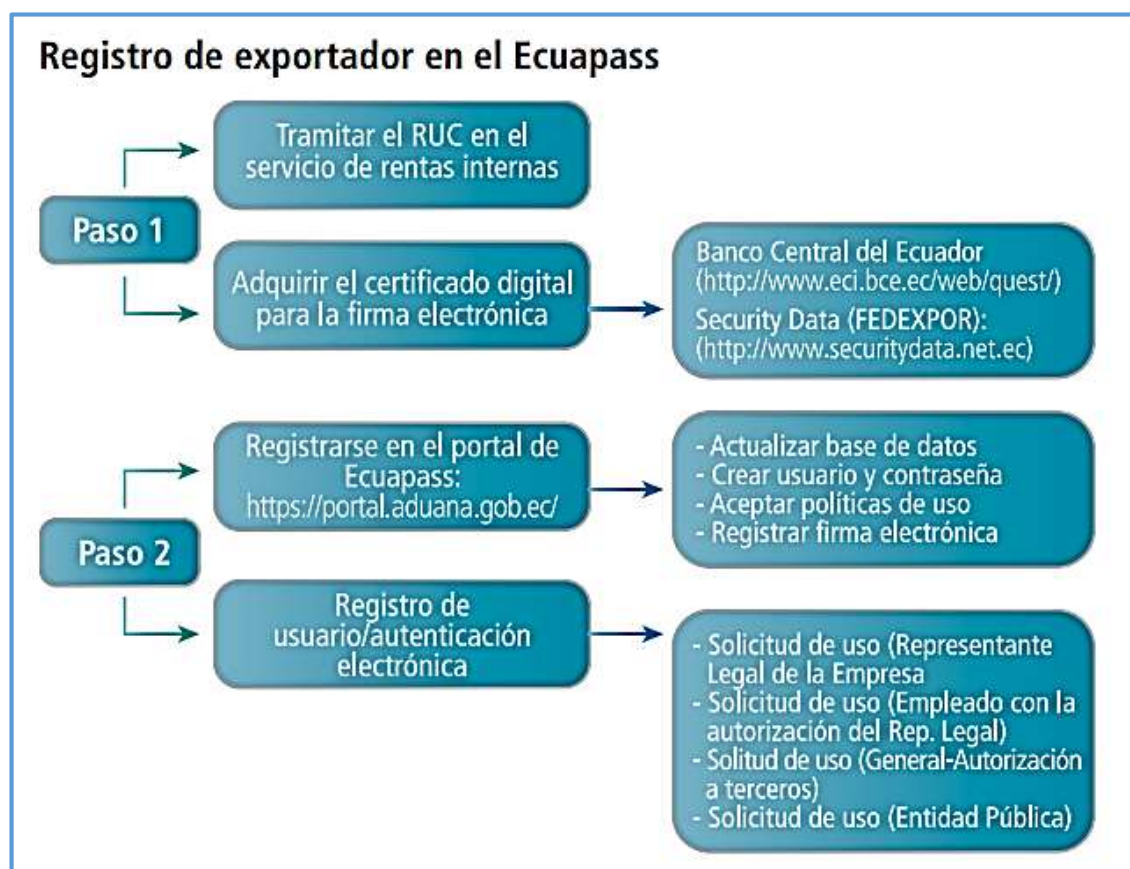
5.4. Formalidades administrativas

El primer requisito que la Asociación Técnica de Cuero y Calzado deberá cumplir será completar su legalización formal como tal, adquirir personería jurídica y obtener su número de RUC es el primer requerimiento a cumplir; y luego tramitar el debido registro como operador de comercio exterior (OCE).

5.4.1. Requisitos para ser exportador

- Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.
- Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:
 - Banco Central
 - Security Data
- Registrarse como Exportador en Ecuapass.

Ilustración 5.1: Registro de Exportador en el Ecuapass



Fuente: PRO ECUADOR

5.5. Marketing mix de exportación

5.5.1. Producto

Para exportar se requiere un artículo de calidad, pues hoy en día los mercados internacionales son mucho más exigentes, acentuando la tendencia de que es el consumidor quien tiene el poder de decisión; por ello el calzado de cuero producido en Guano deberá cumplir con la normativa de etiquetado establecida en el RTE INEN 080:2013; para que sin mayor complicación pueda cumplir con la reglamentación técnica venezolana exigible para el ingreso de estos bienes a dicho mercado.

Adicional a la etiqueta informativa, establecida por la normativa mencionada en el párrafo anterior, adherir una etiqueta con la marca del artículo también agregará valor al calzado. El producto que cuenta con acabado de primera calidad será empacado en cajas de cartón de 0,30 x 0,20 x 0,12 m. en el cual estará detallado la marca y el modelo del calzado.

a. Marca

Para lograr posicionarse en un mercado es siempre necesario contar con un nombre, una marca que logre identificar al producto y que sea capaz de permanecer en el top of mind²⁶ del consumidor; por lo que definir una marca única para el calzado de Guano que se exporte será uno de las estrategias del plan.

b. Huella de calidad

El sello “Mucho mejor si es hecho en Ecuador” es un distintivo que respalda la calidad y genera identidad del producto ecuatoriano, esto también agrega valor al producto por lo

²⁶ Posicionamiento de marca en la mente del consumidor.

que se debe considerar un contrato con la Corporación Mucho Mejor Ecuador, quien respalda esta marca, para que sea incluida en el etiquetado del calzado.

5.5.2. Precio

Sabiendo que la demanda venezolana en su mayoría es sensible al precio, considerar la política de precios que se adoptará merece de cuidadosa atención por lo que se deberá establecer un precio que sea capaz de cubrir todos los costes incurridos, que vaya acorde a los hábitos de compra y la competencia y que sea lo suficientemente atractivo y accesible al mercado objetivo.

5.5.3. Plaza

Al tratarse de un plan de exportación, y sabiendo que el mercado meta se encuentra fuera de las fronteras del territorio ecuatoriano, la localización del punto de comercialización estará fijado por la ubicación geográfica de los puntos de producción; es decir Guano; los canales de distribución serán directamente establecidos con el importador, el INCOTERM fijado por defecto será FOB; por lo que el despacho de la carga se realizará vía aérea desde Quito o vía marítima desde Guayaquil, según sean las necesidades del comprador.

5.5.4. Promoción de exportación

Tomando como fuente de información; la plataforma informática Penta-Transaction, por la que se puede acceder a la base de datos de las aduanas de Sudamérica, se recomienda a través de ella consultar el nombre de los compradores que han importado en Venezuela bajo la partida arancelaria aplicable al calzado de cuero; para posterior a esto vía internet

consultar sus datos y proceder con el contacto telefónico; solicitar una entrevista y ofrecer el envío de una muestra vía Courier.

Formar parte de los planes que ofrecen organizaciones gubernamentales como PRO ECUADOR que ofrece acceso a ferias internacionales y así como a información relativa al mercado meta es otra oportunidad para promocionar el calzado que se pretende exportar no solamente a Venezuela sino a los diferentes países del mundo.

a. Ruta PRO ECUADOR

PRO ECUADOR a través de su RUTA PRO ECUADOR ofrece diferentes asesorías y servicios, las mismas que son totalmente gratuitas y personalizadas, en donde incentivan a pequeños y medianos emprendedores a convertirse en grandes exportadores y consolidarse en el mercado internacional. Clasifican al usuario bajo la metodología de un semáforo según sus necesidades y experiencia en exportación de la siguiente manera:

Ilustración 5.2: Metodología de semáforo – Ruta PRO ECUADOR

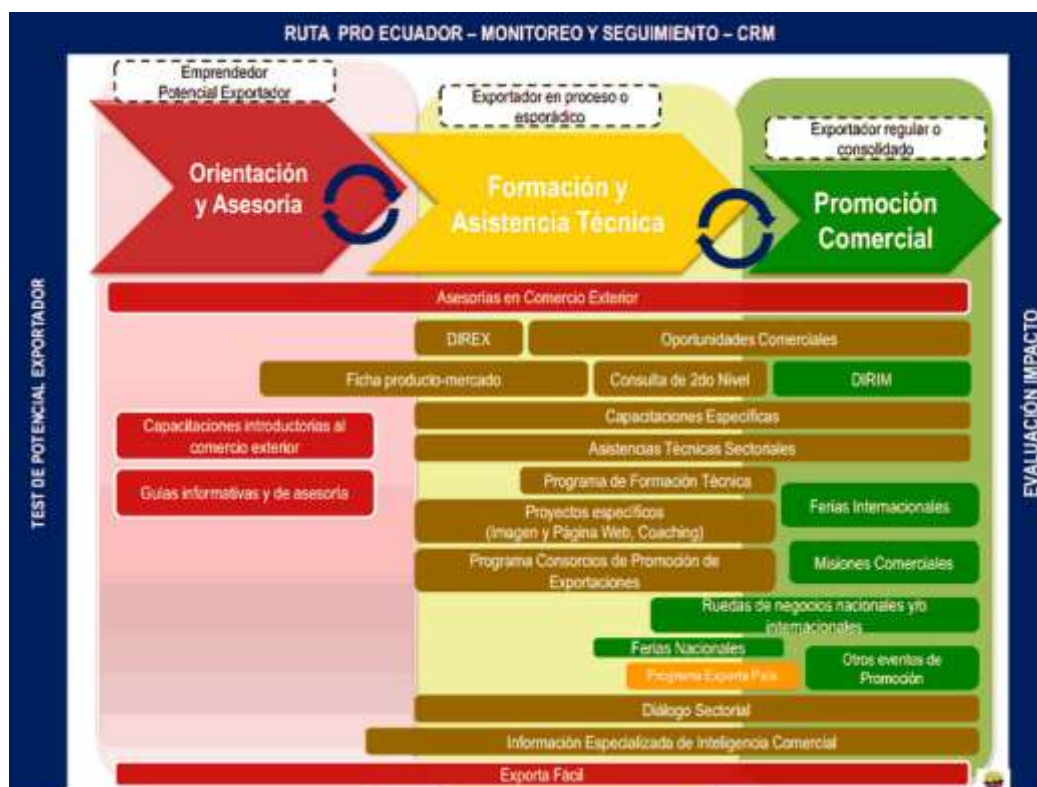


Fuente: PRO ECUADOR

Las primeras dos categorías (roja y amarilla) sirven al potencial exportador para asesorarse y formarse técnicamente sobre los mercados internacionales a los cuales podría acceder. Una vez que se logra la categoría de exportador consolidado (categoría verde) se puede acceder a diferentes beneficios tales como:

- Acceso a Directorio de Importadores (DIRIM).
- Participación en ferias nacionales e internacionales.
- Ruedas de negocios nacionales o internacional.
- Misiones Comerciales.
- Eventos de Promoción.

Ilustración 5.3: Ruta PRO ECUADOR



Fuente: PRO ECUADOR

5.6. FODA

En la tabla 5.1 se presenta el FODA de la ASOTECC.

Tabla 5.1: FODA de la ASOTECC

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gran cantidad de unidades de producción. ✓ Unión productiva. ✓ Poder de negociación en grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reducción de importaciones de calzado en Ecuador. ✓ Incentivo gubernamental a la producción nacional. ✓ Demanda externa no satisfecha.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asociación nueva como tal en el mercado. ✓ Carencia de personería jurídica totalmente legalizada. ✓ Falta de asesoramiento de calidad y regulaciones del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incremento desmesurado de la producción nacional de calzado en Venezuela. ✓ Políticas restrictivas de importación de calzado en Venezuela.

Elaborada por los autores

5.7. Preferencia arancelaria en Venezuela

Para el ingreso de productos ecuatorianos a territorio venezolano; estos gozan de preferencia arancelaria del 100%; beneficio suscrito y otorgado a los países miembros de la CAN; y pese a que Venezuela ya no pertenece a esta; esta preferencia continua vigente como tal, por cuanto hasta que se formalice el Acuerdo Comercial Bilateral Ecuador-Venezuela que hasta agosto de 2013 se encontraba aún en negociaciones.

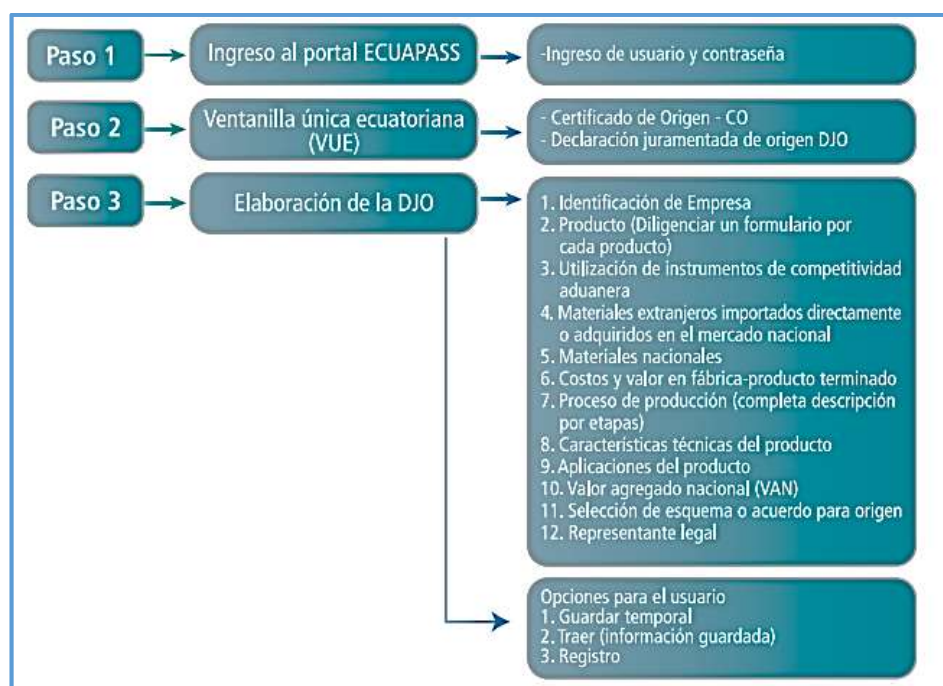
5.8. Documentos requeridos de exportación

Adicional a la factura y lista de empaque requerida; para el trámite de exportación, es necesario tramitar los siguientes documentos:

5.8.1. Certificado de origen

Documento emitido en Ecuador por el Ministerio de Industrias y Competitividad MIPRO, que avala que un determinado producto ha sido elaborado en el territorio ecuatoriano; este es el único documento habilitante para que la entrada del calzado ecuatoriano al mercado venezolano goce de la preferencia arancelaria del 100%; para obtener este certificado se deberá primero presentar vía VUE la declaración juramentada de origen. Ver ANEXO 6

Ilustración 5.4: Trámite de declaración juramentada de origen (DJO)



Fuente: MIPRO

5.8.2. Certificado de conformidad

El certificado de conformidad es el documento que avala que un determinado producto ha sido elaborado en base a una determinada normativa exigible para un determinado tipo de producto; es emitido por un organismo certificador respaldado por un organismo

de acreditación nacional; para la nacionalización de calzado en Venezuela, la Resolución N° 1.174 del Ministerio de Finanzas y N° 396 del Ministerio de la Producción y el Comercio establece la inscripción en el Registro de Importadores de Calzado, emitido por el SENCAMER, uno de los requisitos para obtener este registro es la declaración del importador de que estos artículos cumplen con lo establecido en la resolución antes mencionada, y un certificado de conformidad brinda seguridad al importador a declarar el cumplimiento de la norma; entre organismos acreditados por el OAE en Ecuador para emitir certificaciones de conformidad de calzado se encuentran:

- INTERTEK
- AENOR

5.9. Logística de exportación

Una vez acordada la negociación será necesario establecer los lineamientos a seguir para completar el despacho de las mercaderías a exportar; para esto se debe tener en cuenta los agentes que participarán en la cadena logística.

5.9.1. Agente afianzado de aduana

Para la realización de este plan es necesaria la contratación de un agente afianzado de aduana para que realice la Declaración Aduanera de Exportación DAE ante el SENAE para cada embarque. En Ecuador existen tanto personas naturales como sociedades que se desenvuelven como agentes de aduana entre los más mencionados se encuentran:

- Torres & Torres Agentes de Aduana TTADAD C.A.
- Organización Comercial y Aduanera Mario Coka B.MACOBSA S.A.

- Comercial Aduanera Raúl Coka Barriga Cía. Ltda.
- ROCALVI S.A.
- Jacqueline Márquez de la Plata.

5.9.2. Freight forwarder o consolidador

Para la puesta en marcha de este plan también se establece la contratación de servicios de un forwarder que se encargue del proceso de despacho de la carga ya sea para el tránsito marítimo o aéreo; este agente deberá ser definido por la ASOTECC priorizando costos; o por solicitud del comprador si el caso lo amerita. Entre otros agentes de carga con tránsito a Venezuela se pueden mencionar:

- PANALPINA.
- KRYSTAL LOGYSTICS.
- COSTALINE.
- EXPRESS CARGO LINE.

5.9.3. Cadena logística

Una vez pactada la negociación, se entrega la documentación correspondiente (factura, packing list, y certificado de origen) al agente afianzado de aduana para la correspondiente presentación de DAE, se debería tener listo el calzado para su despacho desde los talleres de producción; se procede a contratar un transporte interno que movilice la carga desde Guano hasta las bodegas del forwarder en Guayaquil, quien se encargará de la consolidación y posterior despacho a puerto o aeropuerto dependiendo si el embarque es marítimo o aéreo respectivamente. De igual manera se enviarán vía

Courier los documentos al importador para su correspondiente desaduanización en destino.

Los principales datos que se consignarán en la DAE son: Ver ANEXO 7

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

CONCLUSIONES

El desarrollo del presente trabajo investigativo permite hacer las siguientes conclusiones:

- El comercio exterior es una vía para el desarrollo de los pueblos siempre que sea dentro de un marco de justicia y honorabilidad para las partes que intervienen en dichas negociaciones.
- El cuero y el calzado en el Ecuador es un sector que ha venido recuperando espacio en el mercado local gracias a la imposición de medidas restrictivas a las importaciones y el fomento de la producción nacional acorde al cambio de la matriz productiva.
- El cantón Guano, en la provincia de Chimborazo, considerado como la Capital Artesanal del Ecuador es un pueblo que en la actualidad busca rescatar su labor productiva de cuero y calzado por medio de una asociación que entre sus objetivos promueve la participación activa de sus integrantes productores.
- Los productores de la ASOTECC poseen capacidad productiva que no está siendo utilizada en su totalidad debido a la falta de promoción de sus artículos reflejada en una escasa participación de mercado.
- Venezuela es un país netamente consumista que, en el sector de cuero y calzado, durante los últimos años no ha sido capaz de atender ni el 30% de su demanda local, viéndose en la obligación de adquirir este tipo de bienes en el exterior.
- Caracas, es una ciudad que por sus condiciones geográficas similares a las de Guano, se convierte en un destino atractivo para la oferta de calzado de cuero guaneño.

- En vista de la demanda no atendida de Venezuela y el mercado no otorgado en Guano, es una buena opción direccionar las ventas hacia este mercado, siempre y cuando esté libre de inestabilidades, y de esta manera ampliar los horizontes de exportaciones hacia nuevos targets.
- Un plan de exportación correctamente definido y aplicado constituye una oportunidad de crecimiento para la población productora de calzado de cuero en Guano; y el crecimiento y mejoramiento del nivel de vida de los habitantes del cantón.

Cabe recalcar que la simulación presentada en el actual trabajo investigativo mostró una viabilidad financiera aceptable, sin embargo la situación económica de Venezuela a abril de 2014 es inestable debido a su realidad política y social, además refleja altos índices de inflación causados por especulación, escasez de productos y un mercado negro de divisas, según publica en su página oficial la BBC en el artículo “10 claves para entender qué pasa en con la economía de Venezuela” (Caselli, 2014), rezagando la posibilidad de que el estudio sea dirigido a dicho mercado hasta que se estabilice.

RECOMENDACIONES

En base a la información obtenida se puede exponer las recomendaciones siguientes:

- Elaborar y desarrollar una campaña de promoción del calzado elaborado en Guano no solamente dirigida al mercado nacional sino internacional.
- Fomentar la unidad entre los artesanos de la ASOTECC y la Cámara Artesanal de Guano dejando de lado inconvenientes anteriores, no solamente para actividades lúdicas, sino para que juntos como bloque puedan acrecentar su poder de negociación con sus proveedores y clientes y obtener así mejores beneficios.
- Incentivar la participación de la Asociación Tecnológica de Cuero y Calzado en ferias y espacios dirigidos a los mercados internacionales, promocionando sus productos mediante la afiliación a organismos públicos como PRO ECUADOR.
- Aprovechar las ventajas que la tecnología hoy día brinda, mediante la creación de páginas WEB o perfiles en redes sociales que permitan promocionar el calzado a nivel mundial.
- Crear un sello con la marca ASOTECC que respalde la producción de calzado elaborada por los afiliados, que se coloque en el etiquetado del producto a fin de que esta se convierta en la imagen representativa del calzado guaneño.
- Cumplir con todos los requisitos formales que establece la legislación ecuatoriana en cuanto a normativa propiamente del producto y de carácter tributario.
- Establecer acuerdos de cooperación con demás asociaciones productoras de calzado en el país para obtener mutuos beneficios de aprendizaje y demás.

- Buscar constantemente mercados internacionales alternativos a los cuales exista viabilidad de direccionar la promoción del calzado elaborado en Guano.
- Examinar un mercado de similares características al del presente estudio, ya que al momento, Venezuela no presta las condiciones económicas, sociales ni políticas necesarias para direccionar la oferta de calzado guaneño.

BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo Ibañez, A., & López Martín, A. F. (1988). *El proceso de la entrevista*. Limusa Noriega Editores.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi.
- Ballesteros Román, A. (2001). *Comercio Exterior: teoría y práctica*. Murcia: Servicio de Publicaciones Universidad.
- Boyd, J., & Jewell, L. (1997). *Principles of Microeconomics*, (Fourth Edition ed.). (S. Prentice Hall Hispanoamerica, Trad.) Prentice-Hall Inc .
- Cámara de Comercio Americana. (11 de Abril de 2011). Obtenido de Cámara de Comercio Americana:
<http://www.camaradecomercioamericana.org/20110411%20Protocolo%20al%20Ac%20Marco%20vFinal.pdf>
- Caselli, I. (17 de Enero de 2014). *BBC Mundo*. Recuperado el 06 de Mayo de 2014, de http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/01/140116_venezuela_economia_claves_problemas_dp.shtml
- China, E. (31 de Mayo de 2013). *Noticias 24*. Obtenido de <http://www.noticias24.com/venezuela/noticia/171317/>
- CNN. (23 de mayo de 2013). *CNN Expansion*. Obtenido de <http://www.cnnexpansion.com/economia/2013/05/23/alianza-pacifico-lider-economico-global>
- Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España. (s.f.). *Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España*. Recuperado el 25 de Enero de 2014, de http://www.camaras.org/guias/arancel/guia_arancel_cap01_001.html
- DINERO.COM. (27 de Enero de 2014). *Dinero.com*. Recuperado el 15 de Febrero de 2014, de <http://www.dinero.com/internacional/articulo/venezuela-baja-importaciones/191137>
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de Marketing: Teoría y Experiencia*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.

- El Universal. (11 de Octubre de 2013). Obtenido de <http://www.eluniversal.com/economia/131011/fmi-afirma-que-la-situacion-economica-en-venezuela-no-es-sostenible>
- Esteban Talaya, Á., García de Madariaga Miranda, J., Narros González, M. J., Olarte Pascual, C., Reinares Lara, E., & Saco Vásquez, M. (2008). *Principios de Marketing*. Madrid: ESIC Editorial.
- Fondo Monetario Internacional. (30 de septiembre de 2013). *Fondo Monetario Internacional*. Obtenido de <http://www.imf.org/external/np/exr/facts/spa/glances.htm>
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guano. (20 de Agosto de 2012). *Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guano*. Obtenido de <http://www.municipiodeguano.gob.ec/2012/index.php/el-canton/historia>
- Gobierno Bolivariano de Venezuela. (09 de Noviembre de 2013). *Gobierno en Línea*. Obtenido de <http://gobiernoenlinea.gob.ve/home/venezuela.dot>
- Instituto Nacional de Estadística, República Bolivariana de Venezuela. (09 de Agosto de 2012). Obtenido de <http://www.ine.gob.ve/documentos/Demografia/CensodePoblacionyVivienda/pdf/ResultadosBasicosCenso2011.pdf>
- Jimenez Boulanger, F., & Espinoza Gutierrez, C. L. (2007). *Costos Industriales*. Cartago: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson Education.
- La Comisión de la Comunidad Andina de Naciones. (30 de Julio de 1997). *Comisión Andina de Naciones*. Recuperado el 02 de Febrero de 2014, de <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=93&tipo=TE&title=normas-de-origen>
- La Embajada de la República Bolivariana de Venezuela en la República del Ecuador. (2011). *La Embajada de la República Bolivariana de Venezuela en la República del Ecuador*. Recuperado el 11 de Agosto de 2013, de http://ecuador.embajada.gob.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=8&lang=es
- La Industria Algodonera. (2010). *La Industria Algodonera*. Recuperado el 12 de Enero de 2014, de

<http://www.laindustrialalgodonera.com/index.php/es/serie/search/aplicacio/calzado/200>

- Lerna Kirchner, A. (2010). *Desarrollo de Nuevos Productos*. Mexico D.F.: CENGAGE Learning.
- López-Pinto Ruiz, B., Mas Machuca, M., & Viscarri Colomer, J. (2008). *Los pilares del marketing*. Barcelona: Ediciones UPC.
- Organizacion Mundial del Comercio. (enero de 2014). *Organizacion Mundial del Comercio*. Obtenido de <http://www.wto.org/indexsp.htm>
- Patache, C. (25 de Julio de 2013). Sector Artesanal del Cantón Guano. (G. Peña, & K. Avendaño, Entrevistadores)
- Proecuador. (2009). *Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/cuero-y-textiles/>
- Ruiz Limón, R. (2005). *Historia y evolución del pensamiento analítico*. Mexico.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Quito: Ediecuatorial.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (12 de Junio de 2013). *SENAE*.
- Sistema Economico Latinoamericano y del Caribe. (2013). *Sistema Economico Latinoamericano y del Caribe SELA*. Obtenido de <http://www.sela.org/view/index.asp?ms=258&pageMs=27289>
- Telégrafo, E. (04 de Junio de 2013). Ecuador fortalece nexos comerciales con Venezuela. *El Telégrafo*, pág. 2.
- Toledo, N. (2011). *Propuesta para mejorar el nivel de ingresos de los artesanos de artículos de cuero, del Cantón Guano, provincia de Chimborazo, mediante la organización micro empresarial, período 2010-2011*. . Riobamba.

ANEXOS

ANEXO 1: RTE 80

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

REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 080 “ETIQUETADO DE CALZADO”

1. OBJETO

1.1 Este reglamento técnico ecuatoriano establece los requisitos para el etiquetado de calzado, sea de fabricación nacional o importado, que se comercialice en el país, con la finalidad de prevenir las prácticas que puedan inducir a error o engaño a los consumidores.

2. CAMPO DE APLICACIÓN

2.1 Este reglamento técnico ecuatoriano se aplica a los productos clasificados en el Arancel Nacional de Importaciones, dentro de las partidas y subpartidas arancelarias que se detallan a continuación:

CLASIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
Capítulo 64	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos
64.01	Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera.
64.02	Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico.
64.03	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.
64.04	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.

64.05 Los demás calzados.

2.2 Este reglamento técnico ecuatoriano no se aplica a los productos determinados como: menaje de casa y equipo de trabajo, envíos de socorro, donaciones provenientes del exterior a entidades autorizadas para recibir dichas donaciones, franquicias diplomáticas, bienes para uso de discapacitados y muestras sin valor comercial. En los casos de equipaje de viajero y tráfico postal internacional o correo (courier), se aplicarán las regulaciones del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENAE.

3. DEFINICIONES

3.1 Para los efectos de este reglamento técnico ecuatoriano, se adoptan las siguientes definiciones:

3.1.1 Adherir. Pegar una cosa a otra.

3.1.2 Calzado. Se entiende por calzado toda prenda de vestir con suela, destinada fundamentalmente a proteger y cubrir total o parcialmente el pie, facilitando el caminar, realizar actividades deportivas, artísticas, de trabajo y otras; pudiendo tener connotaciones estéticas y en casos especiales terapéuticas o correctoras.

3.1.3 Parte superior (capellada). Materiales que forman la parte externa del calzado, que se fijan a la suela y cubren la superficie dorsal superior del pie.

3.1.4 Comerciante o distribuidor. Persona natural o jurídica que de manera habitual vende o provee, al por mayor o al detal, bienes destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

3.1.5 Consumidor. Persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios.

3.1.6 Cuero. Material proteico fibroso (colágeno) de la piel de animales que conservan su estructura fibrosa original, que ha sido tratado químicamente con agentes curtientes, no es susceptible de descomponerse por putrefacción y que fija definitivamente determinadas características físicas, químicas, estéticas y de resistencia. Si el cuero tiene la superficie recubierta por una capa de acabado, esta capa superficial no debe ser de un grosor superior a 0,15 mm.

3.1.6.1 No podrá utilizarse la denominación “cuero” en los siguientes casos:

a) Aquellos productos obtenidos de la piel de animales, que habiendo sido sometidos a un proceso mecánico de fragmentación, molienda, pulverización u otros análogos se proceda a su aglomeración o reconstrucción.

b) Cuando el espesor del recubrimiento de los cueros supere un tercio del espesor del producto.

3.1.7 Cuero untado, recubierto o regenerado. Cuero o piel curtida cuyo acabado superficial tiene un espesor superior a 0,15 mm, pero no supera un tercio del espesor total del producto.

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

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

3.1.10 Estarcir. Es uno de los métodos de colocación de la etiqueta permanente, mediante el estampado de dibujos, letras, números, utilizando plantillas.

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

3.1.12 Etiqueta permanente. Etiqueta que es cosida, adherida o fijada a un producto por un proceso de termofijación o cualquier otro método que garantice la permanencia de la información en el producto, por lo menos hasta la comercialización del producto al consumidor final. Es la que contiene la información mínima requerida en este reglamento.

3.1.13 Etiqueta no permanente. Etiqueta colocada a un producto en forma de etiqueta colgante u otro medio análogo que pueda retirarse del producto o que figure en su empaque. Estas etiquetas pueden contener información de marca, de control, o cualquier otra información que el fabricante o importador considere necesaria.

3.1.14 Etiquetado. Proceso de colocación o fijación de la etiqueta en el producto.

3.1.15 Fabricante. Persona natural o jurídica que extrae, industrializa o transforma bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

3.1.16 Forro. Revestimiento de cuero, material textil o sintético confeccionado o diseñado para llevarse en la parte interior del calzado de manera total o parcial.

3.1.17 Importador. Persona natural o jurídica que de manera habitual importa bienes para su venta o provisión en otra forma al territorio nacional.

3.1.18 Lote. Cantidad determinada de unidades de productos, con características similares, obtenidas en un mismo ciclo de fabricación, bajo condiciones de producción uniformes, que se someten a inspección como un conjunto unitario y que se identifican

por tener un mismo código o clave de producción, o es la cantidad de producto determinada por el proveedor o fabricante para el despacho.

3.1.19 Marca comercial. Cualquier declaración o signo que sirva para distinguir productos o servicios en el mercado.

3.1.20 Material artificial. Material obtenido a partir de la transformación química de productos naturales.

3.1.21 Material no tejido. Red de fibras o filamentos naturales, sintéticos o artificiales que no fue tejida, en donde las fibras están adheridas entre sí por procedimientos mecánicos, térmicos o químicos.

3.1.22 Material sintético. Materiales plásticos, sintéticos, residuos de cuero o textiles con apariencia de piel o cuero, estos pueden denominarse como tales, pudiendo además denominarse por su nombre específico, por ejemplo: piroxilina, poliuretano, polietileno, vinilo o vinílico, policloruro de vinilo (PVC), acrilonitrilo butadieno estireno (ABS), poliamida (nylon), poliéster, etilvinilacetato (EVA), etc.

3.1.23 Material textil. Material estructurado mediante tejido o cualquier otro procedimiento a base de fibras naturales, sintéticas o artificiales.

3.1.24 País de origen. País de fabricación, producción o elaboración del producto.

3.1.25 Plantilla. Material que está en contacto con la planta del pie.

3.1.26 Producto. Refiérase como producto al artículo manufacturado, elaborado o confeccionado con cuero, material textil, sintético o artificial, que está listo para ser comercializado y entregado al consumidor final para su uso, en su forma de presentación definitiva.

3.1.27 Proveedor. Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por las que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.

3.1.28 Residuos de cuero. Son generados por el raspado y triturado del cuero.

3.1.29 Suela. Pieza externa de la planta del calzado, cuya superficie está en contacto con el suelo y está expuesta en mayor grado al desgaste.

3.1.30 Talla. Medida utilizada para definir el tamaño del calzado.

4. CONDICIONES GENERALES

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

4.2 La información debe indicarse en las etiquetas con caracteres claros, visibles y fáciles de leer para el consumidor.

4.3 Para la fabricación de las etiquetas permanentes, se debe utilizar cualquier material que no produzca incomodidad al consumidor.

4.4 Las dimensiones de las etiquetas permanentes deben ser tales que permitan contener la información mínima requerida en este reglamento.

4.5 Las etiquetas no permanentes son opcionales.

5. REQUISITOS DE ETIQUETADO

5.1 Etiquetas permanentes

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

5.1.2 Previo a la importación o comercialización de productos nacionales, deben estar colocadas las etiquetas permanentes en un sitio visible o de fácil acceso para el consumidor.

5.1.3 La etiqueta permanente debe contener la siguiente información mínima:

5.1.3.1 Materiales utilizados en la fabricación de las cuatro partes que componen el calzado: parte superior (capellada), forro, plantilla y suela.

5.1.3.2 Razón social e identificación fiscal (RUC) del fabricante nacional o importador.

5.1.3.3 País de origen.

5.1.4 La información mínima requerida en el numeral 5.1.3 del presente reglamento puede colocarse en una o más etiquetas permanentes.

5.1.5 Materiales utilizados en la fabricación de las cuatro partes que componen el calzado. Deben expresarse mediante el uso de textos, pictogramas o ambas, los que se detallan en el Anexo A del presente reglamento técnico.

5.1.5.1 En la etiqueta permanente se debe indicar el material que constituya al menos el 80 % medido en superficie de la parte superior (capellada), forro y plantilla; y en al menos 80 % del volumen de la suela del calzado. Si ningún material representa como

mínimo el 80 %, se consignará la información sobre los dos materiales principales que componen cada parte del calzado, colocando primero el material predominante.

5.1.5.2 En el caso de la parte superior (capellada), la determinación de los materiales se hace sin tener en cuenta los accesorios o refuerzos tales como: ribetes, protectores de tobillos, adornos, hebillas, orejas, anillos para ojeteros o dispositivos análogos.

5.1.6 Razón social e identificación fiscal (RUC) del fabricante o importador

5.1.6.1 Para productos nacionales, debe indicarse la razón social e identificación fiscal (RUC) del fabricante.

5.1.6.2 Para productos importados, debe indicarse la razón social e identificación fiscal (RUC) del importador.

5.1.6.3 La inclusión de marcas comerciales y logotipos no sustituyen la identificación del fabricante o importador.

5.1.7 País de origen. Se pueden utilizar las siguientes expresiones: “Hecho en...”, “Fabricado en...”, “Elaborado en...”, entre otras expresiones similares.

5.1.8 La talla debe ser legible y visible, y se la colocará en el producto en el lugar en que el fabricante considere conveniente.

5.1.9 Para el calzado que no presenta forro, debe indicarse en la etiqueta “sin forro”.

5.1.10 Cuando el diseño del calzado o el material del que está fabricado no permita estampar, coser, estarcir, imprimir o grabar la información requerida en el numeral 5.1.3, se debe incorporar una etiqueta adherida firmemente al calzado.

5.1.11 No debe emplearse los términos piel o cuero y sus derivados para nombrar a los materiales que no provienen de piel de animales.

5.1.12 La etiqueta permanente debe presentarse en las dos unidades que componen el par del calzado.

6. DOCUMENTOS NORMATIVOS DE REFERENCIA

6.1 Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1949 Tallas para calzado. Graduación de la longitud. Requisitos.

6.2 Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1951 Tallas para calzado. Características fundamentales.

6.3 Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN ISO 2859-1 Procedimientos de muestreo para inspección por atributos. Parte 1. Programas de muestreo clasificados por el nivel aceptable de calidad (AQL) para inspección lote a lote.

7. PROCEDIMIENTO PARA EVALUAR LA CONFORMIDAD

7.1 De conformidad con la Ley 2007-76 del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, los fabricantes nacionales y los importadores de los productos contemplados en este reglamento técnico, previamente a la comercialización deberán, según sea su caso, obtener el certificado de inspección (del lote inspeccionado) del producto que demuestre el cumplimiento de los requisitos establecidos en este documento, expedido por un organismo de certificación cuya acreditación sea reconocida por el OAE.

8. MUESTREO

8.1 La inspección y el muestreo para verificar el cumplimiento de los requisitos señalados en el presente reglamento técnico se deben realizar de acuerdo a lo establecido en la NTE INEN-ISO 2859-1 con un plan de muestreo simple, inspección normal, nivel general de inspección II, con un AQL de 1,5 %.

8.2 La inspección se debe realizar al stock de productos en los locales de distribución y/o expendio.

9. AUTORIDAD DE VIGILANCIA Y CONTROL

9.1 De conformidad con la Ley 2007-76 del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, el Ministerio de Industrias y Productividad y las instituciones del Estado que, en función de sus leyes constitutivas tengan facultades de fiscalización y supervisión son las autoridades competentes para efectuar las labores de vigilancia y control del cumplimiento de los requisitos del presente reglamento técnico, y demandarán de los fabricantes nacionales e importadores de los productos contemplados en este reglamento técnico ecuatoriano la presentación de los certificados de inspección respectivos.

10. RÉGIMEN DE SANCIONES

10.1 Los proveedores de estos productos que incumplan con lo establecido en este reglamento técnico recibirán las sanciones previstas en la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad y demás leyes vigentes, según el riesgo que implique para los usuarios y la gravedad del incumplimiento.

11. RESPONSABILIDAD DE LOS ORGANISMOS DE EVALUACIÓN DE LA CONFORMIDAD

11.1 Los organismos de certificación que hayan extendido certificados de inspección erróneos o que hayan adulterado deliberadamente los datos de los certificados de inspección, tendrán responsabilidad administrativa, civil, penal y/o fiscal de acuerdo con lo establecido en la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad y demás leyes vigentes.

12. REVISIÓN Y ACTUALIZACIÓN DEL REGLAMENTO

12.1 Con el fin de mantener actualizadas las disposiciones de este reglamento técnico, el Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, lo revisará en un plazo no mayor a cinco (5) años contados a partir de la fecha de su entrada en vigencia, para incorporar avances tecnológicos o requisitos adicionales de seguridad para la protección de la salud, la vida y el ambiente; de conformidad con lo establecido en la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad.

ARTÍCULO 2.- Disponer al Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, que de conformidad con el Acuerdo Ministerial No. 11256 del 15 de julio de 2011, publicado en el Registro Oficial No. 499 del 26 de julio de 2011, publique el reglamento técnico ecuatoriano RTE INEN 080 “ETIQUETADO DE CALZADO” en la página web de esa institución, www.inen.gob.ec.

ARTÍCULO 3.- El presente reglamento técnico ecuatoriano RTE INEN 080 entrará en vigencia transcurridos ciento ochenta días desde la fecha de su promulgación en el Registro Oficial.

ANEXO 2: Resolución N° 1.174 y N° 396 del Ministerio de Finanzas de Venezuela

De conformidad con lo establecido en el artículo 117 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 60 de la Ley Orgánica de la Administración Pública, con los artículos 4° numerales 11 y 13 y 6° numerales 7, 8, y 15 del Decreto N° 1.634 de fecha 8 de enero de 2002, publicado en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 37.362 del 11 enero de 2002, mediante el cual se dictó la Reforma del Decreto sobre Organización y Funcionamiento de la Administración Pública Central, con los artículos 1°, 4° numeral 3 de la Ley Orgánica de Aduanas, con el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio, que forman parte integrante de la Ley Aprobatoria del Acuerdo de Marrakech por el que se establece la Organización Mundial de Comercio, con los artículos 6, 10 y 25 de la Ley Sobre Normas Técnicas y Control de Calidad, con los artículos 6° numerales 2° y 7° y 50, de la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario, estos Despachos,

CONSIDERANDO

Que la Constitución Bolivariana de la República de Venezuela en su artículo 117 establece que:” todas las personas tendrán derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, así como a una información adecuada y no engañosa sobre el contenido y características de los productos y servicios de consumo, a la libertad de elección y a un trato equitativo y digno”;

CONSIDERANDO

Que en el mencionado Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio, se establece que los países tienen derechos a adoptar las medidas necesarias para asegurar la calidad de sus productos y prevenir prácticas que puedan inducir a error en los niveles que consideren apropiados, en tanto no constituyan un medio de discriminación arbitrario e injustificado entre los países en los cuales prevalezca la misma condición o una restricción encubierta del comercio internacional;

RESUELVEN

Artículo 1. Establecer **la información mínima obligatoria que debe contener el etiquetado de todo tipo de calzado** que se comercialice en el Territorio Nacional.

Artículo 2.- A los efectos de la presente Resolución se entenderá por:

Etiqueta: Marcaje, rótulo o marbete impreso, tejido o estampado, que presente inscripciones o motivos con marcas, país de fabricación, nombre o razón social o logotipo del productor o fabricante, materia constitutiva, talla, entre otros.

Calzado: comprende el calzado bajo de los tipos corrientes de tacón bajo o alto, los borceguíes, botines, medias botas, botas altas, botas de cadera, las sandalias, sandalitas y

esparteñas, alpargatas, zapatillas de tenis y de carreras, las sandalias de playa, y demás calzados esparcimiento; el calzado especial para las prácticas de los deportes entre los que se distingue por una parte, el que tiene clavos, tacos, ataduras, tiras o dispositivos similares y por otra parte el calzado para patinar, para esquiar, para la práctica “snowboard” (tabla de nieve), para la lucha, para el boxeo, y para el ciclismo, las zapatillas de baile, pantuflas, el calzado obtenido de una sola pieza, principalmente por moldeo de caucho o de materiales plásticos o por formados de un bloque de madera, el calzado diseñado especialmente para la protección contra el agua, aceite, grasa, productos químicos o el frío, el calzado desechable con piso unido, diseñado generalmente para ser utilizado una sola vez.

País de Fabricación o Producción: País en el cual la mercancía ha sido manufacturada.

Cuero o pieles naturales: Comprende los cueros o pieles naturales de bovinos, equinos, ovinos, caprinos, porcinos, así como los de gamuza, gacela, reno, alce, corzo, canguros, camellos, elefante, hipopótamo, perro, de reptiles, pescados o de mamíferos marinos.

Cueros Regenerados: Sólo comprende el cuero obtenido a partir del cuero natural o fibra por: aglomeración a presión, con cola u otros aglutinantes, de recortes, desperdicios o fibras; por aglomeración sin aglutinantes de trozos de cuero superpuestos y fuertemente comprimidos; por tratamiento con agua caliente de recortes y desperdicios de cuero, que se reducen a fibra, la pasta así obtenida, se lamina y se calandra en hojas sin adición de aglutinantes.

Cueros y pieles, charolados, revestidos y metalizados: Charolado: recubierto con una capa de barniz o revestidos con una película preformada de materia plástica brillante como un cristal. El barniz utilizado puede estar pigmentado o no y la película preformada que recubre el cuero es, generalmente, de poliuretano o de policloruro de vinilo. El espesor de la capa o de la película no debe exceder de 0.15 mm. Se incluyen en este grupo las pieles y cueros revestidos o recubiertos de una pintura o una laca constituida por pigmentos (laminilla de mica, de sílice o análogos por ejemplo) que dan a la superficie un brillo metálico, en un aglutinante de plástico o aceite secante vegetal principalmente (imitaciones de cueros y pieles metalizados).

Revestidos: Revestido con una película preformada de materia plástica de un espesor superior a 0,15 mm pero inferior a la mitad del espesor total de superficie brillante como un cristal.

Metalizados: Recubierto con polvo u hojas metálicas.

Materias plásticas: Comprende el plástico propiamente dicho, así como el cuero revestido de una película preformada de materia plástica de espesor superior a 0,15 mm pero superior o igual a la mitad del espesor total; y las telas y otros soportes textiles con

una capa exterior de plástico perceptible a simple vista; las materias textiles impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas con plásticos.

Caucho: Comprende el caucho natural, balatá, gutapercha, guayule, chicle, gomas naturales análogas, cauchos sintéticos, facticios derivados de los aceites y cauchos regenerados, sin dulcorizar, vulcanizados o endurecidos; comprende además las telas y otros soportes textiles con una capa exterior de plástico perceptible a simple vista, las materias textiles impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas con caucho.

Materias Textiles: Comprende las fibras, hilados, tejidos, telas, fieltros, telas sin tejer, cuerdas, cordajes y artículos de cordelería.

Piso: Parte del calzado (distinto del tacón que lleva sujeto) que, durante el uso, esté en contacto con el suelo.

La materia constitutiva del piso, estará determinada por aquella cuya superficie en contacto con el suelo sea la mayor. No se tendrá en cuenta los accesorios o refuerzos fijados a ella, tales como: punteras, tiras, clavos, grapas, protectores de dispositivos análogos.

En el caso del calzado hecho de una sola pieza, sin piso unido, en el cual no ha habido un piso preexistente, la materia constitutiva estará determinada por aquella de la parte inferior del calzado.

Corte, pala o parte superior: Se considera como parte superior, las partes del calzado situadas por encima de la suela (empeine, caña). Corte o pala es la parte del calzado que cubre los costados y el empeine del pie.

La materia constitutiva de la parte superior, corte o pala, estará determinada, por aquella que constituya la superficie mayor del recubrimiento exterior del calzado.

Cuando la parte superior, corte o pala este constituida por varias materias, la mayor superficie de recubrimiento exterior es la que determina la materia constitutiva.

No se tendrá en cuenta los accesorios, aplicaciones y refuerzos tales como: ribetes o bordes, protectores de tobillo, hebillas, botones, anillos para ojetes, lazos, cremalleras, orejas, aplicaciones ornamentales, adornos y dispositivos análogos, ni la materia constitutiva del forro.

Caña: Parte del calzado que cubre la pantorrilla y el muslo.




Forro: Es la pieza del corte que cubre total o parcialmente la capellada por su parte interior.

Artículo 3. Todo par de calzado que se comercialice en el territorio nacional debe tener un etiquetado que contenga, en idioma castellano, la siguiente información:





- a) Nombre, denominación o razón social del fabricante nacional o importador.
- b) Marca comercial.
- c) La leyenda “Hecho en Venezuela” o la del país de fabricación, en el caso de ser importado.
- d) Talla (número) del calzado, salvo que esté grabado en la suela o piso del calzado.
- e) Información sobre la composición o material usado en la fabricación del corte, pala o parte superior y piso.
- f) El número de Registro de Información Fiscal (RIF) del fabricante o importador.
- g) El número de inscripción en el Registro establecido en el artículo 10 de esta Resolución.

La composición de las partes del calzado podrá indicarse mediante frase o con pictogramas.

Artículo 4. La identificación de las partes fundamentales del calzado deberá realizarse con base en la siguiente identificación textual y pictogramas:

IDENTIFICACIÓN TEXTUAL	PICTOGRAMA
Corte, pala o parte superior	
Forro	
Piso	

Artículo 5. Los pictogramas que identifican los materiales de las partes fundamentales del calzado, se identifican en la siguiente tabla:

IDENTIFICACIÓN TEXTIL	PICTOGRAMA
<p>Cuero Natural Cuero Regenerado</p>	
<p>Cuero charolado Cuero Revestido Cuero metalizado</p>	
<p>Materia textil</p>	
<p>Materias plásticas Otros Materiales</p>	

Artículo 6. El etiquetado debe efectuarse en el proceso de fabricación o producción del calzado mediante impresión directa o colocación de etiquetas impresas, pegadas, estampadas o cosidas en, al menos, una de las piezas de cada par de calzado.

La etiqueta debe ser visible, su información legible y las letras deben tener una altura mínima de dos (2) milímetros, salvo en aquellos casos en que el Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos, SENCAMER, lo autorice. Los pictogramas deben ser de fácil visualización y comprensión para el consumidor.

Artículo 7. Sólo podrán ingresar al territorio nacional los calzados que cumplan con las disposiciones relativas al etiquetado que establece la presente Resolución.

A los efectos de esta Resolución las partidas arancelarias que identifican el calzado, son las contenidas en el capítulo 64 del Arancel de Aduanas, excepto sus partes.

Artículo 8. Todo fabricante nacional o importador de calzado debe inscribirse en el Registro Obligatorio de Fabricantes Nacionales e Importadores que a tal efecto llevará el Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos, SENCAMER.

Artículo 9. A los efectos de la inscripción en el registro a que se hace referencia en el artículo anterior, el interesado deberá consignar, conjuntamente con la planilla de solicitud, original y copia de los siguientes documentos presentados:

- a. Acta o documento constitutivo y estatutos sociales de la empresa con su última modificación, debidamente registrados.
- b. Cédula de identidad de los socios o del representante legal, según sea el caso.
- c. Documento autenticado o registrado que acredite la representación legal.
- d. Comprobante del Registro de Información Fiscal (RIF).
- e. Declaración jurada notariada del fabricante nacional o importador en la cual conste que el calzado a ser comercializado en el país cumple con lo establecido en la presente Resolución.
- f. Lista de tipos de calzado a comercializar, con indicación de la empresa fabricante.
- g. En el caso de los importadores, estos deberán presentar una constancia emitida por el fabricante, que certifique el país de fabricación.
- h. Modelos de las etiquetas a ser colocadas en el calzado, los cuales deben cumplir con la presente Resolución.

Artículo 10.- Una vez efectuada la inscripción en el Registro previsto en el artículo 8, el Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos, SENCAMER emitirá, en un plazo no mayor de ocho (8) días hábiles, contados a partir de la fecha de recepción de la solicitud con sus recaudos completos, la Constancia de Registro correspondiente, la cual contendrá el número de inscripción asignado. La vigencia de esta constancia será de un (1) año y podrá ser renovada a solicitud de la parte interesada por períodos iguales, para lo cual el interesado deberá presentar los requisitos establecidos en el Artículo anterior.

Artículo 11. El Registro Obligatorio de Fabricantes Nacionales e Importadores de Calzados funcionará bajo la supervisión y control del Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos, SENCAMER, el cual podrá efectuar visitas periódicas a las industrias, fábricas, empresas importadoras o establecimientos comerciales, con la finalidad de verificar el cumplimiento de la presente Resolución.

En el caso de detectar incumplimiento, el Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos, SENCAMER procederá a iniciar el procedimiento administrativo correspondiente y si hay lugar a ello, revocar la

constancia del Registro citado en el párrafo anterior sin perjuicio de las sanciones que puedan corresponder, de conformidad con lo establecido en el artículo 15 de la presente Resolución.

Artículo 12. A partir de la entrada en vigencia de la presente Resolución, el importador deberá indicar en la Declaración de Aduanas, el número de Registro señalado en la Constancia emitida por el Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos, SENCAMER.

Artículo 13. La importación de calzados deberá estar amparada con la Constancia de Registro establecida en el artículo 10 de la presente Resolución, la cual se hará exigible al momento de la Declaración de Aduanas y deberá ser presentada por el importador en original y copia.

El original, una vez cotejado con su copia, será devuelto al importador y la copia deberá formar parte del expediente correspondiente. El gerente de la Aduana, deberá remitir al Servicio Autónomo de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos, SENCAMER, una copia de la declaración de Aduanas en un plazo no mayor de quince (15) días continuos siguientes a la fecha de perfeccionada la operación aduanera o ingreso de las mercancías a la zona de almacenamiento debidamente autorizada.

De conformidad con lo establecido en el artículo 25 de la Ley sobre Normas Técnicas y Control de Calidad, el artículo 4, numeral 3 y el artículo 6 de la Ley Orgánica de Aduanas, la Constancia de Registro se hará exigible para el ingreso de calzados en las zonas, puertos o almacenes libres o francos o almacenes aduaneros in bond o zonas que apliquen a regímenes territoriales especiales.

Artículo 14. El Ministerio de la Producción y el Comercio ejercerá la supervisión y el control del cumplimiento de lo establecido en la presente Resolución, a través del Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos, SENCAMER y el Instituto para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario, INDECU. Igualmente, el Ministerio de Finanzas, por órgano del Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria, SENIAT, ejercerá la supervisión y el control en la materia que le corresponde.

Artículo 15. El Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos, SENCAMER, el Instituto para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario, INDECU y la autoridad aduanera respectiva, seleccionarán a los fabricantes o importadores que infrinjan lo establecido lo establecido en el presente Reglamento Técnico, de conformidad con la Ley sobre Normas Técnicas y Control de Calidad, la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario y la Ley Orgánica de Aduanas, según el caso.

Artículo 16. Es responsabilidad del fabricante nacional o del importador de calzados, el cumplimiento de las disposiciones relativas al Registro y etiquetado, contenidos en esta Resolución.

El comerciante, formal o informal, debe exigir a sus proveedores, que los calzados presenten el etiquetado con la información exigida en la presente Resolución y son responsables solidarios en caso de incumplimiento.

Artículo 17. En un plazo de tres (3) meses contados a partir de la entrada en vigencia de la presente Resolución, la información exigida en los literales a) c) e) f) g) del artículo 3 debe ser incorporada en la etiqueta por el fabricante del calzado.

Artículo 18. Quedan exceptuados del cumplimiento del Reglamento Técnico sobre calzado:

1. Todo tipo de calzado que se encuentre en tránsito con destino a Venezuela antes de la vigencia del Reglamento Técnico, lo cual será acreditado con el correspondiente documento de transporte.
2. Todo tipo de calzado que se encuentre en la Zona Primaria Aduanera pendiente de despacho, a la fecha de vigencia de este Reglamento Técnico.
3. Todo tipo de calzado importado o de fabricación nacional, que se encuentre en el mercado, cuatro (4) meses antes de la fecha de entrada en vigencia de este Reglamento.

Artículo 19: La presente Resolución entrará en vigencia al día siguiente de su publicación en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela.

ANEXO 3: Requisitos para exportadores de mercancías con destino a Venezuela.

Artículo 1.- OBJETO.- La presente norma tiene por objeto regular: Los requisitos que los exportadores deben cumplir ante la administración aduanera previo a realizar una declaración definitiva a consumo con destino Venezuela.

Artículo 2.- REQUISITOS PARA EL REGISTRO DE EXPORTADORES A VENEZUELA.- Deberá presentar una solicitud dirigida al Director Nacional de Intervención del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, suscrita por el representante legal de la compañía o persona jurídica. Esta solicitud deberá especificar la dirección para las notificaciones correspondientes y estar acompañada de los siguientes documentos y presentarse de conformidad con el Art. 25 de la Ley de Modernización del Estado, en fotocopias debidamente certificadas por Notario, con la salvedad de aquellos que expresamente sean requeridos en originales:

1. Copia notariada de la escritura de constitución de la compañía actualizada, debidamente inscrita en el Registro Mercantil, en la misma debe constar que su objeto social contempla esta actividad.
2. Copia notariada del nombramiento del Representante Legal de la compañía actualizado, inscrita en el Registro Mercantil.
3. Certificado de socios y accionistas actualizado emitido por la Superintendencia de Compañías (original).
4. Nómina de empleados con la respectiva afiliación al IEES.
5. Listado de las empresas en las cuales los representantes legales tengan alguna vinculación con otras compañías en calidad de accionista, representante legal o empleado.
6. Historia Laboral de cada uno de los representantes legales de la empresa exportadora.
7. Copia del Registro Único de Contribuyentes en el que conste esta actividad.
8. Copia notariada de las declaraciones de impuesto a la renta de los tres últimos ejercicios económicos, salvo el caso de nuevas compañías.
9. Proyecciones de exportaciones para el presente y próximo año, indicando volúmenes, descripción de las mercancías, partidas arancelarias correspondientes, país de origen, valor FOB y fichas técnicas -de corresponder.
10. Contratos de arrendamiento o título de propiedad del o los domicilios tributarios.
11. Documentos que justifiquen el origen de los fondos utilizados en las exportaciones (financiamiento para el aprovisionamiento, transporte, comercialización, entre otros).
12. En caso de contar con capital extranjero, el documento de registro de capital ante el Banco central.
13. Documentos que sustenten los incrementos de capital, de corresponder.

14. Listado de proveedores de las mercancías o insumos a exportar.
15. Certificados bancarios de las cuentas sobre las cuales recibe o recibirá el dinero por el pago de las exportaciones.
16. Certificados bancarios de las cuentas con las cuales se efectúa el pago a proveedores de los insumos o bienes terminados a exportarse.
17. Listados de activos fijos que forman parte del patrimonio de la empresa.

Artículo 3.- VERIFICACIÓN DE REQUISITOS.- La Dirección Nacional de Intervención del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador verificará el cumplimiento de los requisitos establecidos en la presente resolución y notificará al solicitante en caso de presentarse novedades al respecto. En caso de aprobación de los requisitos, la Dirección Nacional de Intervención del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador remitirá un informe al Director Nacional de Mejora Continua y Tecnología de Información para el correspondiente registro en el sistema informático Ecuapass.

Artículo 4.- REGISTRO EN EL SISTEMA INFORMÁTICO ECUAPASS.- La Dirección Nacional de Mejora Continua a través de la Jefatura de Desarrollo procederá con el registro inmediato de los exportadores en el sistema informático Ecuapass, según el informe enviado por la Dirección Nacional de Intervención del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Solo los exportadores registrados, podrán realizar declaraciones de exportación a consumo con destino Venezuela; así como correcciones a la declaración aduanera de exportación previamente presentada y/o realizar ajustes mediante Declaración sustitutiva.

Artículo 5.- CANCELACIÓN.- Cuando el exportador decida libre y voluntariamente dejar de ejercer sus actividades a Venezuela, mediante acto escrito deberá informar a la Dirección Nacional de Mejora Continua y Tecnologías de Información y a la Dirección Nacional de Intervención del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Con base en la petición, la Dirección Nacional de Intervención tomará conocimiento para los fines pertinentes y la Dirección de Mejora Continua procederá con la anulación del registro en el sistema informático Ecuapass del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- Todos aquellos contribuyentes designados como especiales a través de una resolución emitida por la máxima autoridad del Servicio de Rentas internas del Ecuador con estado activo y que hayan realizado al menos una exportación a consumo con destino a Venezuela en el presente año, se encuentran automáticamente registrados en el sistema informático Ecuapass del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador; por lo tanto, no necesitan cumplir con los requisitos establecidos en esta Resolución.

En caso que el contribuyente deje de ser especial ante el Servicio de Rentas Internas y si desee continuar con el despacho de mercancías de exportación con destino Venezuela deberá cumplir con los requisitos legales establecidos en el presente resolución.

SEGUNDA.- La Dirección Nacional de Intervención será responsable del archivo completo de exportadores solicitantes que hayan aprobado o no con los requisitos, así como también deberá de realizar auditorías permanentes del ejercicio de los exportadores que cumplieron con los requisitos.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

ÚNICA.- El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, a partir de la emisión de la presente resolución, eliminará de manera automática todas las declaraciones aduaneras de exportación a consumo con destino Venezuela que ya fueron presentadas 3 días hábiles antes del inicio del Mes de Junio hasta el 23 de Junio del 2013; que el exportador no esté designado ante el Servicio de Rentas Internas como Contribuyente Especial y que no tengan registro de ingreso electrónico alguno, debiendo el exportador generar una nueva declaración de exportación cumpliendo previamente con los requisitos establecidos en la presente resolución. Para aquellas declaraciones que ya posean registro electrónico de ingreso en el sistema Ecuapass, se bloqueará automáticamente los futuros ingresos que se realicen desde el lunes 24 de junio del 2013; debiendo el exportador generar una nueva declaración de exportación cumpliendo previamente con los requisitos establecidos en la misma.

DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA.- Notifíquese del contenido de la presente resolución a la Subdirección General de Operaciones, Subdirección General de Normativa, Subdirección de Zona de Carga Aérea, Dirección Nacional de Intervención, Dirección Nacional de Gestión de Riesgo y Técnicas Aduaneras, Dirección Nacional de Mejora Continua y Tecnologías de la Información, y Direcciones Distritales del país.

SEGUNDA.- Encárguese a la Secretaría General de la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador el formalizar las diligencias necesarias para la publicación de la presente resolución en el Registro Oficial.

La presente resolución entrará en vigencia a partir de su suscripción, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial. Difúndase por medio del sitio web de la institución y remítase al Registro Oficial para su publicación.

ANEXO 4: Instructivo para el registro de fabricantes e importadores de calzado



SENCAMER
SERVICIO AUTÓNOMO NACIONAL DE NORMALIZACIÓN
CALIDAD, METROLOGÍA Y REGLAMENTACIONES
TÉCNICAS



ATENCIÓN AL CLIENTE

INSTRUCTIVO PARA EL REGISTRO OBLIGATORIO DE FABRICANTES NACIONALES E IMPORTADORES DE PRENDAS DE VESTIR (TEXTIL) O DE CALZADOS

REQUISITOS PARA LA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO OBLIGATORIO DE FABRICANTES NACIONALES O IMPORTADORES DE PRENDAS DE VESTIR (TEXTIL) O DE CALZADOS	
<input checked="" type="checkbox"/>	PLANILLA DE SOLICITUD SENCAMER (ATC)001 (ORIGINAL)
<input checked="" type="checkbox"/>	IMPUESTO: 10 ut (unidades tributarias)
<input checked="" type="checkbox"/>	ACTA CONSTITUTIVA CON SU ÚLTIMA MODIFICACIÓN O SUS PUBLICACIONES (ORIGINAL Y COPIA)
<input checked="" type="checkbox"/>	COPIA DE CÉDULA DE IDENTIDAD DEL REPRESENTANTE LEGAL (ORIGINAL Y COPIA)
<input checked="" type="checkbox"/>	COPIA DEL REGISTRO DE INFORMACIÓN FISCAL (RIF) (ORIGINAL Y COPIA)
<input checked="" type="checkbox"/>	DECLARACIÓN JURADA (VER MODELO) (ORIGINAL)
<input checked="" type="checkbox"/>	ANEXO 1 (DECLARACIÓN JURADA) LISTA DE LOS PRODUCTOS
<input checked="" type="checkbox"/>	IMPORTANTE: CONSIGNAR EL ARCHIVO DE EXCEL "ANEXO1", EN DISKETTE PARA ALIGERAR EL PROCESO
***	CONSTANCIA DEL FABRICANTE EN CASO DE SER IMPORTADOR (ORIGINAL Y COPIA)
<input checked="" type="checkbox"/>	MODELO DE LA ETIQUETA EN EL TAMAÑO ORIGINAL QUE TENDRÁ EN LA PRENDA O EN EL CALZADO (DISEÑO)
CONTENIDO MÍNIMO DE LAS ETIQUETAS	
<input checked="" type="checkbox"/>	NOMBRE DEL FABRICANTE NACIONAL O NOMBRE DEL IMPORTADOR
<input checked="" type="checkbox"/>	MARCA COMERCIAL DEL PRODUCTO
<input checked="" type="checkbox"/>	LEYENDA : HECHO EN...(VENEZUELA O PAÍS ORIGEN)
<input checked="" type="checkbox"/>	TALLA DEL PRODUCTO EN ESPAÑOL Y/O SISTEMA METRICO DECIMAL
<input checked="" type="checkbox"/>	LISTA DE COMPONENTES DEL PRODUCTO
<input checked="" type="checkbox"/>	INSTRUCCIONES SOBRE EL CUIDADO DEL PRODUCTO (TEXTIL)
<input checked="" type="checkbox"/>	NÚMERO DEL RIF
<input checked="" type="checkbox"/>	NÚMERO DE INSCRIPCIÓN EN SENCAMER
REQUISITOS PARA LA RENOVACIÓN	
<input checked="" type="checkbox"/>	PLANILLA DE SOLICITUD DE RENOVACIÓN SENCAMER (ATC)001 (ORIGINAL)
<input checked="" type="checkbox"/>	INSCRIPCIÓN DEL REGISTRO INICIAL (ORIGINAL Y COPIA)
<input checked="" type="checkbox"/>	IMPUESTO 10 ut (unidades tributarias)
<input checked="" type="checkbox"/>	COPIA CERTIFICADA DEL ACTA CONSTITUTIVA EN CASO DE MODIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA (ORIGINAL Y COPIA)
<input checked="" type="checkbox"/>	DECLARACIÓN JURADA (VER MODELO) (ORIGINAL)
<input checked="" type="checkbox"/>	ANEXO 1 (DECLARACIÓN JURADA) LISTA DE LOS PRODUCTOS
***	CONSTANCIA DEL FABRICANTE EN CASO DE SER IMPORTADOR (ORIGINAL Y COPIA)
<input checked="" type="checkbox"/>	MODELO DE LAS ETIQUETAS (ORIGINAL)
REQUISITOS PARA LA INCLUSIÓN DE NUEVOS FABRICANTES Y/O PRODUCTOS	
<input checked="" type="checkbox"/>	PLANILLA DE SOLICITUD DE INCLUSIÓN SENCAMER (ATC)001 (ORIGINAL)
<input checked="" type="checkbox"/>	COPIA DEL REGISTRO DE INSCRIPCIÓN INICIAL (ORIGINAL Y COPIA)
<input checked="" type="checkbox"/>	DEPÓSITO EN EFECTIVO EN EL BANCO PROVINCIAL , BANCO DE VENEZUELA DE Bs. 97.000 O CHEQUE CONFORMABLE A NOMBRE DE SENCAMER (ORIGINAL Y COPIA)
<input checked="" type="checkbox"/>	DECLARACIÓN JURADA (VER MODELO) (ORIGINAL)
***	CONSTANCIA DEL FABRICANTE EN CASO DE SER IMPORTADOR (ORIGINAL Y COPIA)
<input checked="" type="checkbox"/>	MODELO DE LAS ETIQUETAS (ORIGINAL)

*** EN CASO DE NO ADJUNTAR ESTE DOCUMENTO, SE LE OTORGA UN LAPSO DE UNA SEMANA PARA CONSIGNAR TAL INFORMACIÓN

MODELO DE LA DECLARACIÓN JURADA NOTARIADA CALZADO

Yo,.....Titular de la cédula de identidad N° ...,venezolano, mayor de edad, comerciante, de este domicilio, actuando en mi carácter dede la compañía.....inscrita en el Registro Mercantil bajo el N°.... R.I.F... ubicada en....., bajo fe de juramento declaro:

Que los productos importados o fabricados por mi representada, según el anexo1, cumplen con la información mínima obligatoria que deben contener las etiquetas para este tipo de producto y los demás requisitos exigidos en la Resolución Conjunta de los Ministerios de Finanzas N° 1181 y de la Producción y Comercio N° 439, así como también que el contenido indicado en la etiqueta se corresponde con los materiales o composiciones del producto.

(FIRMA)

Representante Legal de la Empresa

MODELO DE LA DECLARACIÓN JURADA NOTARIADA PRENDAS DE VESTIR -TEXTIL

Yo,.....Titular de la cédula de identidad N° ...,venezolano, mayor de edad, comerciante, de este domicilio, actuando en mi carácter dede la compañía.....inscrita en el Registro Mercantil bajo el N°.... R.I.F... ubicada en....., bajo fe de juramento declaro:

Que los productos importados o fabricados por mi representada, según el anexo1, cumplen con la información mínima obligatoria que deben contener las etiquetas para este tipo de producto y los demás requisitos exigidos en la Resolución Conjunta de los Ministerios de Finanzas N° 1182 y de la Producción y Comercio N° 440 así como también que el contenido indicado en la etiqueta se corresponde con los materiales o composiciones del producto.

(FIRMA)

Representante Legal de la Empresa

ANEXO 5: Encuesta



Encuesta

Objetivo: Recopilar información para el análisis de la oferta exportable de calzado de cuero elaborado en el cantón Guano.

INSTRUCCIONES

Marque con una X la opción(es) que considere correcta(s)

- 1. ¿Es usted productor de calzado?, si su respuesta es negativa vaya a la pregunta 8.**

Sí _____ No _____

- 2. ¿Posee usted maquinaria para producir calzado? Si su respuesta es negativa, pase a la pregunta 4.**

Sí _____ No _____

- 3. ¿Cuántas máquinas por tipo usted posee? Favor indique el número**

Máquina de coser	_____	Máquina Pulidora	_____
Formadora de contrafuertes	_____	Reactivadora de Pegamentos	_____
Armadora de Enfranques	_____	Presionadora de suelas	_____
Armadora de Talones	_____	Máquina de Enfriamiento	_____
Otras	_____		

- 4. ¿Cuántos pares de zapatos produce semanalmente?**

Menor a 80 _____

Entre 80 – 100 _____

Entre 100 – 120 _____

Entre 120 – 140 _____

Mayor a 140 _____

- 5. ¿Cuál cree que sería su capacidad máxima de producción semanal?**

Menor a 150 _____

Entre 150 – 300 _____
 Entre 300 – 450 _____
 Entre 450 – 600 _____
 Mayor 600 _____

6. ¿De qué sector/es proviene la materia prima que usted adquiere? Puede escoger más de uno

Cuero	{	Local	_____	Suela	{	Local	_____
		Provincial	_____			Provincial	_____
		Nacional	_____			Nacional	_____
		Internacional	_____			Internacional	_____

7. ¿En promedio cuánto es el costo para usted de fabricar un par de zapatos mocasín de cuero para caballero?

Menor a USD 10.00 _____
 Entre USD 10.00 – 15.00 _____
 Entre USD 15.00 – 20.00 _____
 Entre USD 20.00 – 25.00 _____
 Mayor a USD 25.00 _____

8. ¿Cómo realiza sus ventas? Puede escoger más de uno.

Bajo pedido _____ Stock _____ Venta al por mayor _____

9. En promedio ¿cuánto es el precio en que usted vende un par de zapatos mocasín de cuero para caballero?

Entre USD 10.00 – 15.00 _____
 Entre USD 15.00 – 20.00 _____
 Entre USD 20.00 – 25.00 _____
 Entre USD 25.00 – 30.00 _____
 Mayor a USD 30.00 _____

10. ¿A qué sector son dirigidas sus ventas? si su respuesta es local pase a la pregunta 11.

Local _____ Nacional _____ Internacional _____

11. ¿Consideraría una oportunidad de crecimiento para su local comercial exportar sus productos hacia otros mercados?

Sí _____ No _____

ANEXO 6: Ejemplo de Certificado de Origen



Ministerio de Industrias
y Productividad

COMUNIDAD ANDINA
CERTIFICADO DE ORIGEN

ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION
ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO

N° del Certificado
169360S9201300000023P

PAIS EXPORTADOR :		ECUADOR	PAIS IMPORTADOR :	PERU
N° de Orden (1)	NANDINA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERIAS		
2	2710193400	GRASA CHASIS AMBAR		
1	2710193400	GRASA CHASIS ROJA		
3	2710193400	GRASA CHASIS NEGRA		

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial No [001-001-090008278] cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) DE CARTAGENA de conformidad con el siguiente desglose:

N° de Orden	NORMAS (3)
2	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2. Literal f)
1	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2. Literal f)
3	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2. Literal f)

FECHA: 10 JUNIO 2013
RAZON SOCIAL: Empresa Exportadora S.A.
Sello y firma del exportador o productor

Comercial
[Firma]
Ing. A. [Firma]

OBSERVACIONES:



CERTIFICACION DE ORIGEN

Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firma en la ciudad de GUAYQUILIA, a los 10 días del mes de JUNIO del 2013

[Firma]
Ing. Victor Paola Mendiola
ANALISTA
Nombre, sello y forma de la Entidad Certificadora

NOTAS: (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.
(2) Especificar si se trata de un Acuerdo de Alcance Regional Parcial, indicando número de registro.
(3) En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.
- El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmendos.

ANEXO 7: Ejemplo de Declaración Aduanera de Exportación

		REPÚBLICA DEL ECUADOR DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN		
Consulta del detalle de la declaración de exportación				
Número de DAE		028-2012-40-00005727		
Información de general				
Código de la distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACIÓN DEFINITIVA	
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01903692	
Información de Exportador				
Nombre del exportador	CAFE ECUATORIANO SA	Teléfono del exportador	2587980	
Dirección del exportador	Edificio World Trade Center			
Número de documento de	RUC 120244753001	Ciudad del exportador	GUAYAQUIL	
CIU	CAFE EN GRANO	Número de documento de		
Nombre del declarante	CESAR RUÍZ			
Dirección del declarante	CALLE SUR E INTERSECCIÓN			
Código de forma de pago		Código de moneda	DÓLAR ESTADOUNIDENSE	
Información de carga				
Puerto de carga		Puerto privado desde		
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	15 ENERO 2013	
Nombre del consignatario	GLORIA SA			
Dirección del	VIII SAN MARTIN Y CALLE 2			
Ciudad del contribuyente	BUENOS AIRES	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA	
Almacén de lugar de	[05909025] CONTECON GUAYAQUIL S.A.	Medio de transporte	MARITIMO	
País de destino final	ARGENTINA			
DOLAR ESTADOUNIDENSE				
Totales				
Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1	
Total moneda transacción (FOB)	862,01	Cantidad de ítem	1	
Peso neto total	8328	Peso total	8328	
Cantidad total de bultos	64	Cantidad de contenedores	1	
Cantidad total de unidades físicas	64	Cantidad total de unidades comerciales	64	
Código de la mercancía de desnacho urgente		Código de solicitud de aforo	NO	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque		

ANEXO 8: Activos fijos pertenecientes a la ASOTECC

Activo Fijo 1: Formadora de puntas



Captada por los autores

Activo Fijo 2: Compresora de aire



Captada por los autores

Activo Fijo 3: Máquinas de coser



Captada por los autores

Activo Fijo 4: Reactivadora de pegamentos

Captada por los autores

Activo Fijo 5: Máquina de acabado

Captada por los autores

Activo Fijo 6: Transportadora de suela



Captada por los autores

Activo Fijo 7: Formadora de talones



Captada por los autores

ANEXO 9: Depreciación de activo fijo

- Depreciación de Maquinaria por unidades de producción

Año	Producción Anual	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en libro
0	-	-	-	\$ 520.000,00
1	26000	\$ 7.312,50	\$ 7.312,50	\$ 512.687,50
2	26000	\$ 7.312,50	\$ 14.625,00	\$ 505.375,00
3	26000	\$ 7.312,50	\$ 21.937,50	\$ 498.062,50
4	67528	\$ 18.992,30	\$ 40.929,80	\$ 479.070,20
5	60962	\$ 17.145,56	\$ 58.075,36	\$ 461.924,64
6	61572	\$ 17.317,02	\$ 75.392,38	\$ 444.607,62
7	62187	\$ 17.490,19	\$ 92.882,57	\$ 427.117,43
8	62809	\$ 17.665,09	\$ 110.547,66	\$ 409.452,34
9	63437	\$ 17.841,74	\$ 128.389,40	\$ 391.610,60

- Depreciación de edificio

Año	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en libro
			\$ 205.000,00
1	\$ 9.225,00	\$ 9.225,00	\$ 195.775,00
2	\$ 9.225,00	\$ 18.450,00	\$ 186.550,00
3	\$ 9.225,00	\$ 27.675,00	\$ 177.325,00
4	\$ 9.225,00	\$ 36.900,00	\$ 168.100,00
5	\$ 9.225,00	\$ 46.125,00	\$ 158.875,00
6	\$ 9.225,00	\$ 55.350,00	\$ 149.650,00
7	\$ 9.225,00	\$ 64.575,00	\$ 140.425,00
8	\$ 9.225,00	\$ 73.800,00	\$ 131.200,00
9	\$ 9.225,00	\$ 83.025,00	\$ 121.975,00
10	\$ 9.225,00	\$ 92.250,00	\$ 112.750,00
11	\$ 9.225,00	\$101.475,00	\$ 103.525,00
12	\$ 9.225,00	\$110.700,00	\$ 94.300,00
13	\$ 9.225,00	\$119.925,00	\$ 85.075,00
14	\$ 9.225,00	\$129.150,00	\$ 75.850,00
15	\$ 9.225,00	\$138.375,00	\$ 66.625,00
....			
20	\$ 9.225,00	\$184.500,00	\$ 20.500,00

- Depreciación de muebles de oficina

Año	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en libro
			\$ 10.000,00
1	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 9.100,00
2	\$ 900,00	\$ 1.800,00	\$ 8.200,00
3	\$ 900,00	\$ 2.700,00	\$ 7.300,00
4	\$ 900,00	\$ 3.600,00	\$ 6.400,00
5	\$ 900,00	\$ 4.500,00	\$ 5.500,00
6	\$ 900,00	\$ 5.400,00	\$ 4.600,00
7	\$ 900,00	\$ 6.300,00	\$ 3.700,00
8	\$ 900,00	\$ 7.200,00	\$ 2.800,00
9	\$ 900,00	\$ 8.100,00	\$ 1.900,00
10	\$ 900,00	\$ 9.000,00	\$ 1.000,00

ANEXO 10: Tabla de amortización mensual del préstamo con la CFN

MONTO EN USD		20.000,00	T. EFECTIVA		11,0203%
TASA DE INTERES		10,50%	PLAZO		3 años
No.	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO	
0	20.000,00				
1	19.524,95	175,00	475,05	650,05	
2	19.045,75	170,84	479,21	650,05	
3	18.562,35	166,65	483,40	650,05	
4	18.074,72	162,42	487,63	650,05	
5	17.582,82	158,15	491,90	650,05	
6	17.086,62	153,85	496,20	650,05	
7	16.586,08	149,51	500,54	650,05	
8	16.081,16	145,13	504,92	650,05	
9	15.571,82	140,71	509,34	650,05	
10	15.058,03	136,25	513,80	650,05	
11	14.539,74	131,76	518,29	650,05	
12	14.016,91	127,22	522,83	650,05	
13	13.489,51	122,65	527,40	650,05	
14	12.957,49	118,03	532,02	650,05	
15	12.420,82	113,38	536,67	650,05	
16	11.879,46	108,68	541,37	650,05	
17	11.333,35	103,95	546,10	650,05	
18	10.782,47	99,17	550,88	650,05	
19	10.226,77	94,35	555,70	650,05	
20	9.666,20	89,48	560,56	650,05	
21	9.100,74	84,58	565,47	650,05	
22	8.530,32	79,63	570,42	650,05	
23	7.954,91	74,64	575,41	650,05	
24	7.374,47	69,61	580,44	650,05	
25	6.788,94	64,53	585,52	650,05	
26	6.198,30	59,40	590,65	650,05	
27	5.602,48	54,24	595,81	650,05	
28	5.001,46	49,02	601,03	650,05	
29	4.395,17	43,76	606,29	650,05	
30	3.783,58	38,46	611,59	650,05	
31	3.166,64	33,11	616,94	650,05	
32	2.544,30	27,71	622,34	650,05	
33	1.916,51	22,26	627,79	650,05	
34	1.283,23	16,77	633,28	650,05	
35	644,41	11,23	638,82	650,05	
36	0,00	5,64	644,41	650,05	
			3.401,76	20.000,00	

ANEXO 11: Cotizaciones

- Cotización aérea – FedEx

COTIZACIÓN AÉREA FEDEX	
Nombre de la Compañía	Karen Avendaño
Contacto	Karen Avendaño
Número de Cuenta	
Ruta	Guayaquil – Caracas
Dimensiones	30 * 20* 12
Peso Bruto	1 kg
Peso Volumétrico	1.44 Kg.
Contenido del Paquete	Muestras de cajas de zapato
PRECIO	
Flete	64.60
Descuento	
Base	64.60
Fuel	9.89
Total Flete	74.49
Total más IVA	83.43
NOTA	Esta cotización puede variar de precio por el peso y fuel este último cambia cada mes, según HTTP estaría 15% hasta el 1 de Marzo 2014

- Cotización aérea – DHL

COTIZACIÓN AÉREA DHL	
Nombre de la Compañía	Karen Avendaño
Contacto	Karen Avendaño
Número de Cuenta	
Ruta	Guayaquil – Caracas
Dimensiones	30 * 20* 12
Peso Bruto	1 kg
Peso Volumétrico	1.5 Kg.
Contenido del Paquete	Muestras de cajas de zapato
PRECIO	
Flete	79.55
Descuento	
Base	79.55
Fuel	9.94
Total Flete	89.49
Total más IVA	100.23
NOTA	Esta cotización puede variar de precio por el peso y fuel este último cambia cada mes

- Cotización modo LCL - Express Cargo Line

De: ECL - William Cedeño [<mailto:wcedeno@ecl.com.ec>]

Enviado el: jueves, 13 de febrero de 2014 14:16

Para: import03@indusur.com

CC: AndReita Amaya

Asunto: TARIFA EXPORTACION LA GUAIRA/LCL

Estimado Gabriel

Muy buen día. Toma nota de nuestra tarifa:

**Desde FOB PTO de Guayaquil hasta CFS La Guaira
Via Panamá.**

Ocean Freight US\$ 150.00 TN/M3 Min US\$ 190.00
T/T 30 días aprox.

Servicio: Quincenal.

* Tarifa válida para cargas no peligrosas, perecederas y sin extra medidas.

* Tarifa válida por 30 días

* El exportador es responsable del embalaje de su mercadería.

* Para todos los embarques debemos recibir copia de la factura comercial, packing list, certificado de origen, análisis y fitosanitario (si aplica)

* El exportador es responsable por los valores que se generen en destino si la mercadería no es reclamada por el consignatario, es declarada en abandono, por destrucción de la misma o retorno a origen (almacenaje, gastos de llegada, aduanas, etc, etc).

Gastos locales:

Documentación US\$ 55.00 + IVA

Insp. Antinarcóticos US\$ 90.00 + IVA

Consolidación US\$ 8.00 TN/M3 - Mínimo US\$ 60.00 + IVA

Bodegaje US\$ 0.70xtn/m3 (1-8 días) x día Mín. US\$ 16.00 + IVA

Costo por pago local 5% del flete si es PP Min US\$30.00 + IVA

Salidas:

Vessel	Cut off Doc.	Cut off CFS	ETD Guayaquil
Cap Trafalgar V.4203N	14-feb	17-feb	20-feb
Paula Schulte V.4206N	07-mar	10-mar	13-mar

Lcdo. WILLIAM CEDEÑO LOPEZ

EXPRESS CARGO LINE

JEFE DE EXPORTACIONES

Tef: 593-4-2681131 Ext: 23

E-mail: wcedeno@ecl.com.ec

CEL: 0959237076

Guayaquil-Ecuador

www.ecl.com.ec

- Cotización modo FCL - Krystal Logistics

De: PAOLA SALCEDO [<mailto:Ventas2@krystalecuador.com>]

Enviado el: miércoles, 12 de febrero de 2014 15:55

Para: 'Gabriel Peña'

CC: 'Elsy Reyes_Krystal Logistics'; 'Ana mercedes'

Asunto: GYE/LA GUAIRA FCL

Estimado Gabriel

Detalle lo solicitado

TARIFA DE EXPORTACION / FCL

POL: Guayaquil, EC
 POD: La Guaira, VE
 Validez 28/02/2014
 TT: 14 dias aprox.

Flete Marítimo 1x20 Dry \$1710.00 (INCLUIDO THC DE ORIGEN)

Flete Marítimo 1x40 St - Hq \$1910.00 (INCLUIDO THC DE ORIGEN)

Documentacion Fee (destino) \$80.00

THC (destino) \$200.00/ x cntr.

COSTOS LOCALES

BL Issue USD 50,00/BL
 EECHO USD 65/cont.
 Seal USD 15/cont.
 Administración USD 35/cont

Línea: MSC

PD

Los valores a continuación deben ser cancelados en origen, con respecto a los 10 días libres necesitamos que nos informen si es una empresa publica o privada y el nombre de la misma como condicionante de la línea naviera para ofrecer el servicio solicitado.

Saludos Cordiales

Ing. Paola Salcedo Ch.

Sales Executive

Krystal Logistics Ecuador Kryslogic C. Ltda.

Av Joaquin Orrantia s/n Av Leopoldo Benítez Vinuesa

Edificio Trade Building Torre B Piso 2 Oficina 217

Pbx: (593) 3713800

Cel.: (593) 987223093

www.krystallogistics.com



MEMBERS OF WCA FAMILY

- Cotización modo FCL - Express Cargo Line

De: ECL - William Cedeño [<mailto:wcedeno@ecl.com.ec>]

Enviado el: jueves, 13 de febrero de 2014 15:19

Para: import03@indusur.com

CC: AndReita Amaya

Asunto: RV: TARIFA EXPORTACION LA GUAIRA/LCL

Estimado Gabriel

Notar tarifa

Guayaquil – La Guaira / Pto Cabello

TT 17días aprox/ 19 días aprox

Ruta: via Cristóbal

Frecuencia semanal

Flete 20st/40hc: USD 1400/1700

+ BUC usd190/ teu

+ DROP OFF usd300/275 x cont

+ CSF USD11 / cntr

+ OTHC USD130

+ DTHC USD200/250 x cntr

+ Locales origen/destino

****Validez MARZO 31/ 2014**

CUT OFF VIERNES 24HORAS

SALIDAS SEMANALES

NAVES ZARPAN DOMINGOS NOCHE

Cargos locales:

BL Issue USD 60/BL

ECCHO USD 60/cont.

PORTEO USD 45/Cont

Seal USD 42/cont.

Prepaid USD 190

Lcdo. WILLIAM CEDEÑO LOPEZ

EXPRESS CARGO LINE

JEFE DE EXPORTACIONES

Tef: 593-4-2681131 Ext: 23

E-mail: wcedeno@ecl.com.ec

CEL: 0959237076

Guayaquil-Ecuador

www.ecl.com.ec

- Cotización flete interno – Tramaco Express.



Lugar de Origen	Guano
Lugar de Destino	Guayaquil
Dirección de Destino	Sur de Guayaquil (por definir)
Mercancía a transportar	Zapatos de cuero
Peso neto por caja	33.75 KG
Valor del Flete	USD 35.00
IVA	USD 4.20
Valor total del Flete	USD 39.20

ANEXO 12: Visita a Guano al Sr. Armando Fajardo, productor de la ASOTECC**Fotografía 1: Visita a la tienda de calzado****Captada por los autores****Fotografía 2: En compañía del tutor junto a productores de calzado****Captada por los autores**

Fotografía 3: Visita al taller de junto con el sr. Marco Heredia, productor de la ASOTECC



Captada por los autores

Fotografía 4: Calzado disponible para la venta en la tienda



Captada por los autores

ANEXO 13: Validación de encuestas**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS****FORMATO PARA VALIDACIÓN DEL/LOS INSTRUMENTO(S) DE
RECOLECCIÓN DE DATOS****1. INSTRUCCIONES PARA VALIDADOR**

1. Lea detenidamente los objetivos de la investigación y los instrumentos de recolección de información.
 2. Concluir acerca de la pertinencia entre los objetivos y los ítems o preguntas del instrumento.
 3. Determinar la calidad técnica de cada ítem, así como la adecuación de éstos al nivel cultural, social y educativo de la población a la que está dirigido el instrumento.
 4. Consignar las observaciones en el espacio correspondiente.
 5. Realizar la misma actividad para cada uno de los ítems, utilizando las siguientes categorías:
- **CORRESPONDENCIA DE LAS PREGUNTAS DEL INSTRUMENTO CON LOS OBJETIVOS**
Marque en la casilla correspondiente
 - a. **P:** Pertinencia
 - b. **NP:** No pertinenciaEn caso de marcar **NP** pase al espacio de observaciones y justifique su opinión.
 - **CALIDAD TÉCNICA Y REPRESENTATIVIDAD.**
Marque en la casilla correspondiente:
 - a. **O:** Óptima
 - b. **B:** Buena
 - c. **R:** Regular
 - d. **D:** DeficienteEn caso de marcar R o D, por favor justifique su opinión en el espacio de observaciones.
 - **LENGUAJE**
 - a. Marque en la casilla correspondiente:
 - b. **A:** Adecuado
 - c. **I:** InadecuadoEn caso de marcar I, justifique su opinión en el espacio de observaciones.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.