



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TEMA:

**Elaboración de una guía para la exportación de calzado de cuero
al mercado alemán**

AUTORES:

**Tierra Piedra, Karol Thalia
Vargas Santana, Joselyn Raquel**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

TUTORA:

Ec. Gutiérrez Candela Glenda Mariana, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

22 de marzo del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Tierra Piedra, Karol Thalia y Vargas Santana, Joselyn Raquel**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en comercio y finanzas internacionales bilingüe**

TUTORA

f. _____

Ec. Gutiérrez Candela Glenda Mariana, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, Mgs.

Guayaquil, 22 de marzo del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Tierra Piedra, Karol Thalia y Vargas Santana, Joselyn Raquel**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Elaboración de una guía para la exportación de calzado de cuero al mercado alemán** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 22 de marzo del 2019

LOS AUTORES:

f. _____

Tierra Piedra, Karol Thalia

f. _____

Vargas Santana, Joselyn Raquel



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Tierra Piedra, Karol Thalía y Vargas Santana, Joselyn Raquel**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Elaboración de una guía para la exportación de calzado de cuero al mercado alemán**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 22 de marzo del 2019

LOS AUTORES:

f. _____
Tierra Piedra, Karol Thalía

f. _____
Vargas Santana, Joselyn Raquel



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

REPORTE DE URKUND



Urkund Analysis Result

Analysed Document: KAROL TIERRA Y JOSELYN VARGAS-URKUND.docx (D47858668)
Submitted: 2/12/2019 1:44:00 PM
Submitted By: glenda.gutierrez@cu.ucsg.edu.ec
Significance: 2 %

Sources included in the report:

TESIS COMPLETANDO 5 DE MARZO ok.docx (D18609542)
PIS 2018-2019 FINAL.docx (D47258376)
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/459/1/T-ULVR-0313.pdf>

Instances where selected sources appear:

4

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por concederme la dicha, la oportunidad de estudiar y obtener la bendición de cuidarme y guiarme hacia su camino.

A mis queridos padres Alfredo Tierra y Raquel Piedra, por su amor incondicional, respeto y apoyo en todas las decisiones que he tomado, por siempre estar conmigo en todo momento, ya que son mis pilares fundamentales para seguir adelante. Gracias por enseñarme su perseverancia y dedicación que se debe tener para realizar cumplir las metas, los amo.

A mis hermanos Jonathan, Joan y Melany, por siempre confiar en mí y brindarme su motivación en cada etapa de mi vida. Gracias por cada risa y travesuras, sé que puedo confiar con ustedes para cualquier ocasión, son lo mejor que Dios me ha dado.

A mi querida tía Marcela Piedra, que considero como una segunda madre, por estar conmigo desde muy pequeña cuidándome en todo momento.

A mi enamorado Ricardo Calderón, que ha sido mi motivador para conquistar cada una de mis metas.

A mi mejor amiga Cristina Ruales, por enseñarme que se debe tener pasión y dedicación para realizar cualquier actividad.

A mi amiga Kristtell Vite, que me acompañado a lo largo de esta carrera y se ha tomado la molestia de ayudarme a estudiar y apoyarme en todo momento.

A mis amigos Madelyne, Lisbeth y Michael, por tan linda amistad, por compartir momentos de locuras, diversión y estudio, por el apoyo mutuo que nos brindamos.

De igual manera mi tutora Ec. Glenda Gutiérrez, por la paciencia y buenos consejos que me ha brindado durante este proyecto.

A mi compañera de tesis Joselyn Vargas, por trabajar en equipo para completar el último requisito para graduarnos.

Y por último a todo el equipo de Dyes Andina Ambato, pero especialmente a Lorena Taipe y Gladys Taipe que nos apoyaron con la información necesaria para este proyecto.

Karol Thalia Tierra Piedra

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente al Todopoderoso por brindarme la oportunidad de la vida, la familia y el amor, sin su voluntad no hubiese llegado a cumplir mis metas.

A mi madre por todo el apoyo que me ha brindado, por todo su amor y cariño.

A mi maestra y tutor de tesis Ec. Glenda Gutiérrez, gracias por sus enseñanzas compartidas, usted ha hecho posible que este proyecto se realice con mucho éxito.

A mi amiga y compañera de tesis Karol Tierra, quien ha tenido paciencia y cariño durante esta larga etapa universitaria.

Un agradecimiento especial a los productores de calzado de la ciudad de Ambato y demás personas que ayudaron a que este proyecto sea posible.

Joselyn Raquel Vargas Santana

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico Dios, por sus promesas cumplidas y su palabra misericordiosa.

A mis abuelitos Rosalía Villalta, Daniel Piedra, María Guamán y Leónidas Tierra que me han brindado su amor puro y real.

Finalmente dedico todo mi esfuerzo a mis padres, Alfredo y Raquel por ser mi motivación de vida.

Karol Thalía Tierra Piedra

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mí querida madre y con mucho cariño a la Sra. María Santana, quien con su esfuerzo y buenos consejos ha logrado una adecuada formación en mi vida, por brindarme la oportunidad de finalizar mi carrera a pesar de las dificultades.

A mis hermanos Daniela y Jair, gracias por ese cariño y amor tan inmenso, gracias por cada una de sus enseñanzas y paciencia durante mis estudios.

A mi esposo y compañero de vida Xavier, quien me enseña a diario el valor de la paciencia y compromiso familiar.

A mis abuelitas Albertina y Cielito quienes me enseñaron a ser una mujer de carácter sin olvidar la importancia del amor en la familia.

A mis tíos Divina y Miguel quienes siempre han estado al pendiente de mí y de mi familia, gracias por tanto amor y acogida familiar

A todas las personas que creyeron en mí desde el inicio y estuvieron en cada paso que di, a quienes no permitieron que desmaye y siga adelante a esas personas especiales que estuvieron como ángeles en mi carrera.

Joselyn Raquel Vargas Santana



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

ING. KNEZEVICH PILAY, TERESA SUSANA, MGS.

DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

EC. DAVID, COELLO CAZAR, MGS.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

ING. MAO QUEEN, GARZÓN QUIROZ MGS., PHD.

OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

CALIFICACIÓN

TUTORA

f. _____

Ec. Gutiérrez Candela Glenda Mariana, Mgs.

Guayaquil, 22 de marzo del 2019

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 2 |
| Capítulo I | 4 |
| Generalidades del proyecto | 4 |
| Antecedentes | 4 |
| Planteamiento del problema | 4 |
| Formulación del problema | 6 |
| Justificación | 6 |
| Delimitación del tema | 7 |
| Limitaciones del trabajo de titulación | 7 |
| Objetivos | 8 |
| Objetivo general. | 8 |
| Objetivos Específicos. | 8 |
| Preguntas de Investigación | 8 |
| Capítulo II | 9 |
| Fundamentación Teórica | 9 |
| Exportación | 9 |
| Formas de exportación | 9 |
| Ventajas y desventajas de exportación | 10 |
| Clasificación de exportación | 10 |
| Teoría de la ventaja comparativa | 11 |
| Teoría Heckscher-Ohlin | 12 |
| Demanda | 13 |
| Manufactura | 13 |
| Oferta Exportable | 14 |
| Balanza Comercial | 14 |
| Matriz Productiva | 14 |
| Comercio internacional | 14 |
| Negocios internacionales | 14 |
| Valor agregado | 14 |
| Cuero | 15 |
| Mercado Meta | 15 |
| Incoterms | 15 |

| | |
|--|----|
| Producción..... | 15 |
| Ganadería | 15 |
| Marco legal..... | 16 |
| Plan Nacional de Desarrollo | 16 |
| Ministerio de Industrias y Productividad – MIPRO | 17 |
| Capítulo III | 18 |
| Oferta Exportable | 18 |
| Tungurahua..... | 19 |
| Ambato..... | 20 |
| Producción..... | 21 |
| Maquinaria..... | 23 |
| Modelos de calzado | 23 |
| Acuerdo comercial entre Ecuador y Alemania..... | 24 |
| Capítulo IV | 26 |
| Metodología | 26 |
| Alcance | 26 |
| Enfoque..... | 26 |
| Tipo de investigación..... | 26 |
| Investigación Descriptiva..... | 27 |
| Investigación Exploratoria..... | 27 |
| Método..... | 27 |
| Método Inductivo..... | 27 |
| Método deductivo..... | 27 |
| Población y Muestra | 28 |
| Población..... | 28 |
| Muestra. | 28 |
| Fuentes de investigación | 28 |
| Primaria..... | 28 |
| Secundaria. | 28 |
| Instrumentos de Recolección de datos..... | 29 |
| Encuestas..... | 29 |
| Resultado de encuestas. | 29 |
| Resultados de las entrevistas..... | 40 |

| | |
|--|----|
| Conclusión general de las entrevistas y encuestas | 41 |
| Capítulo V | 42 |
| Guía de exportación | 42 |
| Elementos a considerar | 42 |
| Análisis PEST | 43 |
| Requisitos para ser exportador | 45 |
| Certificado de circulación EUR 1 | 46 |
| Producto | 50 |
| Subpartida arancelaria | 50 |
| Ficha técnica del producto | 51 |
| Régimen | 51 |
| Exportación Definitiva | 51 |
| Perfil Logístico-Alemania | 52 |
| Proceso Logístico | 52 |
| Free on Board (FOB) | 53 |
| Transporte | 53 |
| Tipo de carga | 53 |
| Operadores logísticos | 53 |
| Duración de carga | 53 |
| Tipo de empaque y contenedor | 54 |
| Principales puertos | 54 |
| Cadena de Valor | 55 |
| Perfil de mercado alemán | 56 |
| Conclusiones | 60 |
| Recomendaciones | 62 |
| Referencias | 64 |
| APENDICE | 69 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Ventaja comparativa | 11 |
| Tabla 2. Exportación nacional de Calzado. Destinos y valores FOB | 18 |
| Tabla 3. Existencia de ganado vacuno..... | 19 |
| Tabla 4. Perfil de los entrevistados | 40 |
| Tabla 5. Documentación para la DAE | 49 |
| Tabla 6. Tiempo de transito del calzado de cuero hacia Alemania..... | 54 |
| Tabla 7. Perfil del mercado alemán (Parte 1)..... | 56 |
| Tabla 7. Perfil del mercado alemán (Parte 2)..... | 57 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Ventajas y desventajas de exportar. Adaptado de “Ventajas y desventajas”, por Martínez, Corredor, & Herazo, 2006. | 10 |
| Figura 2. Clasificación de exportación. Adaptado de “Exportaciones tradicionales y no tradicionales”, por Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), 2018. | 10 |
| Figura 3. Teoría de Heckscher-Ohlin, por las autoras, 2019..... | 12 |
| Figura 4. Supuestos de la teoría Heckscher-Ohlin. Adaptado de la teoría H-O, por Quiroz, 2012..... | 13 |
| Figura 5. Ubicación vía GPS de Ambato. Foto tomada de Google Maps | 20 |
| Figura 6. Cadena de producción de calzado de cuero por Cámara de Industrias de Tungurahua (2011). Adaptado de Camara de industrias de tungurahua | 23 |
| Figura 7. Modelos de calzado que se elabora en Ambato..... | 24 |
| Figura 8. Género de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019. | 29 |
| Figura 9. Edad de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019. | 30 |
| Figura 10. Talla del calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019..... | 30 |
| Figura 11. Facilidad de tallas del calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019..... | 31 |
| Figura 12. Requerimiento de especialidad del calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019..... | 31 |
| Figura 13. Cantidad de calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019..... | 32 |
| Figura 14. Frecuencia que adquiere calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019. | 32 |
| Figura 15. Cantidad de pares de calzado que adquiere en cada compra de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019..... | 33 |
| Figura 16. Importancia al momento de comprar calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019..... | 33 |
| Figura 17. Presupuesto disponible para un par de calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019..... | 34 |
| Figura 18. Método de pago para adquirir zapatos de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019. | 34 |
| Figura 19. Canal de comprar de calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019. | 35 |
| Figura 20. Momento que adquiere su calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019. | 35 |
| Figura 21. Preferencia de material al momento de adquirir calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019..... | 36 |
| Figura 22. Modelo de preferencia de calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019. | 36 |
| Figura 23. Preferencia al momento de adquirir un calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019..... | 37 |

| | |
|--|----|
| Figura 24. Preferencia en marcas de calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019. | 37 |
| Figura 25. Consumo de calzado de cuero natural de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019. | 38 |
| Figura 26. Dispuesto a usar calzado de cuero natural ecuatoriano de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019..... | 38 |
| Figura 27. Presupuesto a disposición al comprar un calzado de cuero natural ecuatoriano de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019. | 39 |
| Figura 28. Agentes que intervienen en el proceso de exportación por ProEcuador | 43 |
| Figura 29. Certificado EUR. 1 | 47 |
| Figura 30. Proceso de una declaración juramentada de origen (DJO). Adaptado de la página de Proecuador, por Proecuador, 2013..... | 48 |
| Figura 31. DAE..... | 49 |
| Figura 33. Subpartida arancelaria de calzado de cuero natural. Tomado del sitio web comisión europea. | 50 |
| Figura 34. Calzado para caballero casual | 50 |
| Figura 35. Ficha técnica de calzado casual de hombre de cuero natural. Elaborado por las autoras, 2019. | 51 |
| Figura 32. Tipos de incoterms. Tomada del sitio web COMEX 360..... | 52 |
| Figura 36. Descripción de puertos de Alemania. Tomada de Proecuador, 2017. | 54 |
| Figura 37. Cadena de valor del calzado de cuero. Elaborado por la autoras, 2019..... | 56 |

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo realizar una guía de exportación para calzado de cuero natural de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua. El crecimiento del sector artesanal e industrial, ha variado su calidad de producción desde los insumos hasta las maquinarias para dar un mejor producto terminado, lo cual también ha permitido tener una eficiencia en su producción y entrega por los nuevos cambios que implementan a través de las capacitaciones para cumplir con nuevos estándares de calidad y moda, muchos años atrás el sector de producción de calzado de cuero ha sido descuidado por el gobiernos y ministerio, con la creación de las asociaciones y gremios este sector ha incrementado su producción. Se escogió el mercado de Alemania, por tener una alta importación de materia prima en este caso de cuero y sus derivados para producir calzado de todo tipo, por otro lado, también cuenta un acuerdo comercial entre Ecuador y Alemania, el acuerdo multipartes de la unión europea, es un beneficio para el Ecuador tanto para exportaciones e importaciones. A través de las encuestas se dio a conocer los gustos y preferencias del consumidor alemán en calzado de cuero. El proyecto de investigación se detallará acerca de todos los pasos necesarios previo y durante a una exportación para los productores de calzado en Ecuador hacia el mercado alemán. Finalmente, se detallarán las conclusiones y recomendaciones que servirá para mejorar el sector de calzado de cuero del país y realizar una exportación adecuada para calzado.

Palabras claves: Guía de exportación, calzado, cuero, Alemania, matriz productiva, Ecuador.

ABSTRACT

The objective of this research project is to produce an export guide for natural leather footwear from the city of Ambato, province of Tungurahua. The growth of the artisanal and industrial sector, has varied its quality of production from the inputs to the machinery to give a better finished product, which has also allowed to have an efficiency in its production and delivery by the new changes that they implement through the training to meet new standards of quality and fashion, many years ago the leather footwear production sector has been abandoned by the government and ministry, with the creation of associations and associations this sector has increased its production. The German market was chosen, because it has a high import of raw material in this case of leather and its derivatives to produce footwear of all kinds, on the other hand, also has a trade agreement between Ecuador and Germany, the multipart agreement of the union European, it is a benefit for Ecuador for both exports and imports. Through the surveys, the tastes and preferences of the German consumer in leather footwear were made known. The research project will be detailed about all the necessary and previous steps for an export for footwear producers from Ecuador to the German market.

Finally, the conclusions and recommendations that will serve to improve the leather footwear sector of the country and make an adequate export for footwear will be detailed

Keywords: Export guide, footwear, leather, Germany, productive matrix, Ecuador.

INTRODUCCIÓN

Los productos artesanales demuestran la cultura y tradición de cada región, mismas que han demostrado los conocimientos ancestrales y creatividad. A lo largo de las décadas los artículos a base de cuero han sido fundamentales para la subsistencia de los indígenas ya que sus vestimentas contaban con esta materia prima.

En la actualidad el cuero es un producto que es muy acogida por los consumidores extranjeros y nacionales, lo cual permite que esto sean para el Ecuador exportaciones no tradicionales.

Los artículos a base de cuero tienen un proceso de industrialización que a través de los años ha permitido mejorar la calidad y satisfacer las diferentes necesidades requeridas en el mercado.

La industria nacional de cuero y calzado en el país se ha caracterizado por la producción de artículos de alta calidad, la región sierra y en donde más se concentra esta actividad de calzado de cuero en la ciudad de Ambato, ya que cuenta con la mayor producción de cuero a nivel nacional que ha permitido ser la principal zona exportadora del país.

De acuerdo al Plan Nacional del Buen Vivir tiene énfasis en uno de sus objetivos de promover una economía justa y con las mismas oportunidades para los ecuatorianos y así crear una mejor oferta exportable y acaparar nuevos mercados con la elaboración de productos con valor agregado.

El mercado alemán es un accesible ya que Ecuador tiene preferencias arancelarias por el acuerdo comercial multipartes de la Unión Europea, los consumidores alemanes, tienen a realizar abundantes compras en calzado de cuero en distintas formas por la cultura que existe en dicho país, aprecian el valor tanto producido y calidad del cuero natural.

Este trabajo de titulación está conformado por los siguientes capítulos: en el capítulo uno se hablará de las generalidades del proyecto los principales puntos esta los antecedentes del calzado de cuero, planteamiento y formulación del

problema que existe en el trabajo de titulación, justificación, delimitación, limitaciones y los objetivos que se realizará dentro del proyecto.

En el capítulo dos se hablará acerca de la fundamentación teórica para dar sustento proyecto. En el capítulo tres indica sobre la oferta exportable, la cual es la producción de que existe en la ciudad de Ambato.

En el capítulo cuatro se indica la metodología que se aplicara en el presente proyecto y en el capítulo cinco es la propuesta del proyecto que dará sustento y aportará beneficios a los productores.

Capítulo I

Generalidades del proyecto

Antecedentes

El cuero se ha usado desde tiempos ancestrales, el ser humano al observar la necesidad de cubrir su cuerpo elaboraba vestimenta a base de cuero, mismo que se extraía de los animales que cazaban para su alimentación. El calzado de cuero se estableció como una necesidad de protección al igual que la vestimenta, ya que se necesitaba una herramienta que cubra el pie del suelo de manera que ayudara a las personas a una mejor movilidad.

La historia del calzado nos muestra que en Egipto quienes usaban sandalias eran los faraones y personas de la alta sociedad, mientras que en la antigua Roma las personas en usar calzado fueron los emperadores. El calzado en la antigüedad se podía usar de acuerdo a las clases sociales en la cual se demostraba un estatus mayor a los demás.

En el Ecuador la historia del calzado detalla que se usaba “ushutas” en la época de los incas, las ushutas eran sandalias a base de cuero con tirantes del mismo material o lana mismos que servían de apoyo para sostenerse al pie.

El uso del calzado cambió tras la colonización de los españoles en el país, a partir de este suceso se comenzó la manufactura que realizaban los artesanos y aparecieron las curtiembres en el país que permitió dar un tratamiento al cuero y se da el iniciado el proceso de artículos a base de cuero

El proceso de transformación de cuero de manera artesanal se dio en el país hasta los años sesenta, desde sus comienzos la región sierra es pionera en implementar fábricas para la realización de calzado, vestimenta y accesorios de cuero. La necesidad y alta demanda de productos hace que en la actualidad exista una gran variedad de modelos y diseños requeridos.

Planteamiento del problema

El Ecuador se ha caracterizado históricamente como un país productor de materias primas y artículos de manera artesanal. La producción de calzado de cuero ha sido reconocida nacionalmente por su elaboración artesanal y de calidad,

sin embargo, el sector productivo ha tenido inconvenientes que han afectado al desarrollo del calzado de cuero. Entre los principales inconvenientes se puede mencionar los siguientes: 1) cultura tributaria, 2) falta de gestión administrativa, 3) falta de incentivos gubernamentales, 4) carencia de información exportable.

En el cantón de Ambato, los artesanos y pequeñas empresas que se dedican al sector de calzado muestran diferentes debilidades que no permite seguir con el crecimiento. Uno de sus principales debilidades es la economía informal que se desarrolla en el Ecuador, por lo que muchos artesanos al crear un negocio no tienen un nivel conocimiento de cultura tributaria. Por otro lado, se encuentran otras debilidades que son la planificación estratégica y la gestión administrativa que permite tener un mejor desarrollo y procesos en el ámbito laboral.

Como lo mencionó el Ministerio de industrias y productividad [MIPRO] (2015) en el boletín N° 131, el sector de calzado de cuero en el Ecuador genera más de 100 mil puestos de trabajo de manera directa, es una de las industrias que ha permanece a través de los años y las crisis por las cuales el país ha atravesado. Además de crear fuentes de trabajo y generar inversiones en el sector, beneficia de manera indirecta a varios sectores del país tales como el agrícola, químico y plástico. El sector de calzado en general y el área empresarial se han visto afectados por políticas implementadas en diferentes cambios gubernamentales, la falta de incentivo del gobierno y eliminación de las salvaguardias, tienen efectos negativos en la industria ya que tiene un libre acceso y comercialización dentro del territorio ecuatoriano el calzado proveniente de otros países.

El mayor problema que enfrentan las pequeñas y medianas empresas al momento de exportar cuero y calzado desde Ecuador es el estudio indebido del mercado objetivo, poca implementación de procesos tecnológicos y de procesos estandarizados hacen que la materia prima o el producto final no tenga demanda a gran escala en el mercado internacional, por esta razón se da apertura a otros países que tomen ventaja sobre el producto.

Formulación del problema

Por consiguiente la pregunta de estudio es: ¿Cuál es el efecto de elaborar una guía para la exportación de calzado de cuero al mercado alemán?

Justificación

Ecuador debe acoplarse a las actuales necesidades del mercado internacional, por lo que invertir en nuevas tecnologías será lo más conveniente para ofrecer un mejor producto y de calidad. Este producto a base de cuero traerá al Ecuador producción, generará fuentes de empleo y divisas. Por cuanto ayudará a pequeños y grandes exportadores de producto de calzado de cuero a entablar negociaciones y crear nichos de mercado en Alemania.

Según the Observatory of Economic Complexity (OEC), los principales importadores de calzado de cuero es EEUU con la participación del 22% y le sigue Alemania con el 9.0%. Por tal motivo escogemos realizar calzado de cuero a este mercado, ya que en el Ecuador la producción de cuero es de alta calidad y adicionado un valor agregado, tendría una buena acogida el producto (OEC, 2016).

Por ser un producto de mano de obra artesanal puede ser constituido dentro de la economía popular y solidaria, esto ayudaría a la matriz productiva que el gobierno nacional ha impulsado para que las empresas no solo dependan y cuente con materia prima, sino que también a tengan la iniciativa de dar valor agregado y diversificar a productos terminados para tener un desarrollo sostenible en la economía del país.

La constante búsqueda de los pequeños empresarios para ingresar en un mercado internacional sobre todo las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) se debe a la falta de conocimiento por la parte legal y de calidad que un producto necesita para ser comercializado, el mercado alemán es muy riguroso con todos los productos que ingresan al país. El proyecto tiene como objetivo un análisis de la producción de cuero nacional para determinar la oferta exportable previa a su exportación.

De acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo en la política 5.2 dentro del objetivo 5 detalla que se debe:

Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [Semplades], 2017, p. 83).

El gobierno continúa en la búsqueda constante de promover una economía más justa y con oportunidades para todos, además de ofertar productos no tradicionales hacia mercados internacionales

En el desarrollo del presente trabajo se justifica que está relacionado con la línea de investigación de la carrera número cuatro por lo que se analizará el macroentorno y microentorno socioeconómico en el que se desarrolla el empresario ecuatoriano.

Delimitación del tema

El campo por tratar del siguiente trabajo corresponde a la investigación de un mercado no explotado en Ecuador que en su afán de abrir nuevas oportunidades de ventas potenciales en el exterior y no concentrarse en los mercados comunes. El proyecto tiene como finalidad la elaboración de una guía que sea referente de exportación para las empresas medianas y pequeñas que se dedican a la elaboración de calzado de cuero.

De acuerdo a las líneas de investigación presentadas el proyecto se basa en emplear la cuarta línea que toma como referencia el contexto en el que el empresario ecuatoriano se desenvuelve y realiza las diferentes actividades comerciales. Para el desarrollo del proyecto se tomará como referencia a los artesanos que se dedican a la elaboración de calzado de cuero del cantón de Ambato, por medio de entrevistas darán a conocer sus diferentes procesos productivos y administrativos que han realizado a través de los años.

Limitaciones del trabajo de titulación

Una de las limitaciones que se presentó en este desarrollo de investigación fue que no se pudo obtener la comunicación con los grandes productores de cuero, por lo que sólo se pudo conseguir información de pequeños y medianos

productores. Adicional, se sabe que existe poco interés de las personas entrevistadas, también existe fuentes oficiales desactualizadas e información poco verídica.

Objetivos

Objetivo general.

Elaborar una guía para la exportación de calzado de cuero al mercado alemán para que las pequeñas y medias empresas puedan tener una estrategia comercial ante el mercado internacional.

Objetivos Específicos.

1. Establecer los fundamentos teóricos de la investigación para la realización del tema propuesto
2. Describir la oferta exportable de zapatos en el cantón de Ambato
3. Realizar la metodología para determinar los gustos y preferencias de los consumidores de calzado de cuero en Alemania
4. Describir y analizar la guía de exportación de calzado de cuero hacia Alemania

Preguntas de Investigación

1. ¿Cuáles son los fundamentos teóricos que deben implentar a la realización de una guía de exportación?
2. ¿Cuánta producción de calzado de cuero cuenta el canton de Ambato para ser exportadores?
3. ¿Cuáles son las bases metodologías que permitiran aplicar y conocer los gustos y preferencias del calzado de cuero en el país seleccionado?

Capítulo II

Fundamentación Teórica

En este capítulo se pretende definir los principales fundamentos teóricos que complementen a la investigación. Por lo que la definición de conceptos y bases legales permitirá tener un mayor respaldo y comprensión a la misma.

Exportación

Las exportaciones es una forma de negociación del comercio internacional por lo que se refiere es un conjunto de productos o servicios que son vendidos a un país extranjero con el propósito de ayudar a la balanza comercial de un país (Economipedia, 2015).

Según El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador [SENAE] (2018) argumentó: “Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.” (párr 1).

De igual manera la actividad de exportación no necesariamente es solo para las empresas multinacionales, así mismo para empresas pequeñas que desean promocionar su producto o servicio para generar oportunidades de negocios. Según La Organización Mundial de Comercio [OMC] como lo citó Ordoñez Cuenca (2018) menciona : “La exportación consiste en la obtención de beneficios por la venta de productos y servicios a otros países, tomando en cuenta las normas aplicables al país de destino” (p.8).

Formas de exportación.

Según Cue Mancera (2015) en su libro de Negocios internacionales en un mundo globalizado (p.266) , en el cual menciona lo siguiente:

Exportación directa

Consiste en la venta a clientes que se localizan en el exterior, sean estos mayoristas o consumidores finales.

Exportación indirecta

Considera dos empresas domésticas, la primera vende sus productos a la segunda y esta lo exporta, ya sea en su forma original o modificada, en este caso la primera empresa ha llevado a cabo una exportación indirecta.

Ventajas y desventajas de exportación

| Ventajas | Desventajas |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Mayor ingresos a la empresa con el fin de no depender solamente del mercado nacional• Diversificación de mercados internacionales• Utilizar la producción de mercadería muerta de la empresa• Mejora de tecnología y calidad• Desarrollo económico para el país por lo que genera empleo y estabiliza la balanza comercial• Internacionalización de marca | <ul style="list-style-type: none">• Adaptarse a la logística y canales de distribución que existen en el mercado objetivo• Conseguir las certificaciones como lo sugiere el mercado objetivo y el producto• Modificación del producto a características requeridas por el mercado objetivo• Inconveniente con los importadores por demoras en los pagos asignados en la negociación• Incumplir con la demanda requerida con los importadores• Precios y costo con un cálculo inadecuado determinados en la negociación con pérdida de ingresos a la empresa |

Figura 1. Ventajas y desventajas de exportar. Adaptado de “Ventajas y desventajas”, por Martínez, Corredor, & Herazo, 2006.

Clasificación de exportación

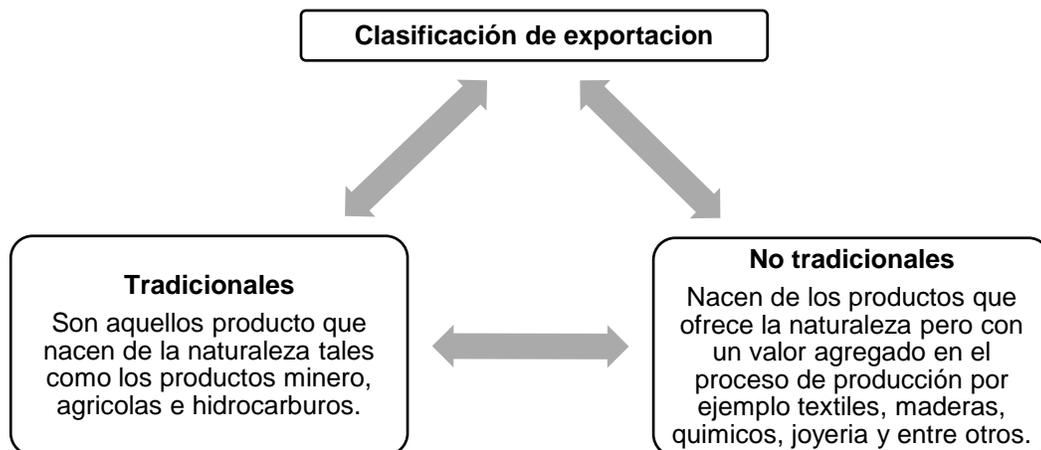


Figura 2. Clasificación de exportación. Adaptado de “Exportaciones tradicionales y no tradicionales”, por Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), 2018.

Teoría de la ventaja comparativa

En la ventaja comparativa comienza de la ideología que defiende sobre el libre comercio de David Ricardo, Kast & Rosenzweig (1987) en su libro *Administración en las organizaciones: un enfoque de sistemas y de contingencias* mencionó que cuando un país se especializa tiene más beneficio de producir un producto si comparamos el mismo producto con otro país, lo cual menciona lo siguiente:

Ricardo señaló que un si un país posee ventaja absoluta en la elaboración de dos productos, todavía debe ser relativamente más eficiente que el otro país en la producción de un bien que el otro. Ricardo llamó a esto ventaja comparativa. Cada país tendría entonces ventaja comparativa en la producción de uno de los productos y ambos países se beneficiarían al especializarse en un producto por completo y comerciar para obtener otro (p.153).

Por lo que David Ricardo parte de la teoría de la ventaja absoluta para desarrollar la ventaja comparativa a través del concepto de costo de oportunidad para formar el intercambio comercial entre países, Según Larrea (2013) “Un país tiene ventaja comparativa sobre otro, en términos de un producto dado, cuando su costo de oportunidad para producirlo es menor que el de otro país, entonces las ventajas comprar” (p.41).

Tabla 1.
Ventaja comparativa

| | País A | País B |
|------------|--------|--------|
| Producto X | 1 | 5 |
| Producto Y | 2 | 4 |

Nota: Adaptado de “Ventaja comparativa” por Tugores Ques (2002)

Para Tugores Ques (2002) la ventaja comparativa es cuando el país A ofrece un producto a menor costo de producción a comparación del país B, lo cual se permite que el país A tenga una ventaja respecto a B. Se debe mencionar que David Ricardo sostenía la idea de que el valor en los productos se implantan a partir del trabajo (p.28).

Teoría Heckscher-Ohlin

Eli Heckscher y Bertil Ohlin desarrollaron la teoría de las proporciones de los factores, que se basa en los factores de producción de los países: tierra, mano de obra y capital (fondos para invertir en fábricas y equipo). Esta teoría afirmaba que las diferencias entre las dotaciones de mano de obra de cada país en comparación de sus dotaciones de tierra o capital, explicaban las diferencias en el costo de producción de los factores. Estos economistas proponían que si la mano de obra fuera abundante en comparación con la tierra y el capital, los costos de la mano de obra serían bajos en relación con los costos de la tierra y el capital. Estos costos relativos de los factores impulsarían a los países a sobresalir en la producción y exportación de los productos que hicieran uso de los factores de producción más abundantes y, por lo tanto, más baratos. (Daniels, Radebaugh, Sullivan, & Carril Villareal, 2010, p.237).

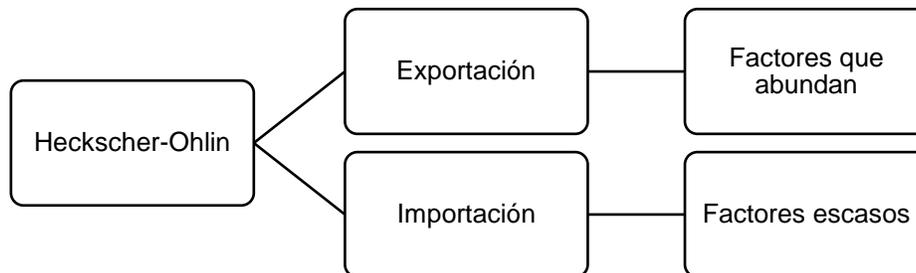


Figura 3. Teoría de Heckscher-Ohlin, por las autoras, 2019.

La teoría H-O parte de la ventaja comparativa de David Ricardo en cuanto los países se destacan y especializan en las exportaciones de los productos que necesitan más cantidades de factores de producción que son relativamente más abundantes a comparación a los países que importan tienden a ser uso de escasos factores de producción. (Quiroz, 2012)

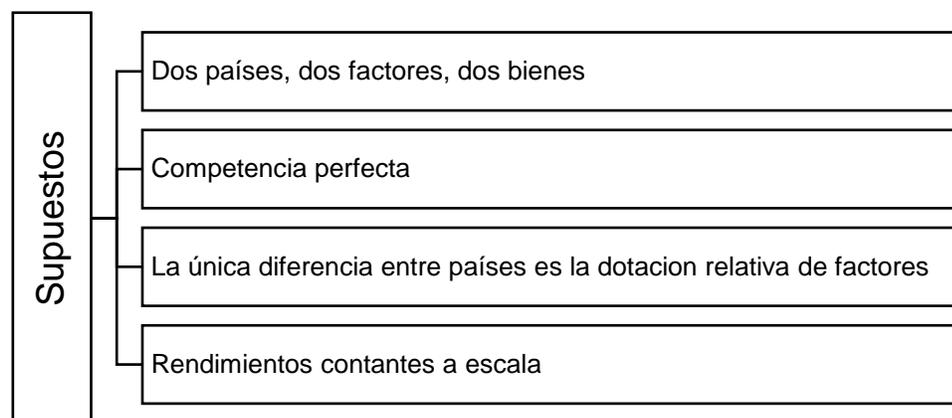


Figura 4. Supuestos de la teoría Heckscher-Ohlin. Adaptado de la teoría H-O, por Quiroz, 2012.

Este modelo comercial establece que las ventajas comerciales obedecen a una dotación de factores, diferentes en cada país. Así, las naciones están dotadas de diversos factores y esa diversidad de factores explica las diferencias en los costos de producción de un bien; cuanto más abunda un factor, resulta más barato producir un bien (Ponce Vergara , 2013, p.1).

Marco conceptual

Para el presente proyecto se utilizara conceptos relevantes que permitirá comprender lo que involucra en el sector productivo de calzado de cuero.

Oferta

“Oferta es la cantidad del bien que los vendedores pueden y quieren vender”. (Mankiw, 2012, p.833).

Demanda

En la demanda se puede definir como “la cantidad de un bien que los compradores están dispuestos y tienen la capacidad de comprar. (Mankiw, 2012, p.833).

Manufactura

“Es entendido como lugar o establecimiento donde la materia prima o donde los productos intermedios se transforman en productos dispuesto para la venta”. (Platas García & Cervantes Valencia , 2014, p.248).

Oferta Exportable

“Es el volúmen de un producto determinado para cumplir con la necesidad del mercado destino e intervienen temas como la capacidad financiera, gestión empresariales y capacidad financiera” (Ministerio de Agricultura y Riego [MINAGRI], 2015).

Balanza Comercial

“La Balanza Comercial es la diferencia entre las exportaciones e importaciones que un país tiene durante un periodo determinado” (Will, 2018)

Matriz Productiva

Está determinada por la estructura de los sectores de la producción de bienes y servicios, organizada en función de la importancia relativa que cada sector tiene en el desarrollo nacional, para generar: inversión, producción, empleo, innovación, innovación y exportaciones de bienes, servicios y tecnología (Palacios & Reyes, 2016, p.425).

Comercio internacional

“Es el que tiene lugar entre todos los países, es decir, el conjunto de los intercambios comerciales que se realizan en el mundo” (González, 2016, p.22).

Negocios internacionales

“Los Negocios Internacionales son el estudio de las transacciones que tienen lugar en el extranjero para satisfacer las necesidades de los individuos y organizaciones” (Cibertec, 2014)

Valor agregado

La estrategia pone énfasis en la coordinación de las diferentes actividades logísticas y los miembros del canal. Es más apropiada donde los márgenes de ganancia son altos y los clientes están dispuestos a pagar por servicios adicionales. El mercado de artículos de lujo ha aumentado en la pasada década, y ésta es un área primordial para la logística de valor agregado (Long, 2013, p.68).

Cuero

El cuero es una capa de tejido que recubre a los animales. La capa de piel es separada del cuerpo del animal, eliminando en el proceso el pelo o lana y sometiendo a un proceso de curtido. (Georjon, 2016)

Mercado Meta

“El mercado meta es un conjunto de compradores o usuarios del mercado potencial que tienen necesidades o características comunes, a las cuales la empresa decide atender en el corto plazo” (Prieto Herrera , 2013, p.24)

Es parte del mercado seleccionado por un productor o prestador de servicios, para ofertar los bienes o servicios que produce y para lo cual diseña un plan de mercadotecnia especial, con la finalidad de alcanzar sus objetivos corporativos. (Sulser Valdéz & Pedroza Escandón, 2011, p.67)

Incoterms

Tienen por objeto delimitar los derechos y las obligaciones de las partes que intervienen en la compra-venta internacional de un producto en lo que concierne a estos cinco aspectos: obligaciones de la parte compradora y la vendedora, costos que asume cada parte, la responsabilidad sobre la mercancía, despachos de aduanas, lugar y momento de entrega de la mercancía. (Soler, 2014)

Producción

“Es un proceso que busca obtener un producto específico mediante la combinación de ciertos ingredientes o medios de producción, identificados bajo tres categorías: tierra, trabajo, capital. Según su naturaleza, estos tres recursos, insumos o factores de producción” (Banco de la República Colombia, 2013)

Ganadería

Como lo citó Campos María Fernanda (2013) menciona: La ganadería es una actividad económica de origen muy antiguo que consiste en el manejo de animales domesticables con fines de producción para su aprovechamiento.

Marco legal

Dentro del marco legal como principal autoridad jurídica que rige en el Ecuador esta la carta magna, que rigió desde 2008 hasta la actualidad es la constitución del Ecuador del cual es un apoyo al país y al gobierno. El cual dictamina que el gobierno promociona al sector público y privado y el uso de tecnologías para el medio ambiente, energías alternativas no contaminantes con bajos defectos dañinos para la creación de un producto. Se prohíbe como aquellos que contamine y origine perjuicios tóxicos y ambientales. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

Dentro de los regímenes internacionales que mantiene el Ecuador se encuentra el acuerdo multipartes con la Unión Europea, el cual Ecuador se encuentra suscrito y tiene como principal objeto la comercialización de productos entre los países europeos involucrados en esta alianza.

Ley de comercio exterior e inversiones-LEXI

Dentro del marco legal, también existen otras leyes como la ley de comercio exterior e inversiones (LEXI) el cual tiene como objeto:

“Que el comercio exterior ecuatoriano mantiene una excesiva dependencia de las exportaciones petroleras y por tanto es prioritario impulsar el incremento y diversificación de exportaciones de otros productos, especialmente de los no tradicionales”. (LEXI, 1997).

Plan Nacional de Desarrollo

Actualmente el Plan Nacional de Desarrollo ha sido considerado en los proyectos de sustentabilidad económica para el país ya que en sus objetivos plantea la explotación de una economía justa para todos los ecuatorianos obtengan las mismas oportunidades de crecimiento al igual que las grandes cadenas comerciales, además de estar en base a una nueva forma de prestar servicios y aumentar la gama de productos con valor agregado.

La creación de la guía de exportación se encuentra alineada al objetivo número cinco ya que busca un impulso de la competitividad y productividad de un

sector económico poco tradicional, logrando mejorar la calidad de vida de muchas personas mediante un trabajo digno.

Ministerio de Industrias y Productividad – MIPRO

Impulsar el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo (MIPRO, 2015).

Capítulo III

Oferta Exportable

En este capítulo se mencionará sobre la oferta exportable que tiene el cantón de Ambato, producción, actividades económicas, desarrollo de materia prima que permitirá conocer más profundo la situación de dicho cantón para la exportación de calzado de cuero.

El Ecuador es uno de los productores de cuero de alta calidad a nivel internacinal, el cual es reconocido por sus derivados entre ellos el calzado. Las exportaciones en los últimos tres años pasaron de 2.684.687 a 330.555 millones de dólares, el principal destino del calzado Colombia, Estados Unidos, España y Perú (Nosis trade, 2018).

Tabla 2.

Exportación nacional de Calzado. Destinos y valores FOB

| PAÍS/AÑO | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|------------------------|---------------------|---------------------|
| Colombia | \$2,459,477.00 | \$3,735,476.00 | \$ 549.36 | \$ 2,207,481.00 | \$ 153.95 | \$ 278.08 |
| Desconocido | \$ 82.00 | \$ 1.081.617 | \$ 107.14 | \$ 69.14 | \$ 9.39 | \$ 2.55 |
| Estados Unidos | \$ 13.56 | \$ 60.33 | \$ 96.27 | \$ 203.81 | \$ 5.75 | \$ 4.80 |
| España | \$ 145.96 | \$ 33.90 | \$ 42.79 | \$ 39.45 | \$ 5.48 | \$ 540.00 |
| Perú | | \$ 127.00 | \$ 9.20 | \$ 79.02 | \$ 111.24 | \$ 33.17 |
| Panamá | \$ 1.39 | \$ 3.66 | \$ 45.97 | \$ 7.07 | \$ 31.26 | \$ 5.35 |
| Costa Rica | \$ 57.23 | \$ 1.26 | \$ 18.59 | \$ 2.07 | | |
| Bolivia | | | | \$ 63.05 | | |
| Guatemala | | \$ 54.70 | | | | |
| Canadá | | | \$ 13.69 | \$ 11.25 | \$ 50.00 | |
| Otros | \$ 90.00 | \$ 370.00 | \$ 23.26 | \$ 2.35 | \$ 352.00 | \$ 6.06 |
| Total | \$2,759,703.00 | \$4,971,433.00 | \$906,264.00 | \$ 2,684,687.00 | \$317,471.00 | \$330,555.00 |

Nota: Exportación nacional de calzado de cuero con destinos principales y valores fob. Tomado de "Exportación de calzado de cuero de Ecuador" por Nosis Trade, 2018.

De acuerdo a una entrevista realizada por la revista Modaes Latinoamérica a la presidenta de Cámara Nacional de Calzado [CALTU] Lilia Villavicencio (2018) mencionó que la industria ecuatoriana tuvo una mejora a partir del año 2009 ya que se aplicaron las salvaguardas a los productos extranjeros entre ellos el calzado. El producto nacional tuvo una mejor acogida y en los últimos años la

creación de empresas dedicadas a la producción de calzado en la provincia de Tungurahua pasó de 600 a 5.800, actualmente la producción de esta provincia está por los 31 millones de pares de zapatos.

Según Salazar, Cuichán, Ballesteros, Márquez, & Orbe (2017) en el estudio realizado sobre encuesta de superficie y producción agropecuaria continúa, la mayor cantidad de ganado se da en la región sierra a comparación de las demás regiones del Ecuador.

Tabla 3.
Existencia de ganado vacuno

| REGIÓN/AÑO | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|
| Sierra | 1,941,731 | 2,042,144 | 2,048,097 |
| Costa | 1,770,142 | 1,731,772 | 1,773,500 |
| Oriente | 391,160 | 351,228 | 367,422 |
| Zonas no delimitadas | 12,180 | 2,167 | 1,592 |
| Total nacional | 4,115,213 | 4,127,311 | 4,190,611 |

Nota: Adaptado de Existencia de ganado vacuno, vacas ordeñadas y producción de leche según Región y Provincia, por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

En la actualidad una de las empresas con mayor referente en la exportación de calzado de cuero hacia el mercado internacional es la compañía ambateña Plasticaucho Industrial S.A., quien en el 2017 obtuvo un valor de 20.686.170,20 dólares en exportaciones netas de bienes según información publicada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros [SC] (2017)

Tungurahua

La industria manufacturera de cuero y calzado tiene su mayor concentración en la Sierra ecuatoriana, por lo que las provincias de Tungurahua, Azuay y Cotopaxi son las pioneras en la producción y exportación.

La provincia de Tungurahua es una de las principales en iniciar el desarrollo industrial de cuero y calzado en el país, las actividades referentes al cuero tiene la cuarta posición industrial de la provincia, en comparación con la provincia del Azuay en Tungurahua los productos elaborados con cuero tiene una mayor acogida en el mercado local, como principal punto de venta al por mayor es el mercado de Ambato, la ciudad de flores y frutas debido a su gran acogida de

turistas nacionales y extranjeros tiende a generar mayor comercio y así mismo desde esta ciudad es donde se distribuye la mayor cantidad de calzado hacia el resto del país.

En la ciudad de Ambato y Baños, parroquia Quisapincha y canton Cevallos pertenecientes a la provincia de Tungurahua, existen aproximadamente 1.700 talleres que se dedican a la producción de calzado de cuero según los datos de la Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador (ANCE).

Como lo dijo Cámara Nacional de Calzado [CALTU] en el diario El Telegrafo (2017) en la provincia de Tungurahua se confecciona el 65% del calzado de cuero del país y se produce el 80% del cuero.

Adicional la provincia cuenta con los sectores de mayor producción como es Quisapincha y Cevallos especializados en elaborar cuero en bruto y sus derivados tales como: calzado, vestimenta y accesorios. Las diferentes pieles de animales que son sometidas al proceso de curtiembre son: ganado vacuno, caprino y ovino

Ambato

El cantón de Ambato, mejor conocida como la “ciudad del calzado” está localizada al centro de la región interandina del Ecuador, aproximadamente habitan 329.856, el cual corresponde el 159.830 en hombre y 170.026 en mujeres. (López , 2010).

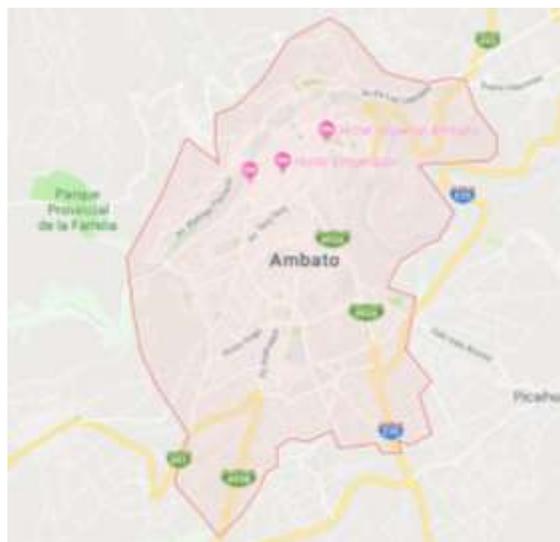


Figura 5. Ubicación vía GPS de Ambato. Foto tomada de Google Maps

En las actividades económicas de Ambato se encuentra más destacado la agricultura y ganadería, también realizan la producción de cuero que se origina desde la ganadería por lo tanto se manufacturan en diferentes productos tales como chompas, billeteras, carteras y zapatos, además también está el turismo. El turismo y la producción de cuero ha permitido conocer calidad que ofrece este cuidado a través de ferias y así llamar la atención de los extranjeros.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo [INEC] (2011) las actividades económicas productivas de Ambato es la fabricación de calzado y prendas de vestir. En el mismo cantón existen 18.965 establecimientos económicos de los cuales 145 pertenecen a la fabricación de calzado que atribuye empleos a 3.199 personas, los ingresos de acuerdo a las ventas fueron de 136.8 millones

Producción

Como lo dijo Lilia Villavicencio (2018) presidenta de la Cámara de calzado de Tungurahua, en el periódico El comercio, en Ambato se producen 24 millones de pares de calzado de cuero anuales y se construirá una nueva localidad con el objetivo de comercializar el calzado, la cual se denomina “Polo de Desarrollo Productivo del Calzado” que tendrá un costo de \$50 millones, espacio de 14.5 hectáreas y reunirá a 23 empresas.

De acuerdo a la información brindada por Javier Serrano-Técnico de DYES Andina Ecuador, enero 19, 2019, detalla lo siguiente:

La producción de cuero pura flor es específicamente de cuero serrano ya que este es de mejor calidad, se le realiza un terminado de anilina para luego realizar el proceso de color. El ganado destinado para la producción de cuero en el país llega a las 900.000 de las cuales 300.000 reses de ganado pertenecen a la región sierra, para la producción del cuero pura flor solo el 5% a 10% de ganado de la región sierra se toma para el proceso de calzado de cuero de alta calidad mismo que llega a satisfacer las exigencias del mercado europeo.

El wet blue es el proceso en el que es sometido el cuero en crudo, lo cual hace que este tome la tonalidad azul, es la base para elaborar las diferentes tonalidades y productos a base de cuero.

El cuero de la región costa es más económico en comparación al de la sierra ya que el primero tiene impurezas como tupe y garrapatas que hacen a este de una menor calidad, en cambio el cuero de la sierra es de mejor calidad y más costoso, una pieza de 27x27 de cuero costeño llega a costar un dólar y el de la sierra cuesta \$2.

Las principales ciudades de destino de los productos provenientes de este sector son las principales ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca, Tulcán, dentro del Ecuador, pero de manera internacional están los países de destinos son Estados Unidos, Costa Rica y España.

Elaboración

Los calzados de cuero elaborados en Ambato son reconocidos en el mercado internacional por su elaboración con materia prima de excelente calidad, variedad de sus modelos, durabilidad y mano de obra calificada. Con el futuro aporte del Polo de Desarrollo productivo de calzado, el sector podrá acaparar nuevos clientes internacionales con desfiles y ferias.

El proceso para la elaboración de calzado de cuero artesanal puede llegar a tomar varios días ya que previo a la elaboración del calzado se debe obtener materia prima de buena calidad, la más importante entre ellas es el cuero, mismo que es obtenido en el mercado nacional (curtiembres). El proceso inicia con la selección de la piel del animal ya que esta debe estar en óptimas condiciones y sin fallas para que el resultado final sea mucho más favorable y a su vez no desperdiciar materiales.

Las principales características de la producción del calzado de cuero, se encuentran en los productores y diseñadores ya están en la búsqueda constante de implementar mejores insumos para la elaboración de sus productos, seleccionan de manera minuciosa el cuero ovino y bovino que van a utilizar en sus productos, esto dependerá del aspecto que le darán al calzado, posteriormente el cuero seleccionado es tratado para eliminar cualquier desperfecto que tenga. Luego se procede a realizar cortes de cuero y forro al modelo que desean realizar incluso se selecciona la horma, así mismo se recoge el material cortado y se cose, además se realiza el perforado, apertura de ojales, etc. Por otro lado, se procede a

seleccionar la suela o tacones y plantillas, para que así mismo conseguir la forma del modelo y se estampa, al mismo tiempo se unen la parte exterior e inferior. Por último, se nivelan los rodillos, encerado, pulido y embalaje del calzado para ser distribuido.

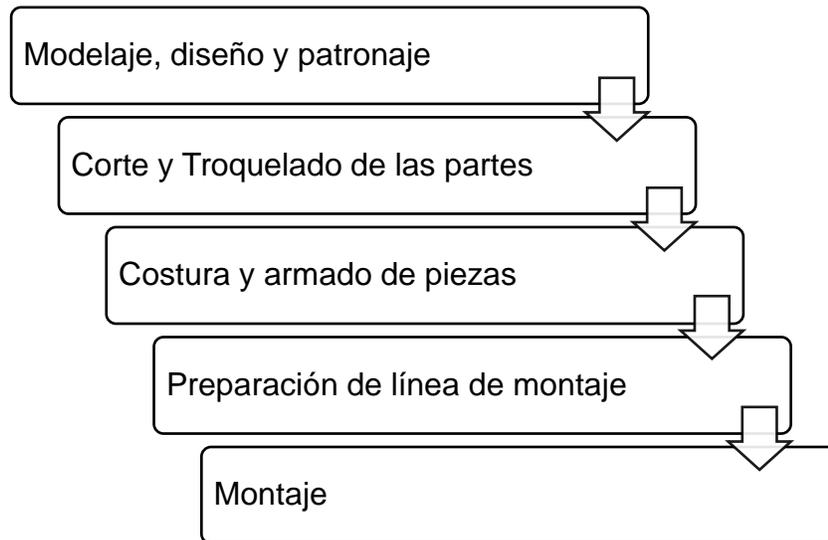


Figura 6. Cadena de producción de calzado de cuero por Cámara de Industrias de Tungurahua (2011). Adaptado de Cámara de industrias de tungurahua

Maquinaria

La maquinaria para realizar este proceso de la fabricación de calzado, se utiliza congeladora, prensadora, troqueladora, estampadora, destalladora, máquinas de coser, máquina de empioladora, maquina strobel, destalladora de punta y contrafuerte, conformadora de talones, grapadora, armadora de puntas, horno reactivador y cardadora

Modelos de calzado

Ambato por ser unas de las ciudades más importantes de la región sierra en calzado de cuero, realiza y cuenta con distintos modelos y tendencias de calzado. Esta ciudad se destaca en la producción de botas/botines y zapatos casuales para hombres y mujeres.

También cuentan con diseños exclusivos tanto para hombres como para mujeres, los cuales son Oxford, plataforma, mocasín, zapato de trabajo, deportivos, alpargata, bailarinas, suecos, inglés, Monk y zapatillas.

Los productores incluso cuentan con colecciones para colegios, de trabajo y de temporada para abastecer todo el mercado con el confort y exclusividad que necesita el consumidor.



Figura 7. Modelos de calzado que se elabora en Ambato

Acuerdo comercial entre Ecuador y Alemania

Para Ecuador el acuerdo que se suscribió en el 2017 con la Unión Europea, es un beneficio que se otorga para las exportaciones e importaciones según las partidas arancelarias que dio a conocer en dicho registro. Por cuanto Alemania está dentro de la Unión Europea se podrá realizar negociaciones con preferencias arancelarias.

Uno de los socios más relevantes para el Ecuador es la Unión Europea [UE], el cual entro vigor en el 2017 el Acuerdo Multipartes UE. Siendo la UE en los últimos años el primer destino para las exportaciones no petroleras. En dicho acuerdo se normalizará el comercio de bienes y servicios, también cuenta con la participación de las partes en licitaciones para la contratación pública, protección en los derechos de propiedad intelectual, la cooperación en el comercio y en particular disposiciones precisas ya sea desde ecuador hacia el bloque o

viceversa, lo que establecen un trato especial a favor de Ecuador (Unión Europea, 2014).

Los productos exportados desde Ecuador tienen un ingreso libre de aranceles y sin obstáculos al bloque con mayor poder adquisitivo del mundo.

El Acuerdo Comercial otorga continuidad al trato preferencial que recibían las exportaciones de Ecuador en el mercado de la Unión Europea en el marco del Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG+), y luego bajo el esquema de la Resolución de Acceso a Mercado. No obstante, el presente Acuerdo Comercial va más allá de dichas preferencias extendiéndose a un mayor número de productos bajo condiciones de acceso a mercados más favorables, y garantizando una mayor seguridad jurídica. (Van Steen & Saurenbach, 2017)

Capítulo IV

Metodología

Con el presente proyecto de investigación se desea realizar un análisis previo a la elaboración de una guía para la exportación de calzado de cuero. En este capítulo se presenta la metodología que se va a usar dentro de la investigación, además se presenta el enfoque, alcance, diseño de la investigación, método, tipo de investigación que aporten para el análisis de resultados de la presente tesis.

Alcance

El alcance de la investigación “es la dimensión o amplitud del estudio en cuanto a espacio, tiempo u otra variable sociodemográfica del objeto de estudio” (Bernal, 2010, p.287)

Se realizará una investigación y análisis referente a la producción y comercialización de calzado de cuero durante los últimos años (2012-2018) donde se encuentren involucrados los medianos artesanos del cantón Ambato ubicado en la provincia de Tungurahua, cabe mencionar que para dicha investigación existen limitaciones de información concreta ya que el sector no ha sido analizado en su totalidad y la entidad nacional quien contribuye con información estadística no cuenta con las actualizaciones correspondientes de ciertos años.

Enfoque

Esta investigación tendrá un enfoque cualitativo y cuantitativo respectivamente, el enfoque cuantitativo, de acuerdo a (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) usa la recopilación de datos para probar una hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

En cambio, el enfoque cualitativo utiliza la recopilación de datos sin medición numérica que nos ayudará a descubrir o afinar preguntas de investigación

Tipo de investigación

Se empleó el tipo de investigación descriptiva por este medio se pudo llegar a conocer la mayor cantidad de información para el estudio. Además, se realizó

trabajo de campo con diferentes productores artesanales de calzado de la ciudad de Ambato, para conocer las necesidades del mercado alemán se realizaron encuestas basadas en los gustos y preferencias de la muestra escogida.

Investigación Descriptiva.

Según Tamayo & Tamayo en su libro El proceso de la Investigación Científica (2009) indica que: la investigación descriptiva comprende a la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente. La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta.

Investigación Exploratoria.

De acuerdo al libro Metodología de la Investigación Namakforoosh (2015) Su propósito es encontrar lo suficiente acerca de un problema para formular hipótesis útiles la idea principal de este estudio es obtener un conocimiento más amplio respecto al problema del estudio.

Método

En la presente investigación se utilizará el método deductivo para desarrollar la guía de exportación, desde lo general a los casos particulares.

Método Inductivo.

El método inductivo es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados. (Rodríguez Moguel, 2005,p.30)

Método deductivo.

Este método se parte de un principio de validez general que puede aplicarse a cada uno de los casos particulares. El procedimiento deductivo es válido cuando sus premisas son de tal naturaleza que permiten apoyarnos en ellas como fundamento seguro para llegar a la conclusión (Rocha Muñoz, 2015)

Población y Muestra

Población.

La población es un grupo de individuos que habitan en un lugar específico que desarrollan características en común. Para la presente investigación se considera los habitantes de Alemania, según los datos Eurostat existen 82, 850,000 habitantes en el año 2018.

Muestra.

La muestra para dicha investigación serán las personas que tienen entre la edad de 18 a 65 años de edad, esto representa el 87.17% es decir 72, 220,345 de habitantes. La fórmula para calcular la muestra se utilizará de la población infinita, la cual es:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2}{E^2}$$

Dónde:

n: Tamaño de muestra

Z: Valor estándar asociado a un nivel de confiabilidad

σ : Desviación estándar de la población

E: Erros estándar

En la formulación de la muestra se considerará los siguientes valores:

$$n = \frac{1.96^2 0.5^2}{0.05^2}$$

$$n = 385$$

Fuentes de investigación

Primaria.

La investigación de mercado acerca del calzado de cuero, se realizaron encuestas a los habitantes de Alemania. Así mismo se realizará entrevistas a los productores del sector de calzado de cuero.

Secundaria.

En la presente investigación se basó en los siguientes tipos de fuentes secundarias:

- a) Revistas
- b) Periódicos

- c) Tesis de grado
- d) Sitios web

También se utilizó sitios web oficiales tales como: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), Unión Europea, MIPRO (Ministerio de Industrias y productividad), PROECUADOR y SENAE (Servicios Nacional de Aduana del Ecuador)

Instrumentos de Recolección de datos

Encuestas.

En la investigación sobre los gustos y preferencias de los alemanes en calzado de cuero, se realizaron encuestas con 18 preguntas, las cuales fueron enviadas y contestadas por correo electrónico a las personas que residen en dicho país. El diseño de la encuesta se podrá observar en el apéndice A.

Resultado de encuestas.

En la investigación se realizó encuestas para las personas que viven en Alemania para conocer acerca de los gustos y preferencias en calzado de cuero.

Género:

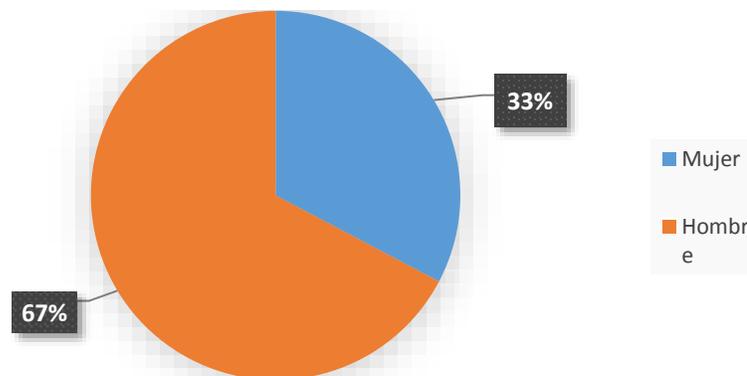


Figura 8. Género de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

Las encuestas arrojan un resultado de la muestra el 67% son hombres y el 33% son mujeres.

Edad:

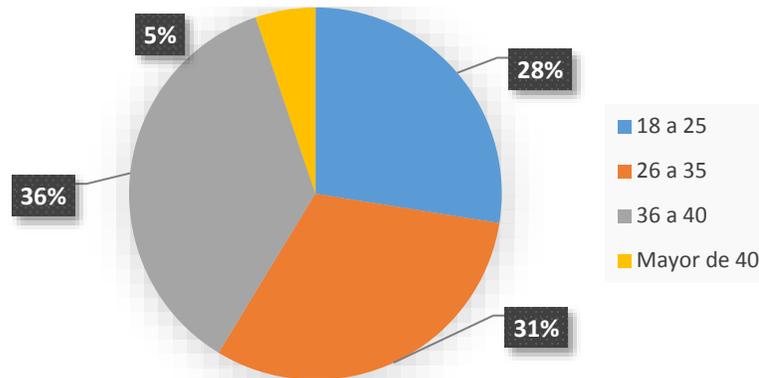


Figura 9. Edad de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

Las encuestas arrojan un resultado que el mayor porcentaje son de las personas que tienen de 36 a 40 años de edad las cuales representa el 36%, por otra parte, el 31% lo representa las personas que tienen de 26 a 35 años. El 28% las personas que tiene de 18 a 25 años y el 5% de mayor de 40.

Seleccione su talla del calzado:

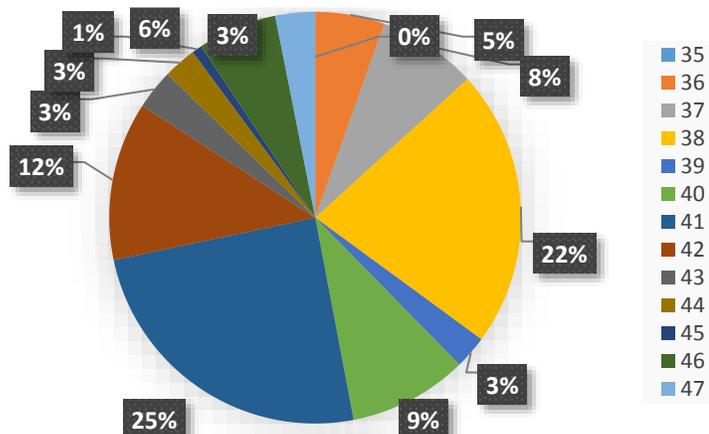


Figura 10. Talla del calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

Los resultados que se obtuvo sobre el calzado de la muestra encuestada indica que el 25% usan la talla 41 en calzado, es la talla que más se debiese producir.

¿Encuentra fácilmente en las tiendas su talla de calzado?

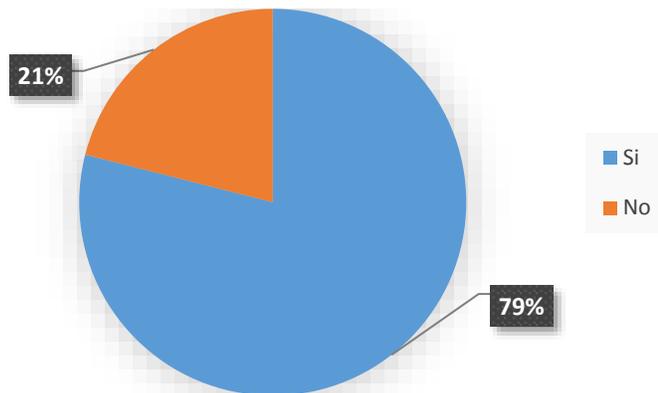


Figura 11. Facilidad de tallas del calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

Los resultados que se obtuvo de la segunda pregunta de la encuesta indica que, el 79% de las personas tiene facilidad al encontrar su talla de calzado, mientras el 21% se le complica encontrar su talla.

¿Necesita calzado especial?

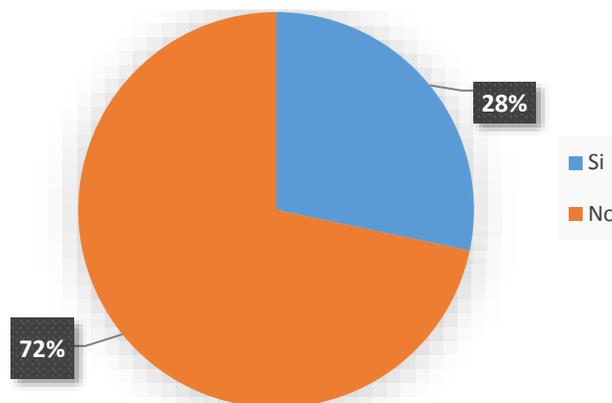


Figura 12. Requerimiento de especialidad del calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

El 72% de las personas afirmaron que no necesitan calzado especial, por otro lado, el 28% de las personas necesitan calzado especial.

¿Cuántos pares de calzado tiene usted?

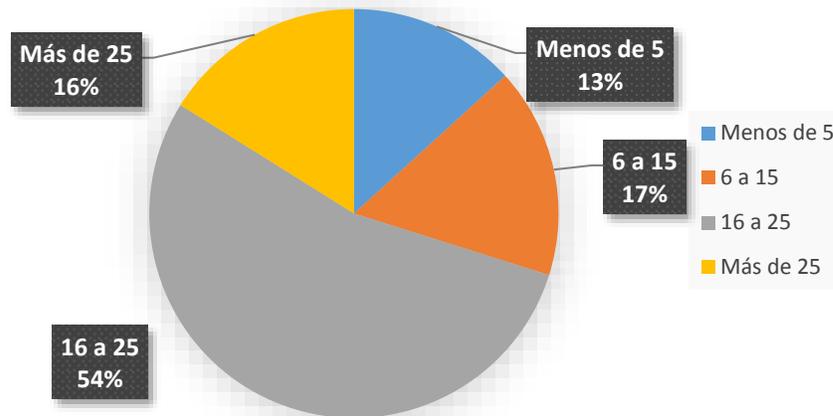


Figura 13. Cantidad de calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

Los resultados que se obtuvieron respecto al 54% de las personas encuestadas cuentan con 16 a 25 pares de calzado, mientras que el 17% tienen de 6 a 15 pares de calzados.

¿Con que frecuencia adquiere calzado?

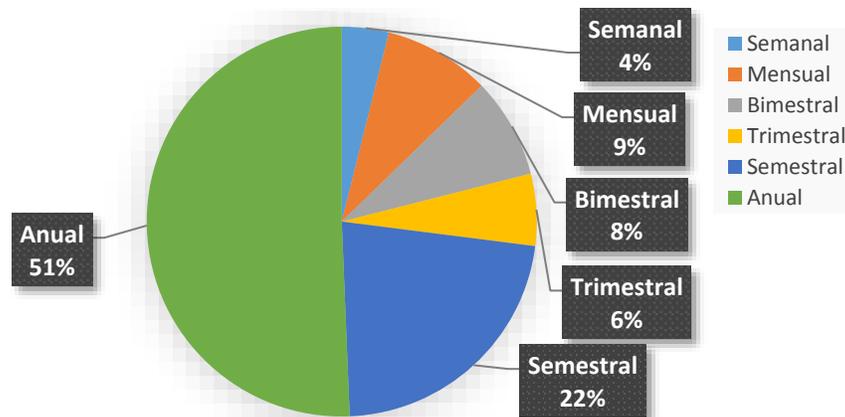


Figura 14. Frecuencia que adquiere calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

La mayoría de las personas encuestadas compran calzado con una frecuencia anual representada con el 51% por otro lado el 22% con una frecuencia semestral.

¿Cuántos pares de calzado suele adquirir en cada compra?

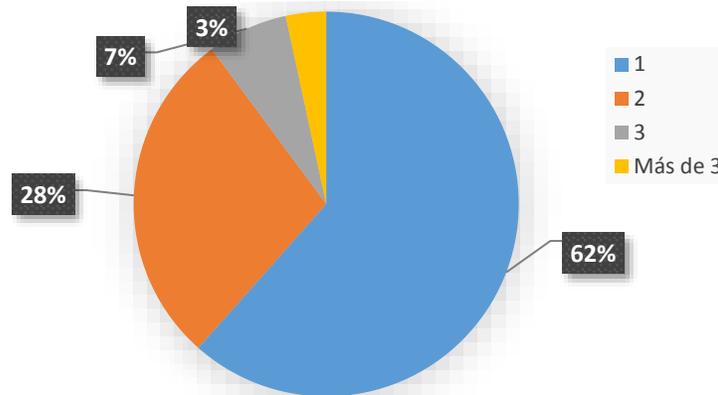


Figura 15. Cantidad de pares de calzado que adquiere en cada compra de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

El resultado de la muestra indica que el 62% de las personas encuestadas suelen adquirir un par de calzado en cada compra, mientras tanto el 28% adquiere dos pares de calzado.

Al momento de comprar calzado, ¿Qué es lo más importante?

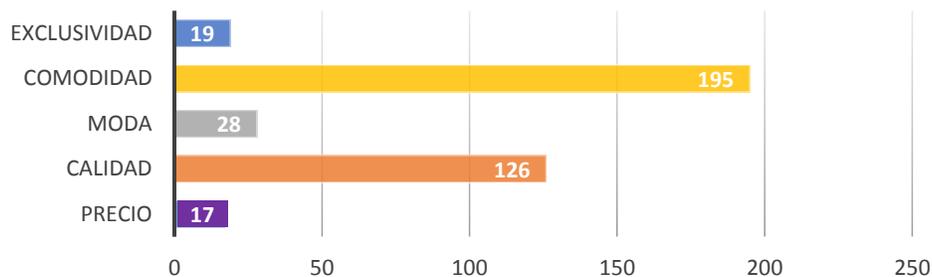


Figura 16. Importancia al momento de comprar calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

Los resultados de las encuestas indica que a 195 personas lo más importante al adquirir calzado es la comodidad, mientras tanto también consideran que la comodidad también es importante los cuales son 126 personas.

¿Cuánto está dispuesto a gastar por un par de calzado?

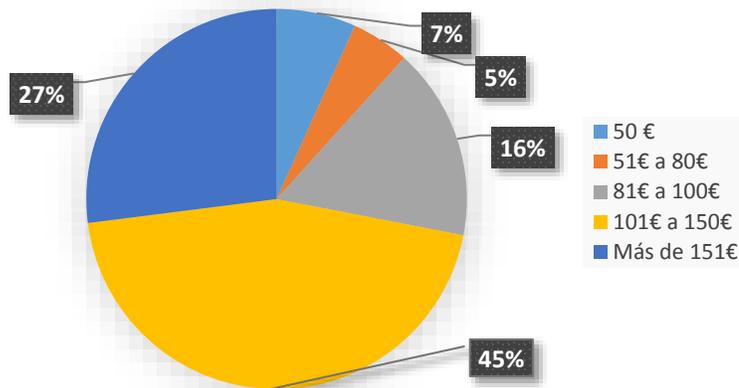


Figura 17. Presupuesto disponible para un par de calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

En el resultado de la novena pregunta la muestra indica que el 45% de las personas están dispuestas a pagar de 101€ a 150€ en calzado, por otro lado, hay un 27% que gastaría más de 151€.

¿Cuál es su método de pago para adquirir el calzado?

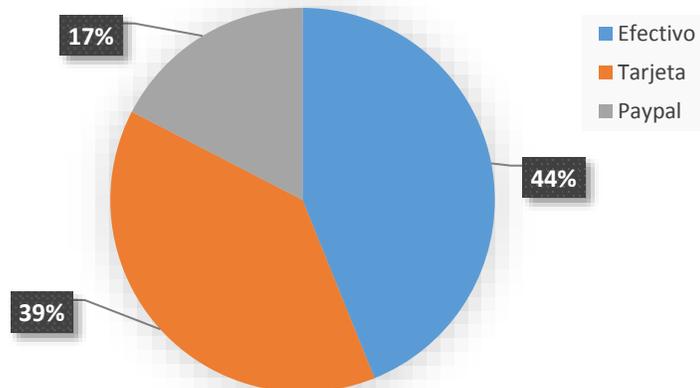


Figura 18. Método de pago para adquirir zapatos de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

El resultado obtenido de las encuestas el 44% de la muestra realiza sus compras de calzado en efectivo, por otro lado, el 39% en tarjetas de crédito o débito.

¿Dónde le gusta ir a comprar calzado?

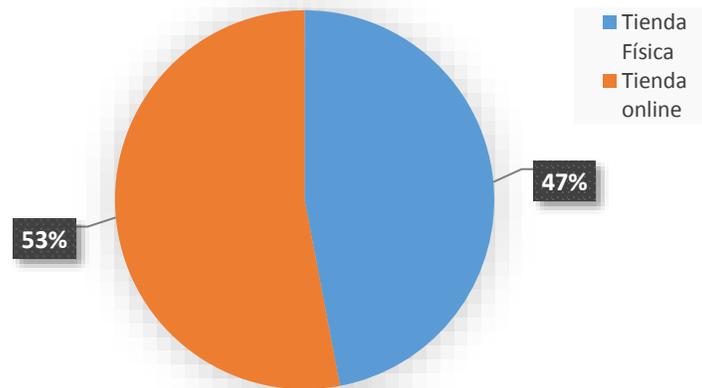


Figura 19. Canal de comprar de calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

En el resultado de la muestra en las encuestas señalan que el 53% de las personas encuestadas tienden a realizar sus compras de calzado en tienda online, mientras tanto el 47% compra en tienda física.

¿Cuándo adquiere su calzado?

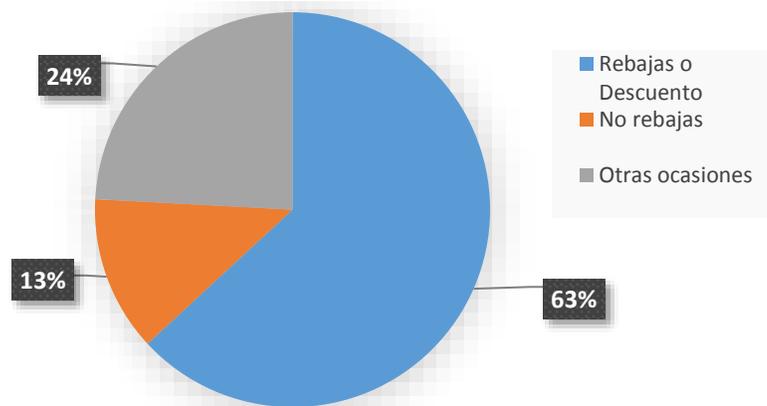


Figura 20. Momento que adquiere su calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

La muestra índice que el 63% tienden a realizar compras de calzado en rebajas o descuentos, por otro lado, el 24% en otras ocasiones.

¿Cuál es el material de su preferencia al adquirir un calzado?

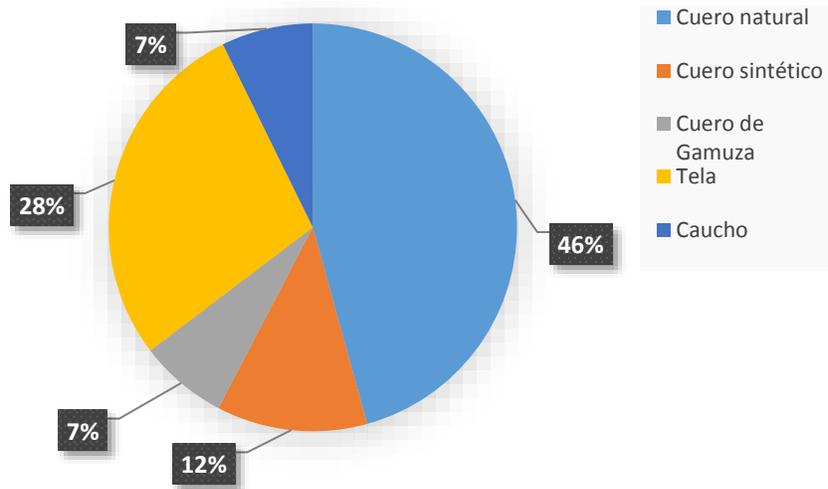


Figura 21. Preferencia de material al momento de adquirir calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

Los resultados de las encuestas señalan que la muestra del 46% de los encuestados prefieren calzado de cuero natural, mientras el 28% prefiere de tela.

¿Cuál es su modelo de preferencia en calzado?

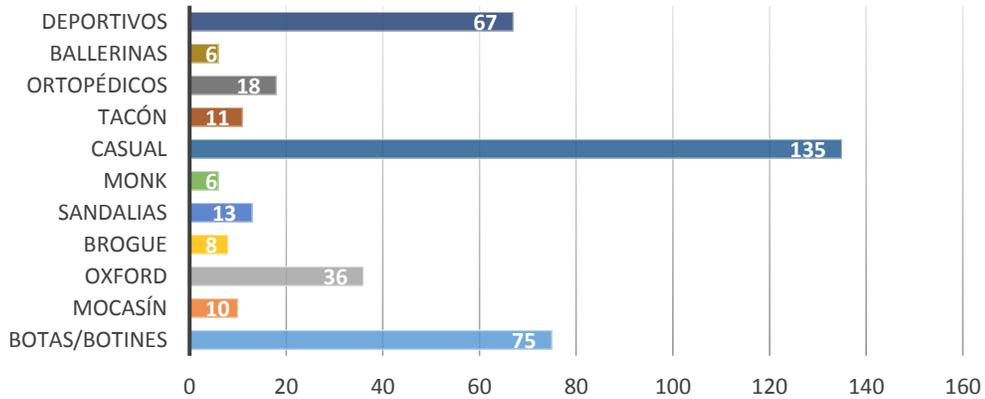


Figura 22. Modelo de preferencia de calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

El resultado de la pregunta trece la muestra índice que 135 personas prefieren calzado casual y el 75 de las personas prefieren las botas/botines.

Cuando adquiere un calzado, tiene en consideración en usar:

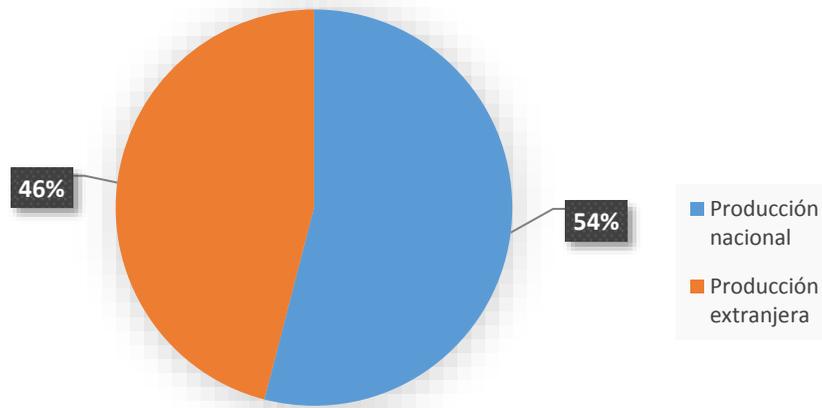


Figura 23. Preferencia al momento de adquirir un calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

Los resultados de la encuesta el 54% de la muestra consideran usar producción nacional, mientras el 46% producción extranjera.

Marcar de calzado que usualmente usted compra:

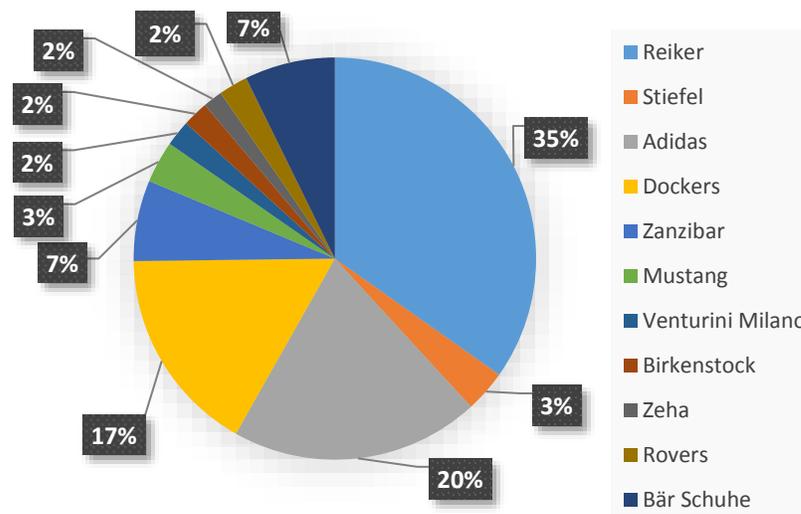


Figura 24. Preferencia en marcas de calzado de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

La muestra de las encuestas tiene como resultado que el 35% de las personas usan calzado reiker, por otro lado, el 20% usa addidas, mientras el 17% usa calzado dockers.

¿Consume usted calzado de cuero natural?

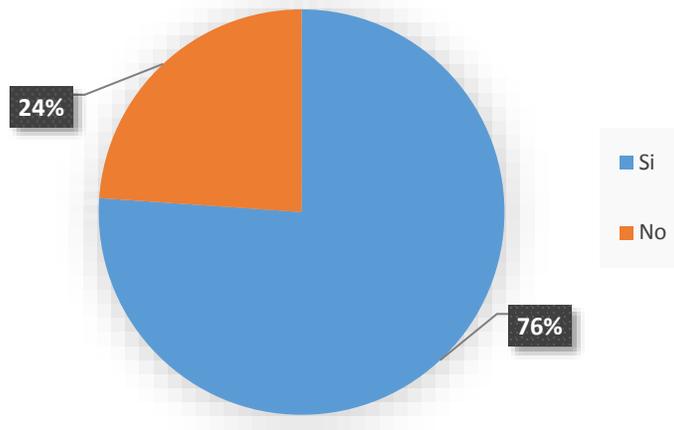


Figura 25. Consumo de calzado de cuero natural de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

El resultado de la muestra señala que el 76% de las personas usan calzado de cuero natural, mientras el 24% no lo consumen.

¿Estaría dispuesto a usar calzado de cuero natural ecuatoriano?

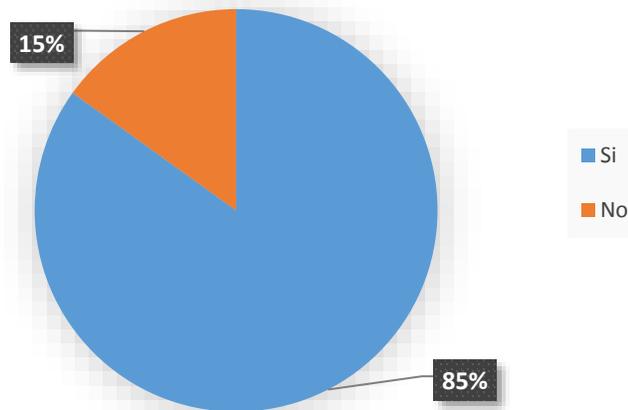


Figura 26. Dispuesto a usar calzado de cuero natural ecuatoriano de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

La muestra índice que el 85% de las personas están dispuestas a usar calzado de cuero natural ecuatoriano mientras el 15% no está dispuesto.

¿Cuánto está dispuesto a gastar en un calzado de cuero natural ecuatoriano?

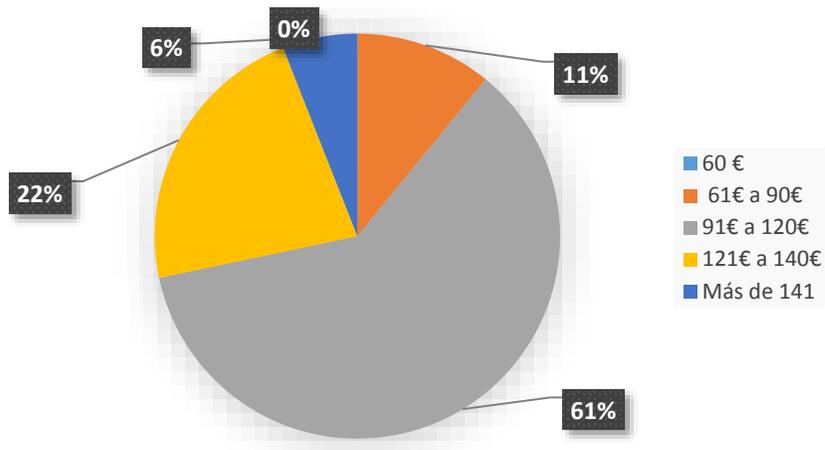


Figura 27. Presupuesto a disposición al comprar un calzado de cuero natural ecuatoriano de la muestra encuestada. Adaptado de las encuestas realizadas, por las autoras, 2019.

Como se puede observar en la figura 27, el 61% de la muestra estarían dispuestos a pagar de 91€ a 120€. Del mismo modo, hubo personas en la encuesta que estarían dispuestas a gastar 121€ a 140€ en calzado de cuero natural ecuatoriano, el cual tuvo una representación del 22%.

Entrevistas

Para la investigación se realizaron entrevistas que fueron desarrolladas de manera presencial a cada uno de los individuos, en las ciudades de Ambato y las parroquias de Quisapincha y cantón Cevallos que permitieron conocer datos de vital importancia como: a) los procesos en la elaboración, b) producción y c) perspectivas acerca de esta actividad. El diseño y análisis de las preguntas aplicadas en la entrevista, se podrá observar en el apéndice B.

Tabla 4.**Perfil de los entrevistados**

| Productor | Perfil de los entrevistados |
|-------------------------------------|---|
| Manuel Salazar | Sector: Quisapincha Años de actividad: 20 años Producción: calzado de dama (botas y botines) Tipo de negocio: Familiar Conocimientos de exportación: No |
| Daniel Martínez "Calzado Gusmar" | Sector: Cevallos Años de actividad: 30 años Producción: calzado casual de hombre y deportivo de mujer Tipo de negocio: Familiar Conocimientos de exportación: No |
| Jorge Pérez "Calzado Ladyrose" | Sector: Ambato Años de actividad: 20 años Producción: calzado de dama (botas y botines) Tipo de negocio: Familiar Conocimientos de exportación: No |
| Luis Choco "Calzado Jairo" | Sector: Ambato Años de actividad: 18 años Producción: calzado casual para caballero Tipo de negocio: Familiar Conocimientos de exportación: No |
| Mónica Caisa "Calzado Family" | Sector: Ambato Años de actividad: 15 años Producción: calzado para caballero Tipo de negocio: Familiar Conocimientos de exportación: Si |
| "Calzado Torres y Torres" | Sector: Cevallos Años de actividad: 18 años Producción: calzado de dama y caballero Tipo de negocio: Familiar Conocimientos de exportación: No |
| Daniel Núñez "Calzado Dacruz" | Sector: Ambato Años de actividad: 25 años Producción: calzado de dama y caballero Tipo de negocio: Familiar Conocimientos de exportación: No |

Nota: Entrevistas realizadas por las autoras.

Resultados de las entrevistas

Las entrevistas realizadas a los productores de calzado de cuero para dama en botas y botines y para caballeros casual y botines, que residen en la ciudad de Ambato y sus parroquias. El tipo de negocio que llevan en este sector calzadista es familiar, por lo que al pasar los años sus antepasados han brindado los conocimientos a su descendencia. La producción de calzado se trabaja en series, de los siete productores tres producen de 10 a 72 pares y el resto de 100 a 500 pares al día. La materia prima es obtenida de las curtiembres que se

encuentran en Ambato y los demás complementos en las importadoras. Dos productores de siete envían sus productos a Guayaquil y el resto vende sus productos en la sierra ecuatoriana. Además, los productores no han vendido sus productos a otro país, pero si por medio de otras personas o cuando los extranjeros los visita al negocio. Todos los productores concuerdan que, si existe una diferencia entre los consumidores nacionales a los extranjeros, los extranjeros valoran el producto (cuero) pero también se fijan en la comodidad y confección. A diferencia, uno de los siete productores no les gustaría vender sus productos a mayor escala porque todos sus productos son vendidos en el país. Así mismo, uno de los productores entrevistados conoce los procedimientos a exportar, pero aun no realiza la actividad como tal.

Conclusión general de las entrevistas y encuestas

La muestra escogida de Alemania fueron personas que tienen la edad de 18 a 65 años de edad el cual definieron sus gustos y preferencias al adquirir un calzado, lo más importante la muestra es la comodidad y calidad, que las compras de calzado lo hacen en efectivo, el modelo de calzado que más le atrae es el casual por encima de las botas y botines y que el material que prefieren en el calzado de cuero natural. La muestra indica que si está dispuesto a usar calzado de cuero natural de origen ecuatoriano y usar un presupuesto de 91€ a 120€.

Los productores de calzado en el sector analizado requieren de capacitación en como exportar el producto ya que de los entrevistados solamente una persona tiene conocimiento del proceso de exportación, adicional el producto nacional de acuerdo a los artesanos es de mayor valor para los extranjeros y no para el consumo nacional, la cultura de los extranjeros consiste en apreciar mucho más el producto elaborado de forma artesanal.

Capítulo V

Guía de exportación

En el presente capítulo se realizará una guía de exportación de calzado de cuero misma que ofrece información de cómo realizar una exportación, además aportará a la internalización de productos hechos en Ecuador. El objetivo de la elaboración de la guía es ayudar al sector de calzado de cuero en la ciudad de Ambato ya que por desconocimiento o poca información no realizan exportaciones de sus productos.

Elementos a considerar

Durante el trabajo de campo que se realizó en el cantón Ambato se pudo observar que muchos de los artesanos no tienen el debido conocimiento para realizar una exportación, para lo cual surgieron las siguientes preguntas.

Como se mencionó en el capítulo tres en la actualidad el país tiene una gran acogida a nivel internacional de productos no petroleros, la apertura hacia nuevos mercados ayuda a varios sectores del país. En el caso del calzado de cuero el país es caracterizado por elaborar productos de buena calidad. La exportación es un proceso sencillo si se tiene una preparación adecuada y el producto de buena calidad y con los estándares exigidos por el país destino.

Las empresas pequeñas y medianas tienen la posibilidad de exportar, así como extranjeros residentes en el país, personas naturales y jurídicas. Por lo tanto, los productores de calzado deben poseer las siguientes características:

- Personal capacitado
- Enfocarse en el mercado
- Mantener la calidad
- Conocer las exigencias del mercado objetivo

Organismos que intervienen en la exportación

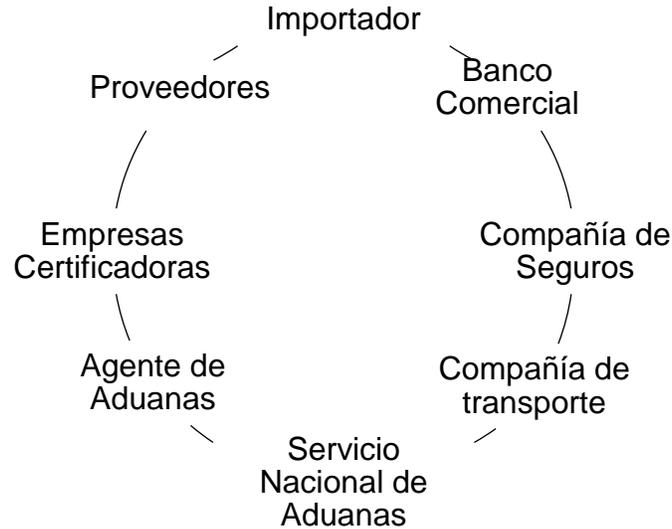


Figura 28. Agentes que intervienen en el proceso de exportación por ProEcuador

Mercado meta-Alemania

- Moneda: Euro
- Idioma: alemán
- Población: 82,850,000
- Nivel de desigualdad económico más alto de la unión europea
- Bajos niveles de nacimientos, bajo nivel de migración.
- Importación de bienes: 1.117.035 (2017)
- Exportación de bienes: 1.448.302 (2017)

Análisis PEST

Político

Alemania tiene 16 estados o provincias, y cada uno de ellos envía a su canciller encargado para representarlo en la Asamblea Federal, no estrictamente son personajes políticos, muchas veces son representantes de, por ejemplo, arte o deportes, ciencia y tecnología, esto con el fin de que la voz del pueblo tenga participaciones en las decisiones gubernamentales.

El actual presidente de la República Federal de Alemania es Frank- Walter Steinmeier desde el 18 de marzo del 2017, pero es muy diferente la manera de gobernar a la de otros países, por ejemplo, el presidente no es elegido por el

pueblo en elecciones, sino por la Asamblea Federal, la asamblea está formada por cancilleres que siguen sus lineamientos y corrientes ideológicas y políticas, lo cual nos lleva a entender que toda opinión es escuchada y analizada antes de ser ejecutada, el poder ejecutivo no lo ejerce el presidente, sino el Canciller Federal, que en estos momentos está liderado por Ángela Merkel.

Alemania tiene una historia política muy marcada desde la construcción del Muro de Berlín en la época de la Guerra Fría, donde se dividían las dos corrientes ideológicas más importantes del mundo; cuando se derrumbó este muro en el año de 1989, el ambiente cambió políticamente ya que, desde esa época, ambos bandos formaron alianzas para la mejora económica y social de Alemania.

La política en Alemania es muy abierta, lo cual se puede notar en su desenvolvimiento económico, a pesar de que su actual gobierno es de ideología socialdemócrata, tienen una relación con el comercio exterior bastante atractiva para otros países.

Económico

Alemania, país integrante del G7, posee el mayor índice de producción industrial (22,9%) a nivel de este grupo, en lo que fue el 2018, gracias a sus sectores con alta fortaleza e importancia como lo es la fabricación de vehículos y maquinarias, industria eléctrica y química.

Las exportaciones han jugado un rol muy importante en su economía, llegar al valor de 1.278.900 millones de euros en 2017 (Orth, 2018), lo que lo convierte en uno de los tres países que más exportan a nivel mundial, junto a China y Estados Unidos, y ha llegado a representar en su economía local, alrededor del 40%. Cabe destacar que su éxito con el comercio exterior se ha dado por ser una de las economías más abiertas del G7, además de que este país posee más de 3 millones de PyMES, las cuales están muy conectadas con el entorno internacional y son líderes en mercados mundiales pero muy poco conocidos por el vox populi.

Las ciudades más destacadas ya nombradas anteriormente son estratégicas en los diferentes sectores de desarrollo del país. Múnich lidera en la alta tecnología, Stuttgart en la fabricación de automóviles, Rin-Neckar en la industria química, Hamburgo por los puertos y construcción de aviones, mientras

que Berlín tiene la mayor parte de proyectos y facilidades para los emprendimientos, lo cual ha llevado a la nación a tener la tasa de empleo más alta de los últimos tiempos, por el cual tiene empresas reconocidas internacionalmente con un número muy alto de personas contratadas, un ejemplo es la compañía Volkswagen que tiene más de 600 mil empleados a nivel mundial y también Robert Bosch con alrededor de 400 mil trabajadores en todo el mundo.

Tecnológico

En el ámbito tecnológico, Alemania es uno de los países que va a la vanguardia del desarrollo de nuevas tecnologías tanto futuristas como de salud y más que todo, lo más novedoso de los últimos tiempos de este país, la eliminación definitiva de utilizar energía nuclear para el abastecimiento de electricidad se ha desarrollado y experimentado con nuevas fuentes de energía ecológicas como la eólica y la solar, proyectos que estarán en marcha entre el 2020 y el 2022.

No es en vano mencionar que Alemania va por delante, tiene las ferias de tecnología más importantes del mundo se realizan en este país, por cuanto se considera un foco de atracción para otras grandes potencias como lo son China y Japón, las cuales se han introducido tanto en el mercado, que varias de las empresas las cuales desarrollan maquinarias y tecnologías alemanas venden tanto a otros países como los mencionados, lo cual también tiene en preocupación a ciertos políticos y empresarios, piden que hayan más controles en la compra de empresas alemanas tecnológicas ya que se enfrenta una compra masiva de estas compañías, es más reciente ejemplo es la empresa Kuka, encargada de creación y desarrollo de robots en la ciudad de Augsburgo, recientemente comprada por otra empresa China. Alemania encuentra una desventaja en este libre comercio ya que esa es su política, más no de los países compradores, en lo mencionado China, para empresas alemanas es más complicado adquirir una empresa en el país asiático.

Requisitos para ser exportador

1. Tener el Registro Único del Contribuyente, otorgado por el Servicio de Rentas Internas, se debe indicar la actividad económica la cual va a realizar.

2. Obtener el certificado de firma electrónica o Token que es otorgado por entidades como el Registro Civil y Security Data.
3. Registrarse como exportador en ECUAPASS.
 - 3.1. Actualizar base de datos
 - 3.2. Crear usuario y contraseña
 - 3.3. Aceptar políticas de uso
 - 3.4. Registrar firma electrónica
4. En el sistema de ECUAPASS se realiza lo siguiente:
 - 4.1. Solicitud de uso (representante legal de la empresa)
 - 4.2. Solicitud de uso (empleado con la autorización del representante legal)
 - 4.3. Solicitud de uso (general- autorización a terceros)
 - 4.4. Solicitud de uso (entidad pública)

Certificado de circulación EUR 1

Desde el año 2017 entró en vigencia la firma de acuerdos Multipartes Unión Europea y los países Andinos, para lo cual Ecuador se adhirió en el 2016. El certificado EUR 1 es obligatorio para todos los productos que se exportan hacia la Unión Europea, este certificado reemplaza al certificado SGP Form A. Las entidades habilitadas por el Gobierno para la emisión del certificado EUR 1 son Ministerio de Comercio Exterior y Ministerio de Industrias y Productividad.

Los requisitos para solicitar el "Certificado de Circulación de Mercancías EUR 1" continuará el mismo que actualmente se requiere para la obtención del certificado SGP, para lo cual será necesario únicamente que se proceda actualizar las Declaraciones Juramentadas de Origen (DJO) en el sistema operativo ECUAPASS de la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE) a partir de la entrada en vigencia el Acuerdo Comercial Multilateral (Ministerio de Comercio Exterior).

| | | | |
|---|---|---|--|
| 1. Exportador (nombre, dirección completa y país) | EUR.1 No A 000.000 | | |
| | Véanse las notas del reverso antes de rellenar el impreso | | |
| 3. Destinatario (nombre, dirección completa y país) (mención facultativa) | 2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre | | |
| | así como (indíquese el país, grupo de países o territorios a que se refiere) | | |
| 6. Información relativa al transporte (mención facultativa) | 4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos | 5. País, grupo de países o territorio de destino | |
| | 7. Observaciones: | | |
| 8. Número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los bultos ⁽¹⁾ ; Designación de la mercancía | 9. Masa bruta (kg) u otra medida (litros, m ³ , etc.) | 10. Facturas (mención facultativa) | |
| | | | |
| <i>Declaración certificada conforme</i> Documento de exportación ⁽²⁾ Formulario n° De Aduana País o territorio de expedición Sello Lugar y fecha (Firma) | | 12. DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado. Lugar y fecha (Firma) | |

Figura 29. Certificado EUR. 1

Previo a la etapa de embarque del producto se debe realizar una Declaración Juramentada de Origen (DJO), en el siguiente flujograma se detallan los pasos a seguir.

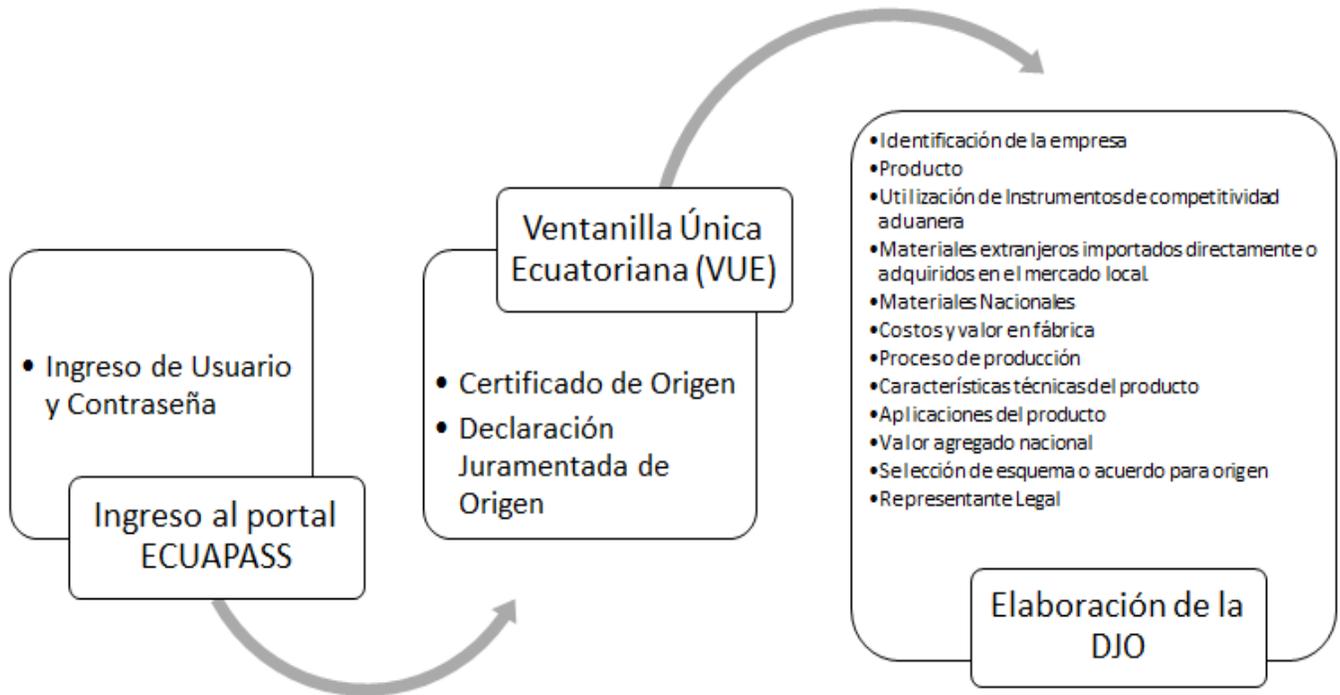


Figura 30. Proceso de una declaración juramentada de origen (DJO). Adaptado de la página de Proecuador, por Proecuador, 2013.

Factura comercial

La factura comercial contiene información básica de la transacción y siempre es requerida por el comprador. Los datos de la factura comercial son los siguientes:

- Información del exportador e importador (Nombre, cédula y dirección)
- Descripción del producto (Nombre, calidad, etc.)
- Unidad de medida, cantidad de producto, medio de transporte
- Valor unitario y valor total del producto (os)
- Las condiciones de pago (método, día de pago, descuentos)
- Los términos de entrega de acuerdo con el Incoterm acordado

Para realizar el proceso de exportación se debe contar con la elaboración de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), a través del sistema de ECUAPASS. Posteriormente se debe contar con el soporte de la factura comercial o un tipo de proforma que avale el proceso previo al embarque (SENAE, 2017).

Tabla 5.
Documentación para la DAE

| Los datos que se consignarán en la DAE | Documentos que acompañan a la DAE |
|--|-----------------------------------|
| Exportador o declarante | Factura comercial |
| Descripción de mercancía por ítem de factura | |
| Datos del consignante | Autorizaciones previas |
| Destino de la carga | |
| Cantidades | Certificado de origen electrónico |
| Peso y demás datos relativos a la mercancía | |

Nota: Documentación para la DAE. Adaptado del portal del Sistema de la Senae, por la Senae, 2019.

REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION

| Número de DAE | | | | | | | |
|--|--|-----------------------|--------------------------|---------------------------|----------------|-----------|----------------------------|
| Información de general | | | | | | | |
| Código de la distrito | Código de régimen | | | | | | |
| Tipo de Despacho | Código del declarante | | | | | | |
| Información de Exportador | | | | | | | |
| Nombre del exportador | Teléfono del exportador | | | | | | |
| Dirección del exportador | | | | | | | |
| Número de documento de CIU | Ciudad del exportador | | | | | | |
| Nombre del declarante | Número de documento de | | | | | | |
| Dirección del declarante | | | | | | | |
| Código de forma de pago | Código de moneda | | | | | | |
| Información de carga | | | | | | | |
| Puerto de carga | Puerto privado desde | | | | | | |
| Puerto de llegada o de | Fecha de la carta de | | | | | | |
| Nombre del consignatario | | | | | | | |
| Dirección del | | | | | | | |
| Ciudad del contribuyente | Tipo de carga | | | | | | |
| Almacén de lugar de | Medio de transporte | | | | | | |
| País de destino final | CARGA CONTENORIZADA MARITIMO | | | | | | |
| Totales | | | | | | | |
| Código de moneda | Tipo de cambio | | | | | | |
| Total moneda transacción (FOB) | Cantidad de ítem | | | | | | |
| Peso neto total | Peso total | | | | | | |
| Cantidad total de bultos | Cantidad de contenedores | | | | | | |
| Cantidad total de unidades físicas | Cantidad total de unidades comerciales | | | | | | |
| Código de la mercancía de despacho siguiente | Código de solicitud de aforo | | | | | | |
| Fecha de primer ingreso | Fecha de primer embarque | | | | | | |
| Ítem | | | | | | | |
| No. Ítem | Código Subartículo | Código Complementario | Código Suplementario | Descripción de Mercancías | País de Origen | Peso Neto | Cantidad de U. Comerciales |
| Despacho precedente | | | | | | | |
| Número de secuencia | Distrito precedente | Año precedente | Régimen precedente | Secuencial precedente | Número Ítem | | |
| Observaciones de oce - Ítem | | | | | | | |
| Número de ítem | Tipo Observación | Contenido | | | | | |
| Documentos | | | | | | | |
| Número de ítem | Número de documento | Tipo de documento | Fecha de fin de vigencia | Fecha de emisión | | | |
| Firma del | | | | Firma del Declarante | | | |

Figura 31. DAE

Producto

Subpartida arancelaria

Sección XII: Calzado, Sombreros y demás tocados, paraguas quitasoles, botones, látigos, fustas y sus partes; plumas preparadas y artículos de plumas; flores artificiales; manufacturas de cabello.

Capítulo 64: calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos

6405 Los demás calzados

640510 – Con la parte superior de cuero natural o regenerado

6405 10 ▼ - Con la parte superior de cuero natural o regenerado

Ecuador (EC)

→ Preferencias arancelarias (01-01-2017 -) : 0 %

[D2369/16](#)

Figura 32. Subpartida arancelaria de calzado de cuero natural. Tomado del sitio web comisión europea.

En cuanto lo mencionado en el capítulo tres, gracias al convenio multipartes de la unión europea entre Ecuador y los países miembros de la Unión Europea, el cual se encuentra Alemania tenemos un 0% de preferencias arancelarias, pero con la diferencia este producto se cobra un 19% de iva con el EUR 1 (certificado de origen). No existen ningún tipo de restricciones a este producto, por otro lado, existe una alta probabilidad de realizar inspección física a la mercancía a exportar.

Características del producto



Figura 33. Calzado para caballero casual

Según los resultados reflejados en el capítulo cuatro, donde las encuestas arrojaron los resultados que los consumidores alemanes están dispuestos a usar calzado de cuero natural, la muestra muestra una alta cantidad de

hombres a comparación de las mujeres, por lo que se tomó como referencia a escoger el calzado casual de hombre.

El calzado casual de hombre se realizará en la parte superior con cuero pura flor calibre 1.4-16, en la costura utilizará hilo nylon y algodón de alta resistencia, como se observa en la **figura 34**. Tendrá una punta redonda, la plantilla es de piel (cuero) con parte inferior perforada y relleno de espuma, la suela es de caucho, cordón como cierre y un tacón de 15 mm.

Ficha técnica del producto

| | |
|---|---|
| <p>Calzado Casual Colores: Negro, Café, Miel</p> |  |
| Subpartida Arancelaria: 640510 | |
| Ficha Técnicas | |
| Capellada: | Cuero pura flor calibre 1.4-16 |
| Costura: | Hilo Nylon/ Algodón de alta resistencia |
| Punta: | redonda |
| Tipo de cierre: | cordón |
| Plantilla: | Piel, parte inferior perforada, relleno de espuma |
| Tacón: | 15 mm |

Figura 34. Ficha técnica de calzado casual de hombre de cuero natural. Elaborado por las autoras, 2019.

Régimen

Exportación Definitiva

Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el Código y en las demás normas aplicables. (COPCI, 2011).

Perfil Logístico-Alemania

Alemania en la actualidad cuenta con tres accesos internacionales para la recepción y envío de mercadería, las cuales son: vía aérea, vía ferroviaria, vía marítima.

Para la exportación del calzado de cuero desde Ecuador se utilizará el transporte marítimo ya que por su capacidad de volumen de carga hace que los exportadores puedan realizar envíos en cantidades considerables para así satisfacer la demanda, además que el envío vía marítima tiene menos costo que los demás. Los puertos alemanes son importantes para todas las industrias de dicho país, el personal que trabaja en ellos está altamente capacitado para manejar cualquier tipo de bienes que ingresen y salgan del país.

Proceso Logístico

Una vez que el exportador haya obtenido la documentación requerida (acompañamiento y soporte) se procede a la etapa de pre embarque, una vez de haber aceptado el canal de aforo mismo que tiene un tiempo de 24 horas previo al ingreso de la mercancía a la zona primaria para posterior obtener la salida autorizada.

Para las negociaciones correspondientes al calzado de cuero se realizará la cotización de exportación en todos sus envíos ya que de esta forma se evitan riesgos de la operación comercial, en este documento se debe especificar la modalidad que se ha escogido para el envío de la mercadería, el tipo de artículo y embalaje, la fecha en la cual el producto se debe entregar, así como el lugar específico de entrega (Depende del Incoterm acordado).

Incoterm

| Incoterm | Embarque | Transporte | Seguro | Carga y Descarga | Aduana de Exportación | Aduana de Importación | Transporte Interno | Entrega |
|----------|----------|------------|--------|------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|---------|
| EXW | ✓ | | | | | | | |
| FCA | ✓ | ✓ | | | | | | |
| FAS | ✓ | ✓ | | | | | | |
| FOB | ✓ | ✓ | | | | | | |
| CFR | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | |
| CIF | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | |
| CPT | ✓ | ✓ | | | | | | |
| CIP | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | |
| DAP | | | | ✓ | | | | |
| DDP | | | | ✓ | ✓ | | | |
| DPU | | | | ✓ | | | | |

Figura 35. Tipos de incoterms. Tomada del sitio web COMEX 360

Free on Board (FOB)

Libre a bordo es un término comercial que indica si el vendedor o el comprador son responsables de los bienes dañados durante el envío (Kenton, 2018)

Transporte

En el modo de transporte existen diferentes medios que la mercancía puede ser enviada al lugar de destino. Para este tipo de mercancías se utiliza el transporte marítimo por lo que es prácticamente un medio económico para transportar grandes cantidades de puntos geográficamente muy distantes y tiene capacidad muy amplia para cargar de toneladas de los contenedores.

Tipo de carga

Los importadores y/o exportadores deben tomar en cuenta que existen dos tipos de carga, tales como:

- Carga de contenedor completo
- Contenedor de carga parcial

La carga de contenedor completo (FCL) es más beneficioso utilizar este tipo de carga por lo que la mercancía es más o menos superior a 15 m³ y el contenedor de carga parcial (LCL) es un el tipo de carga que un contenedor posee una carga compartida, la cual solo se realiza un pago por el espacio utilizado y existe un ahorro de costes. (Stock Logistic, 2017)

Operadores logísticos

Existen dos tipos de operadores logísticos, por un lado, están las empresas navieras prestan el servicio de transporte de mercancías marítima completa, mientras la consolidadora son empresas que se dedican al transporte de cargas marítimo, aéreo y terrestre, realizan el traslado de mercancías compartidas hacia otros países.

Duración de carga

Para el tiempo de transito depende de las navieras y de los puertos, que a continuación se puede observar:

Tabla 6.

Tiempo de tránsito del calzado de cuero hacia Alemania

| Agencia naviera | Puerto Hamburgo | Puerto Bremerhaven |
|----------------------------|-----------------|--------------------|
| Mediterranean Shipping CO. | 22 | 19 |
| Maersk line | 20 | 21 |
| CMA-CGM | 23 | 22 |
| HAPAG LLOYD | 23 | 29 |
| Evergreen | 53 | 51 |

Nota: Tiempo de tránsito en días del calzado de cuero hacia al mercado alemán. Adaptado al perfil logístico alemán, por PROECUADOR, 2017.

Tipo de empaque y contenedor

Para la exportación de este producto es necesario que el empaque sea de envase primario, el cual es cartón corrugado y el embalaje para el producto requiere papel sulfito de 21x52cm.

Para este tipo de mercancías se suele utilizar contenedor seco de 20´ (pies) que tiene un costo de \$2500 en FCL y \$1800 LCL

Principales puertos

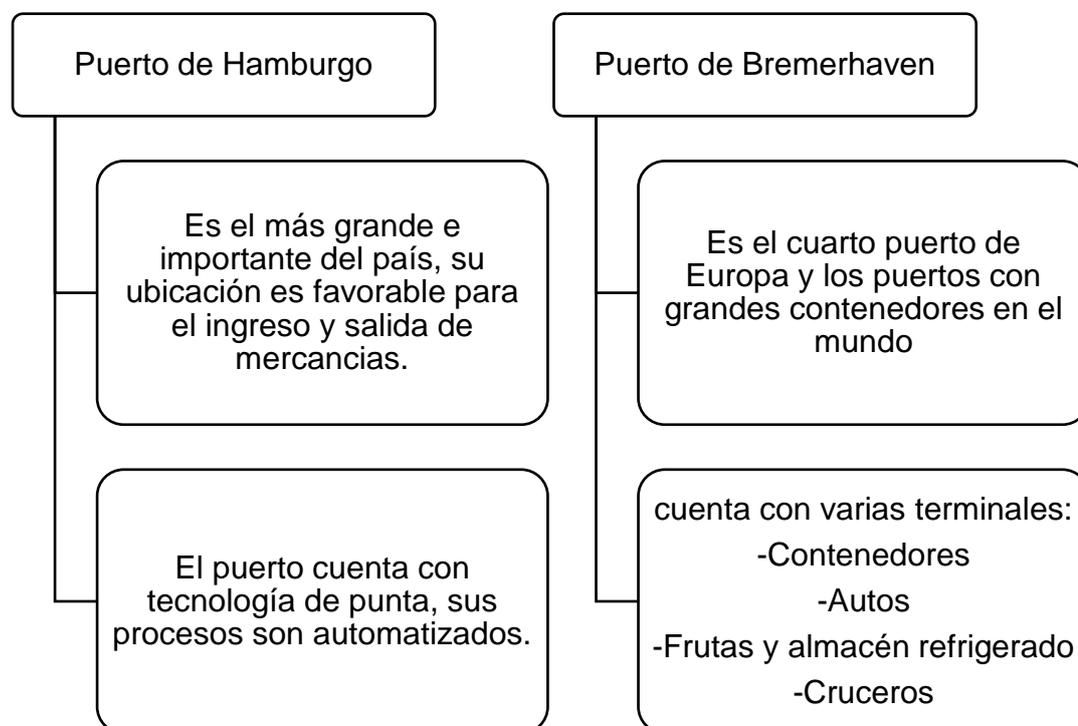


Figura 36. Descripción de puertos de Alemania. Tomada de Proecuador, 2017.

Cadena de Valor

La producción del cuero en el país se puede encontrar de dos formas: artesanal e industrial, mismas que forman la materia prima no solo para el calzado sino para vestimentas y accesorios. El proceso para obtener el principal elemento para el calzado toma varios días por lo que depende del tipo de cuero que se desea obtener, en el caso del calzado de cuero detallado en el presente trabajo el cuero a usar es el denominado pura flor el cual, se asemeja a lo más natural posible y de la mejor calidad para la elaboración del calzado.

El cuero pura flor se adquiere en las curtiembres de la ciudad de Ambato o en caso los grandes productores realizan el proceso completo, es decir compran la piel del ganado para ser ellos quienes produzcan la calidad y cantidad que desean para la elaboración del calzado. El cuero pura flor posee más beneficios cuando se elabora un zapato ya que su textura es más suave, así se obtiene un producto de mayor calidad y aceptabilidad en el mercado internacional.

Una vez finalizado el calzado y a su vez dada la negociación con el proveedor internacional se procede al correcto empaque y almacenamiento del calzado mismo que debe obtener las especificaciones y calidad acordada desde el inicio de la negociación. El zapato debe de estar en cajas individuales con sus correspondientes tallas y colores.

Previo al envío al puerto, el producto debe de contar con la documentación necesaria para el transporte terrestre dentro del país, y a su vez tener los documentos requeridos para realizar el proceso de exportación. Se procede al proceso de envío mediante transporte terrestre dentro del territorio ecuatoriano, cabe mencionar que el producto debe llegar al puerto marítimo de la ciudad de Guayaquil para lo cual le tomará aproximadamente cinco horas de viaje desde la ciudad de Ambato.

El destino del producto es Alemania, una vez que la mercadería llegue al puerto y se proceda con las inspecciones solicitadas por dicho país, el producto puede tener una libre comercialización por el territorio alemán.

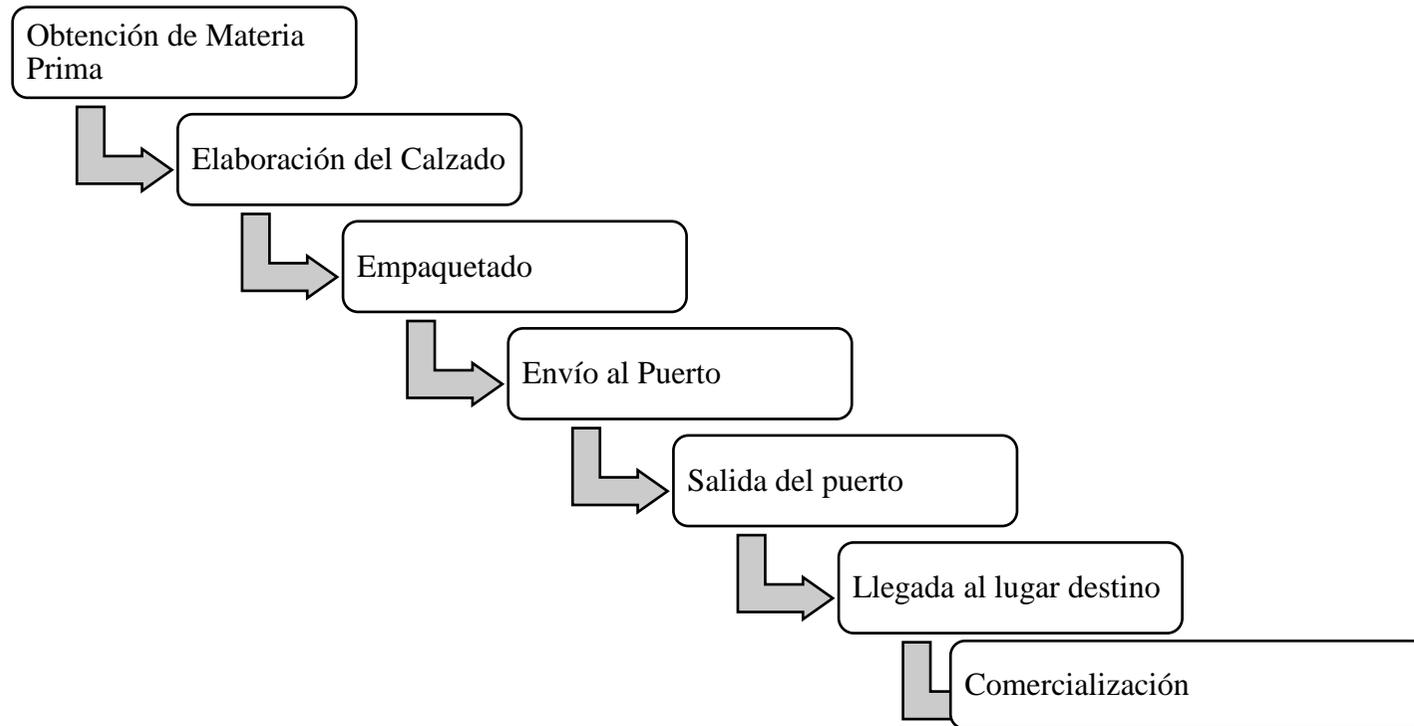


Figura 37. Cadena de valor del calzado de cuero. Elaborado por la autoras, 2019

Perfil de mercado alemán

Tabla 7.
Perfil del mercado alemán (Parte 1)

| <i>Perfil del mercado alemán de calzado de cuero para hombres desde Ecuador</i> | |
|---|--|
| <i>Análisis de la Oferta: Mercado Proveedor</i> | |
| Producto por ofertar | Calzado de hombre casual |
| Variiedad de Producto | Todas las tallas pero con énfasis en la talla 41 |
| Usos | Vestimenta |
| Insumos | Suela de caucho, cuero pura flor, cordones, hilos |
| Producción | Entre 15,000 a 30,000 cabezas de ganado son destinados para la producción de cuero pura flor |
| Factibilidad de transporte | Transporte marítimo para el envío a otros países |
| Mecánica de Disposición | Ambiente fresco |
| Mercado Competidor | Italia, Países Bajos, Francia, España |
| <i>Análisis de la Demanda: Alemania</i> | |
| Hábitos y motivaciones de compra | Por temporada, compran más en época de descuentos |
| Estacionalidad del Consumo | Descuentos |
| Población | 82,850,000 MILLONES |
| Ingresos familiares | 1,498.00€ |
| Segmentación | El calzado de cuero para hombres entre 18 a 65 años |
| Preferencias | Calzado de hombre casual |
| Perspectiva | Calzado de calidad y que resulte cómodo para el consumidor |
| Ingresos | Personas con ingresos altos, Alemania es considerada una de las potencias mundiales |
| Tendencia del mercado | Se muestra una alta tendencia de compras. |

Nota: Perfil consumidor alemán primera parte. Elaborado por las autoras, 2019.

Tabla 7.
Perfil del mercado alemán (Parte 2)

| Análisis de los Precios | |
|--|---|
| Manejo del Producto | El precio dispuesto a pagar por par de zapatos entre 101 a 150 euros |
| Precio de mercado en Ecuador | El calzado de cuero pura flor cuesta entre 25 a 30 dólares |
| Precio de mercado en Alemania | 190 euros |
| Costo de Transporte | \$2500FCL \$1800LCL |
| Análisis de la Comercialización | |
| Empaque y Embalaje | Empaque cartón corrugado y el embalaje necesita papel sulfito de 21x52cm. |
| Partidas Arancelarias | 640510, Los demás calzados, con la parte superior de cuero natural o regenerado |
| Cadena Logística | Productor Ecuatoriano- Comercializador Ecuatoriano-Exportador Ecuatoriano-Improtador Alemán-Comercializador Alemán-Minoristas o Mayorista y Consumidor Final Alemania |
| Certificaciones | Certificado de Origen EUR1 |
| Regímenes Políticos | Acuerdo Comercial entre el Ecuador y La Unión Europea. No tiene ningún arancel e impuesto extra este producto para la exportación |
| Comercialización | A través de tiendas físicas, ferias impulsadas por el importador |

Nota: Perfil consumidor alemán primera parte. Elaborado por las autoras, 2019.

Alemania es un país con una economía fuerte, el cual se clasifica en clases sociales por poder adquisitivo que es del \$0.77, el PIB por habitante es de \$48.10 es decir que se ubica en el puesto treinta y uno a nivel mundial.

Según lo mencionado en el párrafo anterior los consumidores alemanes poseen un alto nivel de vida, pero por otro lado también suelen ser óptimos en sus recursos. Se caracteriza por mostrar una tendencia en realizar compras frecuentes en tiendas que se encuentre en descuentos, se dejan persuadir por las ofertas que encuentren y no desaprovecha dicha oportunidad. Les gusta que el producto sea de buena calidad, transmita seguridad, y sobre todo confort. En la actualidad se preocupan por medio ambiente, el cual se dejan llevar por los productos ecológicos. El porcentaje por gasto de consumo en ropa y calzado es de una 4.7%.

Por el clima que existe en Alemania suelen usar calzado de cuero para cubrir sus pies de las temperaturas altas, es decir que los consumidores alemanes aprecian los productos derivados de cuero, su textura y versatilidad que denotan en su vestimenta, son muy detallistas al momento de escoger sus prendas de vestir.

La publicidad se puede enfocar más en la televisión ya que el consumidor alemán ocupa una parte del tiempo entre de tres horas o tres horas y media.

En cuanto a los negocios, para los alemanes es muy importante la formalidad y la puntualidad, por lo que eso demuestra respeto a las personas con las que se negocian. Por lo que esto respecta, el vestuario para hombres debe ser traje, corbata y zapatos formales y para las mujeres traje formal con blazer y zaparon de tacón.

Dentro de lo que comprende a una reunión de negocios, no se acostumbre a entregar obsequios, pero, por otro lado, en el caso que así lo desee en la entrega del obsequio se recomienda que no sea de alto costo más bien que sea un gesto de valor o aprecio.

En cuanto al saludo, los alemanes toman en consideración e importante al título profesional, por lo cual al saludar se debe decir "Señor/Herr", después el título que tuviese la persona y por ultimo su apellido.

Dentro de la cultura de negocios no es bien visto realizar bromas o utilizar ironía, por lo que esto representaría una falta de seriedad a la negociación, Los alemanes son

directos, francos o en ciertos casos tener niveles de superioridad, en lo cual en la negociación debe ser un transparente y prudente para manejar la situación.

Al cierre de un negocio para los alemanes no consideran la jerarquía de la empresa, toman la decisión a través de los comentarios que sugieren los profesionales y especialistas acerca del negocio.

Conclusiones

De acuerdo al estudio que se realizó en el sector de calzado de la ciudad de Ambato y el análisis de mercado de consumo alemán de zapatos de cuero, se puede concluir lo siguiente:

Como principal conclusión se determina que, es necesaria la elaboración de una guía de exportación para que, los pequeños y medianos productores de calzado tengan a su disposición la información necesaria y a su vez que consideren los procesos de exportación, calidad del producto, y acuerdos vigentes.

El calzado de cuero en el país tiene una vasta producción principalmente en la región sierra, solo en la provincia de Tungurahua existen 5800 empresas dedicadas a la elaboración de calzado, siendo esta pionera en la compra de cuero a nivel nacional, cabe mencionar que para la elaboración de un calzado de alta calidad se debe usar cuero pura flor, mismo que no tiene producción en un alto volumen, solamente entre el 5% y 10% del ganado es destinado a la producción de este tipo de cuero.

Las pequeñas y medianas empresas aportan a la economía en el país, actualmente el 42% de las empresas en el país pertenecen a las PYMES, la industria del calzado es una de las cuales se mantiene a través del tiempo, el cantón Ambato produce 24 millones de pares de zapatos al año mismo que representa más del 60% de la producción nacional.

La elaboración de calzado toma entre tres y cinco días desde la obtención de la materia prima hasta el envío del producto, los productores de acuerdo al tamaño de sus negocios realizan entre diez y setenta pares de zapatos los cuales son enviados en su mayoría a nivel nacional, especialmente hacia las grandes ciudades como Guayaquil, Quito y Cuenca, por su parte los grandes productores obtienen entre cien a quinientos pares de zapatos al día lo cual crea una visible ventaja sobre los pequeños productores.

El precio de venta en el mercado nacional influye del tipo de material que se haya utilizado para la elaboración del calzado, el precio por un par de zapatos de cuero

puede estar valorado entre \$35 a \$80, el zapato que se elabora para el mercado internacional tiende a ser más caro puesto que se usan mejores materiales e insumos.

A pesar de que existe una oferta exportable del calzado de cuero hacia el mercado alemán, se puede colegir que no hay una propuesta exacta de exportación por parte del mercado ecuatoriano, ya que el sector tiene afectaciones por las malas gestiones gremiales a las cuales ha pertenecido.

El calzado de cuero elaborado en Ambato es reconocido a nivel nacional e internacional por la producción de estos con materia prima de alta calidad, a pesar de que el calzado tiene buena reputación y acogida, a nivel nacional la industria se ve afectada por el ingreso de calzado sintético el cual provoca que los consumidores nacionales tengan preferencia por un producto de menor costo, en el año 2017 Ecuador importó 2.89 millones de dólares en calzado de cuero.

Las exportaciones hacia el mercado alemán tienen acogida sobre todo en materia prima, en el año 2017 se exportó desde Ecuador más de 500 mil dólares, los principales productos son las frutas y vegetales congelados y en bruto. El acuerdo en el cual el país se encuentra suscrito hace que los productos desde Ecuador no paguen aranceles a su ingreso a la Unión Europea.

Se concluye que, para continuar con las negociaciones internacionales entre ambos países, los productores de calzado deben mantener la calidad establecida desde el inicio de los requerimientos solicitados por el importador ya que, las exigencias con las cuales se caracteriza el mercado son puntuales para el consumidor final. No se puede usar otro tipo de cuero en la elaboración del calzado puesto a que no tendría la misma textura y acabado final.

Recomendaciones

El sector de calzado, a pesar de que tiene potencial para exportar, muestra su preocupación por el poco incentivo gubernamental para obtener capacitaciones y formación como artesanos especializados en calzado así mismo se recomienda la adecuación del taller con maquinarias para que aporte con un mejor acabado y también agilítase la producción

Se sugiere a las diferentes asociaciones de calzado del país brindar soporte, así como incentivos a las pequeñas empresas ya que existe una producción limitada misma que puede llegar a ser explotada, se debe considerar que este sector es atractivo en mercados internacionales.

Se recomienda seguir los pasos detallados en la guía de exportación para realizar un correcto procedimiento y que el producto tenga una buena acogida en el lugar de destino.

Se aconseja enfocarse en los posibles mercados potenciales alrededor del mundo, así como desarrollar técnicas que generen valor agregado a los diferentes derivados del cuero, para que en pocos años el país sea caracterizado no solo por el calzado sino por otros productos los cuales la materia prima sea el cuero.

La implementación de políticas nacionales que aporten en brindar seguridad y estabilidad económica al sector de calzado nacional, ya que el sector se siente amenazado por el ingreso de productos sustitutos del cuero, mismos que tienen un costo inferior al producto nacional.

Incrementar la promoción de calzado de cuero a nivel internacional, dar a conocer los tipos de calzado que se realizan en el país así mismo exhibir el proceso de producción y calidad de cada producto.

El mercado alemán es uno de los más exigentes alrededor del mundo, el consumidor tiende a la preocupación de la procedencia de lo que va a consumir, así mismo es riguroso con las medidas de seguridad implementadas en los procedimientos para la elaboración de productos internacionales, las exigencias son parte de un largo

proceso que las industrias ecuatorianas deben seguir para cumplir con lo solicitado por el cliente.

Referencias

- Asamblea Nacional del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/private/asambleanacional/filesasambleanacionalnameuid-29/2018-08-01-constitucion-reformada.pdf>
- Banco de la República Colombia. (2013). Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-produccion>
- BCRP. (2018). *Banco Central de Reserva del Perú*. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Guia-Metodologica/Guia-Metodologica-07.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera ed.). Bogota, Colombia : Pearson Education. Obtenido de <file:///C:/Users/Karol/Downloads/LIBRO%20METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION.pdf>
- Caltu. (22 de Junio de 2017). El 65% del calzado nacional se elabora en Tungurahua. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/el-65-del-calzado-nacional-se-elabora-en-tungurahua>
- Cámara de Industrias de Tungurahua. (2011). *Estudio sector textil-onfección, cuero y calzado y metalmecanico carroceros de Tungurahua*. Ambato. Obtenido de https://issuu.com/gialrod/docs/estudio_-_estadisticas_tungurahua
- Campos , M. (2013). Producción Ganadera. [Tesis de agronomía]. Instituto universitario de tecnología "José Antonio Anzoátegui", Anzoátegui, Venezuela . doi:http://www.academia.edu/4654181/PRODUCCION_GANADERA
- Cevallos, J. (01 de Noviembre de 2018). *Modaes Latinoamerica*. Obtenido de <https://www.modaes.com/back-stage/lilia-villavicencio-caltu-el-calzado-ecuatoriano-tiene-que-exportar-para-sobrevivir.html>
- Cibertec. (04 de 2014). Obtenido de <https://administration21.files.wordpress.com/2014/04/manual-2014-i-01-negocios-internacionales-0392.pdf>
- COIP. (2017). *Ministerio de Justicia*. Obtenido de https://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CEDAW/Shared%20Documents/EQU/INT_CEDAW_ARL_EQU_18950_S.pdf
- COPCI. (Jueves de Mayo de 2011). *Cancilleria*. Obtenido de <https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>
- Cue Mancera, A. (2015). *Negocios internacionales en un mundo globalizado* (Primera ed.). México, México: Grupo editorial Patria . Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=XNBUCwAAQBAJ&pg=PA266&dq=Exportar+con+%C3%89xito&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjUnrWTKvbgAhUI2FkKHcNJBByoQ6AEIQjAF#v=onepage&q=Exportar%20con%20%C3%89xito&f=false>

- Czinkota, M. R., Ronkainen, I. A., Moffett, M. H., & Ortiz Staines, M. (2007). *Negocios Internacionales* (Séptima ed.). México: Cengage Learning.
- Daniels, J., Radebaugh, L., Sullivan, D., & Carril Villareal, M. (2010). *Negocios Internacionales* (Decimosegunda ed.). México D.F., México: Pearson Educación.
- Economipedia. (14 de Mayo de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- Eurostat. (2018). Obtenido de <https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&plugin=1&language=en&pcode=tps00001>
- Georjon, F. (09 de 01 de 2016). Obtenido de <https://ozapato.com/tipos-de-cuero/>
- González López, I. (2016). *Gestión del comercio exterior de la empresa: manual teórico y práctico* (Tercera Edición ed.). Madrid: ESIC. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=57ABAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comercio+exterior&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKewiih4Sk-MreAhVtIMKHdBNAZgQ6AEIJzAA#v=onepage&q=comercio%20exterior&f=false>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). Mexico D.F., Mexico: McGraw-Hill. Obtenido de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS . (JULIO de 2011). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/CENEC/Presentaciones_por_ciudades/Presentacion_Ambato.pdf
- Internacional, F. M. (Octubre de 2018). Obtenido de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/weo1018s.pdf>
- Kast, F. E., & Rosenzweig, J. E. (1987). *Administración en las organizaciones: un enfoque de sistemas y de contingencias* (Cuarta ed.). México: McGraw-Hill.
- Kenton, W. (Abril de 2018). *Investopedia* . Obtenido de <https://www.investopedia.com/terms/f/fob.asp>
- Larrea Estrada, F. (2013). *Elementos del comercio internacional* . Quito, Pichincha, Ecuador : SERTECPET.
- LEXI. (9 de Junio de 1997). Obtenido de http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/LEY_DE_COMERCIO_EXTERIOR_E_INVERSIONES_LEXIS.pdf
- Long, D. (2013). *Logística internacional: administración de la cadena de abastecimiento global*. México: Limusa.
- López , G. (2010). Población por sexo, según provincia, parroquia y cantón de empadronamiento. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Mankiw, N. (2012). *Principios de economía*. México D.F., México: Cengage Learning.

- Martínez Aldana, C., Corredor Villalba, Á., & Herazo Cueto, G. (2006). *Negocios internacionales: estrategias globales*. Bogotá, Colombia: Universidad Santo Tomás Facultad de Economía .
Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=TvCLGbfDRIEC&pg=PT61&dq=desventajas+y+ventajas+d+e+exportar&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjOr7XEqMfeAhUJ74MKHRZ-DgoQ6AEIPjAE#v=onepage&q=desventajas%20y%20ventajas%20de%20exportar&f=false>
- MINAGRI. (2015). *Ministerio de Agricultura y Riego*. Obtenido de <http://minagri.gob.pe/portal/objetivos/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2016). Obtenido de https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/12/BOLETI%CC%81N-INFORMATIVO_EUR-1-FINAL-1.pdf
- Ministerio de industrias y productividad . (2015). *Oportunidad para conocer a la industria del calzado ecuatoriano con calidad*. Boletín 131. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/bp131-ficce-2015-oportunidad-para-conocer-a-la-industria-del-calzado-ecuatoriano-con-calidad/>
- MIPRO. (04 de 2015). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/fase-3/>
- MONEY, C. (2013). Obtenido de <https://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/>
- Namakforoosh, M. N. (2015). *Metodología de la El proceso de la investigación científica incluye evaluación y administración de proyectos de investigación*. Mexico: Limusa.
- Nosis trade. (2018). Obtenido de <https://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Ecuador/calzado-de-cuero--calzado-con-suela-de-caucho-plastico-cuero-natural-o-regenerado-y-parte-superior-d/EC/6403>
- OECD. (2016). *Observatory of Economic Complexity*. Obtenido de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/hs92/6403/>
- OMC. (08 de 10 de 2017). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de OMC
- Ordoñez Cuenca, P. (2018). Proceso de exportación de café en grano variedad arábica desde el Ecuador hacia el mercado de Estados Unidos. *[Tesis de ingeniería]*. Universidad Técnica de Machala, Mahala, Ecuador.
- Orth, M. (16 de Julio de 2018). *Deutschland*. Obtenido de <https://www.deutschland.de/es/topic/economia/por-que-es-tan-fuerte-la-economia-alemana-siete-razones>
- Palacios Molina , D., & Reyes Vélez , P. (22 de 06 de 2016). Obtenido de <file:///C:/Users/Karol/Downloads/Dialnet-CambioDeLaMatrizProductivaDelEcuadorYSuEfectoEnEIC-5761576.pdf>
- Platas García , J., & Cervantes Valencia , M. (2014). *Planeación Diseño y Layout de instalaciones* (Primera ed.). México, México: Grupo editorias patria . Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=6jnABgAAQBAJ&pg=PA248&dq=manufactura+concepto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiikf7xmfbgAhWptlkKHcJkBHkQ6AEIPzAE#v=onepage&q&f=false>

- Ponce Vergara , R. (2013). *Dotación de factores y la teoría de Heckscher-Ohlin*. Universidad Autónoma Juan Misael. Obtenido de
file:///C:/Users/home/Downloads/1100307739.TEMAS%20N%C2%BA%201-5.pdf
- Prieto Herrera , J. (2013). *Investigación de mercados* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia : Ecoe Ediciones. doi:https://books.google.com.ec/books?id=xY__AQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=mercado+meta+2013&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEWjy_puSwfrgAhVorlkKHehAA44ChDoAQguMAE#v=onepage&q&f=false
- PROECUADOR. (23 de JULIO de 2018). Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-de-alemania/>
- Quiroz, L. (15 de Mayo de 2012). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de <http://pucae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/13-teoria-neoclasica/18-fundamentos-del-model-economico-h-0-modelo-heckscher-ohlin>
- Rocha Muñoz, C. (2015). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Oxford University Press Mexico.
- Rodríguez Moguel, E. (2005). *Metodología de la investigación: la creatividad, el rigor del estudio y la integridad son factores que transforman al estudiante en un profesional de éxito*. Tabasco, México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=r4yrEW9Jhe0C&pg=PA29&dq=metodo+inductivo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiQ-NCn9Z_gAhVGq1kKHbuRBVIQ6AEINzAD#v=onepage&q=metodo%20inductivo&f=false
- S. d. (2017). Obtenido de http://appscvsmovil.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul
- Salazar, D., Cuichán, M., Ballesteros, C., Márquez, J., & Orbe , D. (2017). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua 2017*. INEC. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac_2017/Informe_Ejecutivo_ESPAC_2017.pdf
- Santander, B. (Noviembre de 2018). Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/alemania/politica-y-economia>
- Semplades. (22 de 09 de 2017). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. (Semplades, Ed.) Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- SENAE. (Abril de 2017). *Secretaría Nacional de Aduanas del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- SENAE. (7 de Noviembre de 2018). *SENAE*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Soler, D. (2014). *Guía práctica: Las reglas incoterms 2010*. Marge Books. doi:<https://books.google.com.ec/books?id=BemRDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=incoterms&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiPt6LW-7TgAhXlxkKHQGeBDIQ6AEIljAB#v=onepage&q=incoterms&f=false>
- Stock Logistic. (26 de Junio de 2017). Obtenido de <https://www.stocklogistic.com/la-carga-fcl/>

- Sulser Valdéz, R., & Pedroza Escandón, J. (2011). *Exportación efectiva*. Ediciones Fiscales ISEF. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=xAUmAgalnHAC&pg=PA67&dq=mercado+meta+definicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiZ4eOt7bTgAhVluVkkHccpA1sQ6AEIJzAA#v=onepage&q=mercado%20meta%20definicion&f=false>
- Tamayo y Tamayo, M. (2009). *El proceso de la investigación científica incluye evaluación y administración de proyectos de investigación*. Mexico: Limusa .
- TRADE MAP. (s.f.). Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Tugores Ques, J. (2002). *Economía internacional: globalización e integración regional* (Quinta ed.). Madrid, España: McGraw-Hill.
- Union Europea. (2014). *Acuerdo Comercial*. Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/CARTILLA-UNION-EUROPEA-1.pdf>
- Van Steen, M., & Saurenbach, C. (2017). *Acuerdo Comercial*. Publicación de la Delegación de la Unión Europea en Ecuador. Obtenido de https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/cartilla_acuerdo_comercial_ue-ecuador_0.pdf
- Villavicencio, L. (5 de Diciembre de 2018). Ambato contará con un nuevo polo de desarrollo industrial para el cuero y calzado. (M. Moreta, Ed.) Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ambato-polo-desarrollo-cuero-calzado.html>
- Will, K. (25 de 04 de 2018). Obtenido de <https://www.investopedia.com/terms/b/bot.asp>

APENDICE

Apéndice A- Diseño de encuesta

Sexo:

Edad:

1. Seleccione su talla de zapato:
35 36 37 38 39 40 41
42 43 44 45 46 47
2. ¿Encuentra fácilmente en las tiendas su talla?
Sí No
3. ¿Necesita calzado especial?
Sí No
4. ¿Cuántos pares de calzado tiene usted?
Menos de 5 6 a 15 16 a 25 Más de 25
5. ¿Con que frecuencia adquiere calzado?
Semanal Mensual Bimestral Trimestral
Semestra Anual
6. ¿Cuántos pares de calzado suele adquirir en cada compra?
1 2 3 Más de 3
7. Al momento de comprar calzado, ¿Qué es lo más importante para usted?
Precio Calidad Moda Comodidad
Exclusividad
8. ¿Cuánto está dispuesto a gastar por un par de calzado?
50€ 51€ a 80€ 81€ a 100€ 101€ a 150€
Más de 151€
9. ¿Cuál es su método de pago para adquirir el calzado?
Efectivo Tarjeta PayPal
10. ¿Dónde le gusta ir a comprar calzado?
Tienda física Tienda Online
11. ¿Cuándo adquiere su calzado?
Rebaja o No Rebaja Otras
Descuento ocasiones

12. ¿Cuál es el material de su preferencia al adquirir un calzado?
 Cuero natural Cuero Sintético Cuero gamuza
 Tela Caucho
13. ¿Cuál es su modelo de preferencia en calzado
 Botas/Botines Mocasin Oxford Ortopedicos Deportivos
 Brogue Sandalia Monk Casual Tacón
 Balletrinas
14. Cuando adquiere un calzado, tiene en consideración en usar:
 Producción nacional Producción extranjera
15. Marca de calzado que usualmente usted compra:
 Reiker Stiefel Addidas Dockers
 Zanzibar Mustang Venturini Milano
 Birkenstock Zeha Rover Bär Schuhe
16. ¿Consume usted calzado de cuero natural?
 Sí No
17. ¿Estaría dispuesto a usar calzado de cuero natural ecuatoriano?
 Sí No
18. ¿Cuánto está dispuesto a gastar en un calzado de cuero natural ecuatoriano?
 60€ 61€ a 90€ 91€ a 120€ 121€ a 140€
 Más de 141€

Apéndice B – El diseño y análisis de las preguntas aplicadas en la entrevista



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Entrevista Productor: Manuel Salazar

1. ¿Cuántos años tiene en la profesión de calzado de cuero?

20 años

**2. ¿Qué tipo de modelo zapatos usted elabora? ¿Cuál es el más vendido?
¿Tipo –modelo, colores?**

Las botas y botines para mujer en taco número 5, en cuanto al color es el más vendido en color negro, pero también café, miel y azul.

3. ¿Es un negocio familiar o empresa?

Es negocio familiar

4. ¿Cuántos días le toma elaborar un par de zapatos?

Se trabaja en serie, en un día se produce 10 pares de zapato.

5. ¿Dónde obtiene la materia prima (cuero)?

En las curtiembres localizadas en Ambato.

6. ¿Vende sus productos a otras provincias?

Si, Quito, Cuenca y Loja.

7. ¿Ha vendido sus productos a otro país?

No, por intermedio de otras personas he enviado.

8. De acuerdo a su punto de vista, los consumidores nacionales son diferentes de los extranjeros ¿Si o No ¿Por qué??

Si, el extranjero busca la comodidad del zapato y que este bien confeccionado.

9. ¿Le gustaría exportar a mayor escala su producción? Sí, no y por qué

Si hubiera la oportunidad, lo haría.

10. ¿Conoce cuáles son los procesos a seguir para exportar?

No conozco los procesos para exportar, si desearía que haya una guía de exportación para conocer los procesos a seguir.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Entrevista Productor: Calzado Torres y Torres

1. ¿Cuántos años tiene en la profesión de calzado de cuero?

18 años

**2. ¿Qué tipo de modelo zapatos usted elabora? ¿Cuál es el más vendido?
¿Tipo –modelo, colores?**

Se produce zapatos de hombre y mujer, el de mujer se vende mucho más a comparación del hombre.

3. ¿Es un negocio familiar o empresa?

Es un negocio familiar.

4. ¿Cuántos días le toma elaborar un par de zapatos?

Se produce 24 pares de zapatos al día.

5. ¿Dónde obtiene la materia prima (cuero)?

En las curtiembres localizadas en Ambato.

6. ¿Vende sus productos a otras provincias?

Si, Quito y Guayaquil.

7. ¿Ha vendido sus productos a otro país?

No.

- 8. De acuerdo a su punto de vista, los consumidores nacionales son diferentes de los extranjeros ¿Si o No ¿Por qué??**

No creo que hay ninguna diferencia.

- 9. ¿Le gustaría exportar a mayor escala su producción? Sí, no y por qué**

En algún momento si lo haría.

- 10. ¿Conoce cuáles son los procesos a seguir para exportar?**

No conozco los procesos, no me gustaría una guía para exportar ya que el país se vende todo lo que produzco.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Entrevista Productor: Daniel Martinez Calzado Gusmar

- 1. ¿Cuántos años tiene en la profesión de calzado de cuero?**

30 años

- 2. ¿Qué tipo de modelo zapatos usted elabora? ¿Cuál es el más vendido?
¿Tipo –modelo, colores?**

La fábrica hace casual y urbano de hombre y deportivo de mujer.

- 3. ¿Es un negocio familiar o empresa?**

Es un negocio familiar.

- 4. ¿Cuántos días le toma elaborar un par de zapatos?**

Se produce 115 pares de zapatos al día.

- 5. ¿Dónde obtiene la materia prima (cuero)?**

En las curtiembres localizadas en Ambato y Latacunga.

- 6. ¿Vende sus productos a otras provincias?**

Si, abarcamos a todo el país.

7. ¿Ha vendido sus productos a otro país?

No, solo nacional.

8. De acuerdo a su punto de vista, los consumidores nacionales son diferentes de los extranjeros ¿Si o No ¿Por qué??

Si, el extranjero valora el calzado de cuero a comparación del consumidor nacional.

9. ¿Le gustaría exportar a mayor escala su producción? Sí, no y por qué

Si, ya que así conocen la calidad del zapato ecuatoriano.

10. ¿Conoce cuáles son los procesos a seguir para exportar?

No conozco los procesos, si me gustaría tener una guía de exportación para calzado de cuero.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Entrevista Productor: Jorge Pérez

Calzado Ladyrose

1. ¿Cuántos años tiene en la profesión de calzado de cuero?

20 años

**2. ¿Qué tipo de modelo zapatos usted elabora? ¿Cuál es el más vendido?
¿Tipo –modelo, colores?**

Realizamos calzado para mujer, nuestra especialización es botas, botines, cañas medias y cañas altas para damas. El color negro más vendido.

3. ¿Es un negocio familiar o empresa?

Es un negocio familiar

4. ¿Cuántos días le toma elaborar un par de zapatos?

Se produce al momento 500 pares de zapatos mensual, pero la fábrica abarca hasta 3000 pares de zapatos mensual.

5. ¿Dónde obtiene la materia prima (cuero)?

En las curtiembres localizadas en Ambato.

6. ¿Vende sus productos a otras provincias?

Si, en la parte de la sierra ecuatoriana por ejemplo en Quito, Cuenca y en el oriente, en la costa se vende zapato de trabajo.

7. ¿Ha vendido sus productos a otro país?

Si

8. De acuerdo a su punto de vista, los consumidores nacionales son diferentes de los extranjeros ¿Si o No ¿Por qué??

Si, en Brasil le gusta el confort, Italia se rige más por el diseño y EE. UU les gusta más zapato deportivo y casual.

9. ¿Le gustaría exportar a mayor escala su producción? Sí, no y por qué

Sí, es uno de los sueños más grande de la fábrica, si hemos buscado la forma de entrar al mercado, pero lamentablemente no se ha podido alcanzar ese mercado.

10. ¿Conoce cuáles son los procesos a seguir para exportar?

Si conozco los procesos de exportación, no hay inconveniente en ello ya que se puede contratar un afianzado de aduana el problema es no saber acerca del mercado existente, si sería útil una guía de exportación para calzado de cuero.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Entrevista Productor: Luis Choco

Calzado Jairo

1. ¿Cuántos años tiene en la profesión de calzado de cuero?

18 años

- 2. ¿Qué tipo de modelo zapatos usted elabora? ¿Cuál es el más vendido?
¿Tipo –modelo, colores?**

Nosotros realizamos según la tendencia que se presenta, el más vendido el zapato casual de hombre, se vende en colores negro y café.

- 3. ¿Es un negocio familiar o empresa?**

Es un negocio familiar.

- 4. ¿Cuántos días le toma elaborar un par de zapatos?**

Se produce 72 pares diarios.

- 5. ¿Dónde obtiene la materia prima (cuero)?**

En las curtiembres localizadas en Ambato.

- 6. ¿Vende sus productos a otras provincias?**

Si, a Quito, Riobamba y Guayaquil.

- 7. ¿Ha vendido sus productos a otro país?**

No

- 8. De acuerdo a su punto de vista, los consumidores nacionales son diferentes de los extranjeros ¿Si o No ¿Por qué??**

Si, por que los extranjeros son más exigentes en cuanto a los materiales.

- 9. ¿Le gustaría exportar a mayor escala su producción? Sí, no y por qué**

Sí, me gustaría exportar para que conozcan mi producto.

- 10. ¿Conoce cuáles son los procesos a seguir para exportar?**

No conozco los procesos de exportación, si me gustaría una guía para exportar y conocer más el mercado.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Entrevista Productor: Mónica Caisa

Calzado Jairo

1. ¿Cuántos años tiene en la profesión de calzado de cuero?

15 años

**2. ¿Qué tipo de modelo zapatos usted elabora? ¿Cuál es el más vendido?
¿Tipo –modelo, colores?**

Fabricamos zapato de hombre, casual, formal y sport, el más vendido es el casual en color en negro y café.

3. ¿Es un negocio familiar o empresa?

Es un negocio familiar.

4. ¿Cuántos días le toma elaborar un par de zapatos?

Se produce 100 pares diarios.

5. ¿Dónde obtiene la materia prima (cuero)?

En las curtiembres localizadas en Ambato.

6. ¿Vende sus productos a otras provincias?

Si, a nivel nacional.

7. ¿Ha vendido sus productos a otro país?

No he vendido zapatos a otro país, he vendido a los extranjeros que nos visitan a la ciudad.

8. De acuerdo a su punto de vista, los consumidores nacionales son diferentes de los extranjeros ¿Si o No ¿Por qué??

Si, los extranjeros son más exigentes en cuanto al diseño.

9. ¿Le gustaría exportar a mayor escala su producción? Sí, no y por qué

Sí, me gustaría exportar para que conozcan mi producto.

10. ¿Conoce cuáles son los procesos a seguir para exportar?

Si conozco los procesos de exportación y me gustaría que haya una guía de exportación más que todo para conocer el mercado meta.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Entrevista Productor: Daniel Núñez

calzado Dacris

1. ¿Cuántos años tiene en la profesión de calzado de cuero?

25 años

**2. ¿Qué tipo de modelo zapatos usted elabora? ¿Cuál es el más vendido?
¿Tipo –modelo, colores?**

Calzado para damas y caballeros, las botas son las más vendidas, en diferentes colores negro, miel, café y vino.

3. ¿Es un negocio familiar o empresa?

Es negocio familiar.

4. ¿Cuántos días le toma elaborar un par de zapatos?

Se elabora 100 pares.

5. ¿Dónde obtiene la materia prima (cuero)?

En las curtiembres localizadas en Ambato.

6. ¿Vende sus productos a otras provincias?

Si en toda la sierra.

7. ¿Ha vendido sus productos a otro país?

No

8. De acuerdo a su punto de vista, los consumidores nacionales son diferentes de los extranjeros ¿Si o No ¿Por qué??

Si, el extranjero busca la comodidad del zapato y que este bien confeccionado.

9. ¿Le gustaría exportar a mayor escala su producción? Sí, no y por qué

Si hubiera la oportunidad, lo haría, tendría que producir más pares de calzado.

10. ¿Conoce cuáles son los procesos a seguir para exportar?

No conozco los procesos para exportar, si desearía que haya una guía de exportación para conocer los procesos a seguir.

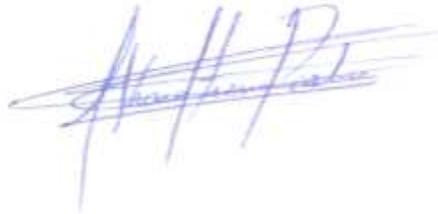
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Tierra Piedra, Karol Thalía**, con C.C: # **0925502668** autor/a del trabajo de titulación: **Elaboración de una guía para la exportación de calzado de cuero al mercado alemán**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **22 de marzo del 2019**



f. _____

Nombre: **Tierra Piedra, Karol Thalia**

C.C: **0925502668**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Vargas Santana, Joselyn Raquel** con C.C: # **0941196750** autor/a del trabajo de titulación: **Elaboración de una guía para la exportación de calzado de cuero al mercado alemán** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **22 de marzo del 2019**

f. _____

Nombre: **Vargas Santana, Joselyn Raquel**

C.C: **0941196750**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

| | | | |
|--|--|--|----|
| TEMA Y SUBTEMA: | Elaboración de una guía para la exportación de calzado de cuero al mercado alemán. | | |
| AUTOR(ES) | Tierra Piedra Karol Thalia y Vargas Santana Joselyn Raquel | | |
| REVISOR(ES)/TUTOR(ES) | Ec. Gutiérrez Candela Glenda Mariana, Mgs | | |
| INSTITUCIÓN: | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil | | |
| FACULTAD: | Facultad de Especialidades Empresariales | | |
| CARRERA: | Comercio y Finanzas Internacionales | | |
| TITULO OBTENIDO: | Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe | | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: | 22 de marzo de 2019 | No. DE PÁGINAS: | 63 |
| ÁREAS TEMÁTICAS: | Comercio y relaciones internacionales, Análisis de investigación de Mercados, Legislación aduanera y Logística. | | |
| PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS: | Guía de exportación, calzado, cuero, Alemania, matriz productiva, Ecuador. Export guide, footwear, leather, Germany, productive matrix, Ecuador. | | |
| RESUMEN/ABSTRACT: | <p>El presente proyecto de investigación tiene como objetivo realizar una guía de exportación para calzado de cuero natural de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua. El crecimiento del sector artesanal e industrial, ha variado su calidad de producción desde los insumos hasta las maquinarias para dar un mejor producto terminado, lo cual también ha permitido tener una eficiencia en su producción y entrega por los nuevos cambios que implementan a través de las capacitaciones para cumplir con nuevos estándares de calidad y moda, muchos años atrás el sector de producción de calzado de cuero ha sido descuidado por el gobiernos y ministerio, con la creación de las asociaciones y gremios este sector ha incrementado su producción. Se escogió el mercado de Alemania, por tener una alta importación de materia prima en este caso de cuero y sus derivados para producir calzado de todo tipo, por otro lado, también cuenta un acuerdo comercial entre Ecuador y Alemania, el acuerdo multipartes de la unión europea, es un beneficio para el Ecuador tanto para exportaciones e importaciones. A través de las encuestas se dio a conocer los gustos y preferencias del consumidor alemán en calzado de cuero. El proyecto de investigación se detallará acerca de todos los pasos necesarios previo y durante a una exportación para los productores de calzado en Ecuador hacia el mercado alemán. Finalmente, se detallarán las conclusiones y recomendaciones que servirá para mejorar el sector de calzado de cuero del país y realizar una exportación adecuada para calzado.</p> <p>The objective of this research project is to produce an export guide for natural leather footwear from the city of Ambato, province of Tungurahua. The growth of the artisanal and industrial sector, has varied its quality of production from the inputs to the machinery to give a better finished product, which has also allowed to have an efficiency in its production and delivery by the new changes that they implement through the training to meet new standards of quality and fashion, many years ago the leather footwear production sector has been abandoned by the government and ministry, with the creation of associations and associations this sector has increased its production. The German market was chosen, because it has a high import of raw material in this case of leather and its derivatives to produce footwear of all kinds, on the other hand, also has a trade agreement between Ecuador and Germany, the multipart agreement of the union European, it is a benefit for Ecuador for both exports and imports. Through the surveys, the tastes and preferences of the German consumer in leather footwear were made known. The research project will be detailed about all the necessary and previous steps for an export for footwear producers from Ecuador to the German market.</p> <p>Finally, the conclusions and recommendations that will serve to improve the leather footwear sector of the country and make an adequate export for footwear will be detailed</p> | | |
| ADJUNTO PDF: | <input checked="" type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO | |
| CONTACTO CON AUTOR/ES: | Teléfono: +593-99-213-3777 +593-98-516-0524 | E-mail: karitotierra_@hotmail.com joselyn.raquel2102@gmail.com | |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):: | Nombre: Econ. Coello Cazar, David, M.B.A Teléfono: +593-4-2222024, 2222025 (Call center) ext. 5129 – 5021 PBX: 043804600 E-mail: david.coello@cu.ucsg.edu.ec | | |