

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
COMERCIAL INTERNACIONAL**

“Demanda de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de
Tulcán y su comercialización desde China”.

Tesis de grado previa la obtención del
título de Ingeniero en Comercio Exterior y
Negociación Comercial Internacional.

AUTOR: Jonathan Fernando Urresta Rosero

ASESOR: Msc. Freddy Quinde Sari

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2014

CERTIFICADO

Certifico: El estudiante Jonathan Fernando Urresta Rosero con el número de cédula 0401587324 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: **“DEMANDA DE CALZADO DEPORTIVO EN MARCAS RECONOCIDAS EN LA CIUDAD DE TULCÁN Y SU COMERCIALIZACIÓN DESDE CHINA.”**.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Msc. Freddy Quinde Sari
Tulcán, 30 de octubre de 2014

AUTORÍA DEL TRABAJO

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Jonathan Fernando Urresta Rosero con cédula de identidad número 040158732-4 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Jonathan Fernando Urresta Rosero
Tulcán, 30 de octubre del 2014

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo, Jonathan Fernando Urresta Rosero, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente, declaro conocer y aceptar la resolución del consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realice a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, 30 de octubre del 2014.

Jonathan Fernando Urresta Rosero
CI 040158732-4

AGRADECIMIENTO

Mi sentido de agradecimiento está dirigido en primer lugar a Dios, porque a través de su voluntad estoy cursando otra etapa más, la Universidad, y por las metas cumplidas hasta ahora, mismas que me han servido de inspiración para culminar otras metas trazadas en mi vida. Le agradezco a quien se convirtió en el puente para el logro esta gran meta, a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a su representante, Dr. Hugo Ruiz, por su gran labor demostrada en beneficio del estudiante carchense. De la misma manera, a todos los docentes quienes la integran y en especial a los docentes de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

A mi asesor de Tesis Msc. Freddy Quinde, quien se ha convertido en un gran amigo, con su experiencia, sabiduría se convirtió en un pilar y guía muy importante; sus consejos, ideas, sugerencias me ha sido de mucha utilidad para la correcta toma de decisiones en el desarrollo del presente tema de investigación.

Al PhD Tomás Sánchez, porque gracias a su amistad sincera y a sus consejos me ayudaron a centralizar mis ideales y anhelos, siendo un guía que siempre me brindó su apoyo incondicional, permitiéndome el desarrollo y las ganas de finalizar la presente investigación.

A toda mi familia, por su apoyo absoluto en los momentos más difíciles de mi carrera universitaria, gracias a su apoyo moral y económico me incentivaron a la terminar esta gran meta en mi vida, y a todas las personas quienes siempre han confiado en mis capacidades para la elaboración de esta temática de Tesis.

Jonathan Urresta.

DEDICATORIA

La presente tesis de grado está dedicado a mi padre celestial, por ser el gestor y administrador de mi vida, a mis padres, en especial a mi madre, por ser la persona que con amor y ejemplo siempre me enseñó la importancia de superación, con sus valores y principios me ayudaron a desenvolverme como padre, hijo y profesional, por todo el apoyo moral y económico incondicional que siempre me ha brindado.

A mi hija, Yuliana Urresta quien es la razón de mi lucha y esfuerzo diario, inspiración para lograr las metas trazadas de mi vida, motivo de superación, en toda adversidad, a mi hija por ser el regalo más hermoso que Dios me ha dado.

A mi familia, quienes siempre han fomentado en mí el deseo de superación y anhelo de triunfar en la vida y a todos quienes estuvieron a mi lado en todos los momentos difíciles de mi carrera universitaria, porque a través de su apoyo y consejos supieron guiar mi sendero como estudiante universitario, impulsándome y dándome fortaleza para llegar al final de esta gran meta.

Jonathan Urresta.

ÍNDICE

CERTIFICADO.....	i
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
ÍNDICE.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT.....	xvi
UCHILLACHISHKA YUYAYKUNA.....	xviii
INTRODUCCIÓN	xx
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	- 1 -
1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 1 -
1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	- 2 -
1.3.DELIMITACIÓN.....	- 3 -
1.4.JUSTIFICACIÓN	- 3 -
1.5.OBJETIVOS	- 4 -
1.5.1.Objetivo General	- 4 -
1.5.2.Objetivos Específicos.....	- 4 -
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	- 5 -
2.1.ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 5 -
2.2.FUNDAMENTACIÓN LEGAL	- 6 -

2.2.1.De la Constitución de la República del Ecuador.....	- 7 -
2.2.2.Del Plan del Buen Vivir (2013 – 2017).....	- 7 -
2.2.3.Del Código Orgánico Producción, Comercio e Inversiones.....	- 8 -
2.2.4.Del Código de Comercio Ecuatoriano.....	- 9 -
2.2.5.De la Ley de Propiedad Intelectual	- 9 -
2.2.6.Del Reglamento para trabajos de investigación de tesis de grado, graduación, titulación e incorporación.....	- 10 -
2.3.MARCO TEÓRICO.	- 10 -
2.3.1.Teorías utilizadas en la investigación.	- 10 -
2.4.METODOLOGÍA	- 13 -
2.5.VOCABULARIO TÉCNICO	- 13 -
2.6.IDEA A DEFENDER.....	- 14 -
2.7.VARIABLES	- 14 -
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	- 15 -
3.1.MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 15 -
3.2.TIPOS DE INVESTIGACIÓN	- 16 -
3.3.POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	- 16 -
3.4.OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	- 32 -
3.5.PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	- 33 -
3.6.PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	- 33 -
3.6.1.Análisis de Resultados.....	- 34 -
3.6.2.Interpretación de Datos.....	- 35 -
3.6.3.Verificación de Idea a Defender.....	- 35 -
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	- 36 -
4.1.CONCLUSIONES	- 36 -
4.2.RECOMENDACIONES	- 37 -

CAPÍTULO V: PROPUESTA.....	- 39 -
5.1.DATOS INFORMATIVOS	- 39 -
5.2.ANTECEDENTES AL PLAN	- 39 -
5.3.JUSTIFICACIÓN	- 40 -
5.4.OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	- 41 -
5.5.MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	- 42 -
5.6.ANÁLISIS SITUACIONAL DE ORIGEN, CHINA	- 43 -
5.7.ANÁLISIS SITUACIONAL EN DESTINO, ECUADOR.....	- 46 -
5.8.INTELIGENCIA DE MERCADO.....	- 53 -
5.8.1.Definición de la Oferta.....	- 53 -
5.8.2.Definición de la demanda	- 62 -
5.8.3.Demanda insatisfecha.....	- 74 -
5.9.TÉRMINO DE IMPORTACIÓN	- 76 -
5.10.LOGÍSTICA DE IMPORTACIÓN	- 86 -
5.11.ECONÓMICO Y FINANCIERO	- 97 -
5.11.1.Estudio financiero.....	- 99 -
5.11.2.Análisis Financiero	- 110 -
BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA	- 117 -
ANEXOS:.....	- 121 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población	- 17 -
Tabla 2 : Género del Mercado Potencial	- 17 -
Tabla 3: Operacionalización de Variables	- 32 -
Tabla 4: Datos Informativos del Proyecto	- 39 -
Tabla 5: Modelo Operativo	- 42 -
Tabla 6: Datos Generales de China.....	- 43 -
Tabla 7:Indicadores Económicos.....	- 46 -
Tabla 8: Datos Generales de Ecuador.....	- 47 -
Tabla 9: Factores Económicos	- 48 -
Tabla 10: Partida Arancelaria del Calzado Deportivo	- 50 -
Tabla 11: Aranceles Fijos del Calzado Deportivo.....	- 50 -
Tabla 12: Aranceles Contingentes al Calzado Deportivo.	- 51 -
Tabla 13: Importaciones por País (2011).....	- 51 -
Tabla 14: Importaciones por país (2012)	- 53 -
Tabla 15: Análisis Competitivo.....	- 54 -
Tabla 16: Oferta de Calzado Deportivo	- 55 -
Tabla 17: Oferta promedio de calzado - Pares – Último Trimestre 2013	- 56 -
Tabla 18: Cantidad promedio de venta – Pares	- 57 -
Tabla 19: Precio Promedio de compra en USD - calzado deportivo	- 57 -
Tabla 20: Precio Promedio de Venta	- 58 -
Tabla 21: Cantidad promedio vendida – USD -Ultimo Trimestre 2013	- 58 -
Tabla 22: Capacidad de Inversión - Total Anual USD	- 59 -
Tabla 23: Oferta por tipo de deporte – Total 2013.....	- 59 -
Tabla 24: Oferta Histórica de Calzado 2009-2013 –USD.....	- 60 -
Tabla 25: Oferta Histórica de Calzado 2009-2013	- 60 -

Tabla 26: Proyecciones de Oferta - USD.....	- 61 -
Tabla 27: Datos para Graficar	- 61 -
Tabla 28: Encuesta aplicada por Género	- 62 -
Tabla 29: Uso del Calzado Deportivo	- 64 -
Tabla 30: Lugar de compra del Calzado Deportivo	- 65 -
Tabla 31: Lugar de compra – Género Masculino	- 65 -
Tabla 32: Lugar de compra - Género Femenino	- 66 -
Tabla 33: Frecuencia de compra	- 67 -
Tabla 34: Factores a considerar al momento de adquirir calzado deportivo	- 68 -
Tabla 35: Marcas Demandadas.....	- 68 -
Tabla 36: Dinero invertido – Última compra calzado deportivo	- 70 -
Tabla 37: Disposición de Compra.....	- 70 -
Tabla 38: Demanda de Calzado Deportivo por Periodos (Total Ejercicio Muestral)	- 71 -
Tabla 39: Demanda Anual de Calzado Deportivo Pares - Muestra.....	- 71 -
Tabla 40: Demanda calzado deportivo – Pares – Mercado Potencial.....	- 72 -
Tabla 41: Demanda Anual USD (Total Mercado Potencial 2013)	- 72 -
Tabla 42: Demanda Anual Proyectada - USD	- 73 -
Tabla 43: Demanda Insatisfecha - USD	- 74 -
Tabla 44: Cantidad Demanda – Pares.....	- 75 -
Tabla 45: Porcentaje Útil de la Demanda	- 75 -
Tabla 46: Mercado Real – USD	- 75 -
Tabla 47: Tiempo, dólares disponibles y preferencia según tipo de calzado	- 76 -
Tabla 48: Unidad de carga, embalaje considerando dimensiones para Cubicaje.....	- 86 -
Tabla 49: Información Básica del Producto	- 87 -
Tabla 50: Información general del embarque	- 87 -
Tabla 51: Tiempo, cantidad y costos considerando trámites en origen, China.	- 88 -

Tabla 52: Tiempo, costo, volumen considerando unidad de carga.	- 88 -
Tabla 53: Tiempo, valor respecto seguro internacional	- 88 -
Tabla 54: Tiempo, costo considerando trámites documentación en destino, Ecuador.	- 89 -
Tabla 55: Tiempo, costo considerando documentación en destino, Ecuador.	- 90 -
Tabla 56: Costos Agente de Aduana (Ecuador)	- 94 -
Tabla 57: Cálculo Tributos Aduaneros.....	- 94 -
Tabla 58: Transporte Interno.....	- 95 -
Tabla 59: Costos – Término de Negociación	- 95 -
Tabla 60: Carta de Crédito	- 96 -
Tabla 61: Análisis de Costos	- 96 -
Tabla 62: Índices Financieros	- 98 -
Tabla 63: Muebles y Equipos.....	- 99 -
Tabla 64: Activos Realizables	- 99 -
Tabla 65: Activos Intangibles	- 100 -
Tabla 66: Capital de Trabajo.....	- 100 -
Tabla 67: Presupuesto de Inversión	- 101 -
Tabla 68: Cronograma de Inversiones.....	- 101 -
Tabla 69: Amortización del Préstamo	- 102 -
Tabla 70: Venta Calzado Deportivo	- 103 -
Tabla 71: Costos Calzado Deportivo	- 104 -
Tabla 72: Compra Calzado Deportivo.....	- 105 -
Tabla 73: Sueldo Personal.....	- 106 -
Tabla 74: Pago Personal Trimestralmente	- 106 -
Tabla 75 : Gastos Administrativos Trimestralmente	- 107 -
Tabla 76 Gastos Publicidad	- 107 -
Tabla 77: Amortizaciones Gastos Constitución	- 107 -

Tabla 78: Amortizaciones Gastos Organización	- 108 -
Tabla 79: Amortización Gastos Pre-operacionales	- 108 -
Tabla 80: Amortización Gastos Capacitación Personal.....	- 108 -
Tabla 81: Amortización Préstamo	- 109 -
Tabla 82: Depreciación Equipo Computación.....	- 109 -
Tabla 83: Depreciaciones Muebles - Enseres	- 109 -
Tabla 84: Resumen Ingresos - Egresos	- 110 -
Tabla 85: Estado de Resultados	- 111 -
Tabla 86: Flujo de Caja	- 112 -
Tabla 87: Valor Actual Neto	- 113 -
Tabla 88: Tasa Interna de Retorno	- 113 -
Tabla 89: Recuperación de la Inversión	- 114 -
Tabla 90: Punto de Equilibrio	- 115 -
Tabla 91: Relación Beneficio/Costo	- 116 -

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Países Productores de Calzado Deportivo	- 44 -
Gráfico 2: Principales exportadores de calzado deportivo	- 45 -
Gráfico 3: Provincias productoras de calzado en el Ecuador	- 49 -
Gráfico 4: Importaciones por país (2011)	- 52 -
Gráfico 5: Importaciones por país.	- 53 -
Gráfico 6: Nivel de Competitividad.....	- 54 -
Gráfico 7: Distribución del Calzado Deportivo Origen – Destino	- 56 -
Gráfico 8: Proyecciones de Oferta.....	- 62 -
Gráfico 9: Encuesta aplicada por Género.....	- 63 -
Gráfico 10: Edades Personas Encuestas	- 63 -
Gráfico 11: Uso de calzado deportivo	- 64 -
Gráfico 12: Lugar de compra – Tulcán	- 67 -
Gráfico 13: Marcas Demandadas	- 69 -
Gráfico 14: Uso del Calzado Deportivo.....	- 69 -
Gráfico 15: Datos Proyectados	- 74 -
Gráfico 16: Registro Importador – SENA	- 91 -
Gráfico 17: Registro Importador – MIPRO.....	- 92 -

RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación da inicio al estudio de mercado sobre la demanda de calzado deportivo en marcas reconocidas tales como: Nike, Adidas, Puma, Ascis, Reebok, entre otras; clasificado en la partida arancelaria 6404.11.20.00; considerando la oferta internacional y la demanda local en la ciudad de Tulcán, lugar donde se centra el consumidor potencial, con la finalidad de obtener datos reales sobre demanda y oferta.

El objetivo general, determinar la demanda real de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán para su comercialización desde China, se cumple, luego de un estudio de mercado a nivel local, tomando en cuenta a personas principalmente del casco urbano, comprendidas entre las edades de diez y ocho a sesenta y cinco años, de estratificación medio típico – alto; resultando un número de trecientas setenta y tres personas encuestadas; con la finalidad de establecer cualitativamente y cuantitativamente y la demanda, frecuencia y lugares de compra, gustos y preferencias de marca, precios, entre otras variables que determinaron dicho cálculo, por el lado de la oferta, se realizó un estudio a los oferentes legalmente constituidos en la ciudad.

Se estableció el cálculo de demanda insatisfecha tomando en cuenta la oferta y demanda potencial, utilizando variables que discriminan la cantidad demanda como: preferencia de compra del calzado deportivo en marcas reconocidas, conocimiento del calzado deportivo en marcas reconocidas y disposición de compra en un nuevo comercial en la ciudad de Tulcán, resultando un 25,3%; porcentaje del mercado real al cual estará dirigido la nueva comercializadora.

Dicha cifra representa una cantidad total de 480 pares de calzado deportivo a importar desde país de origen con una frecuencia trimestral. Además, los consumidores muestran preferencia por el calzado deportivo tipo soccer, futsala, running, basquetbol, siendo el primer tipo el más demandado.

A continuación se diseñó la matriz logística de importación del calzado; estableciendo los siguientes valores: costo en fábrica (EXW) de \$15.477,90, por concepto de flete internacional desde Xiamen hasta Guayaquil un valor de \$332,28; \$160,30 por concepto de seguro internacional; por concepto de documentación y requisitos previos en país destino Ecuador un valor de \$3382,1 y, como dato relevante, el valor por impuestos aduaneros \$7151,44.

La inversión total para la ejecución de la empresa comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas es de \$33.274 valor del cual \$24274 será capital propio y \$ 9000 será financiado por parte del banco de Guayaquil.

De acuerdo al análisis financiero, la implementación de una empresa comercializadora de éste producto es viable pero poco rentable, de acuerdo a los índices que reflejan los siguientes valores: Valor Actual Neto (VAN) \$3428,92 dólares, lo que implica la sustentabilidad del proyecto; Tasa Interna de Retorno (TIR) 15,51% con relación a la tasa referencial del 11,30%; el Costo Beneficio (CB) es de \$1,08 dólares es decir por cada dólar invertido se obtiene un costo beneficio de 0.8 centavos.

ABSTRACT

This research starts conducting market research on the demand for athletic footwear brands such as Nike, Adidas, Puma, Ascis, Reebok, among others; classified under tariff item 6404.11.20.00; considering the international supply and demand in the local city Tulcan, where the potential consumer centers, in order to obtain real data on demand and supply.

The overall objective, to determine the actual demand for athletic footwear brands in the city of Tulcan for marketing from China, following a market study meets locally, taking into account mainly the village people, between the ages of eighteen to sixty-five years stratification typical mid - high; resulting in a number of three hundred seventy-three respondents; in order to establish qualitatively and quantitatively and demand, frequency and places of purchase, tastes and brand preferences, prices, and other variables that determined the calculation, the supply side, a study was conducted legally constituted bidders in the city.

Demand calculation was established unsatisfied considering the potential supply and demand, using variables that discriminate the quantity demanded as pre-emption of sports footwear brands, knowledge of sports footwear brands and willingness to buy into a new business in the city of Tulcan, resulting in 25.3%; percentage of the actual market which will target the new marketer.

This figure represents a total amount of 480 pairs of sports shoes imported from the country of origin on a quarterly basis. In addition, consumers show a preference for the type sneakers soccer, indoor surfaces, running, basketball, the first type being the most demanded.

Then import logistics matrix was designed footwear; setting the following values: cost factory (EXW) of \$ 15,477.90, for the concept of international freight from Xiamen to Guayaquil worth \$ 332.28; \$ 160.30 for international insurance concept; by way of documentation and prerequisites destination

country Ecuador worth \$ 3382.1 and, as relevant data, the value for customs taxes \$ 7,151.44.

The total investment for the implementation of company marketing athletic footwear brands value is \$ 33,274 of which \$ 24,274 is equity and \$ 9,000 will be financed by the bank of Guayaquil.

According to the financial analysis, the implementation of company marketing this product is viable but unprofitable, according to the indexes that reflect the following values: Net Present Value (NPV) \$ 3,428.92 dollars, which involves the sustainability of the project; Internal Rate of Return (IRR) 15.51% relative to the benchmark rate of 11.30%; Cost Benefit (CB) is of \$ 1.08, for every dollar invested cost benefit of 0.8 cents is obtained.

UCHILLACHISHKA YUYAYKUNA.

Cai callari rurashguacunzca yachanga pajini can maijanda changuipi churojungaca yalilla juturicta yachangapas can chaicon aca canmi; Nike, Adidas, Puma, Asisc, Reebok, shucunapack.

Caitaca yachashpa callarishquiami shuj quilcashquia pimi ricushpa caru llactapi y chimbapurashpa ricushquiami ca.

Maipi caicunataca jatuy ushanataqui shinallata randidurcunapash japi ushachun chaicunataca rurashcami mashnotapachami uillay usharina y jatuy usharina can.

Caicunata rurashguizca canmi, mashmtapacha jatuy ushanata ricungapacmi can cai Tulcán, llactapi apamungapaj China llactamanda caita ña yachac chayashpaca can jayuna ucucunapi, ashta huangarin mashicuriandi ricushpa rurashquia, caicunataca chungu isjcun sinallata shujta chunja picha huatata charijcunahuanmi rurashca caicuna taca culquita llashaj charicunahuan ashalla charicunahuan rushcami quinzta pachac canchischunga quihzta mashicunata tapushquiami, caicunataca rurashcami ricungapac imashina allí, imashina parana shinallata mashnatalla munajta apamunsapac maipilla saquingapac shinallata maypilla jatuna ucucunapi munanata, ajllanata mashnatalla cunata, shujimashina ruranatapash ricushpami rurashca.

Shujpica jatungapac pinsarishpa rurashcami caillactapi caicunata ña rurashpaca na chaicaman ricurcachu cai jatunamanda shinallata mashna mañanamanda, ña rurashquiacunahuan ricujpiquia na munashca shina carcachu: chai chaquipi chura junahuanga, chai yachay huanga chaquipi churajunataca caipi rijsishquia, ashtahuangarin jatungapaj churangapacca cai Tulcán llactapi mushuc ucucunapiquia ricurinmi 25,3%. Caita llucchishquiami shujmushuj jatuna ucucunata ricushpa. Caitaca llujchishquiami shujmushaj jatuna vcunata ricushpa.

Caitaca llujchishaquiami mashnatapacha apamunata chuzcu paztac pushac chungu 480 chaqui churajunata apamunsapac, ruraj llacta mandapacha

apamungapac quinzta quillacunapi ashtahuanga randiccunaca munajta ricuchinmi, jatun pambapi changuipi churajushpa pujllanata, uchilla pambapi pujllangapajpash caicunami punda jaturinata ricuchin.

Caijpaca, rurashcami mashnahuanpacha apamunata chaquipi churajunataca, chai ucupi mashnalla cunata (EXW) de \$ 15.477.90 caicuna canmi mashnapaj apanunata chai Xiamen llactamanda Guayaquil llactacaman canmi \$332,28; 160,30 caiquia canmi imapsh ricurilpi japingapac, shuj llactacunapi, shujcunaca quilcangapac ashtahuanbash ima ministirisquia manda cai Ecuador mama llactapi canmi \$ 3382, shinallata rurana pachami cai mama llactaman apamungapaca aduana nishquia ucupi \$ 7151,44 cunami can.

CAi tucuyllata ña rurashpaca jatuna ucuta churangapaca canmi \$ 33.274, caimandaca \$ 24274,00 ñucami cai culquitaca churashica cana cani shinallata \$ 9000,00 taca mañachishquia canga culquita manzchij vcumanda Banco de Guayaquil.

ÑA caicunata ricushpaca, mañashpai rurangapaca jatuna ucuta churangapaca ña ashta alita ricun rurangapaj pash na ali can, caicunata ña rurashpami na ashta alita ricushca; culquita churangapa cashna can VAN \$ 3428,92 caihuanmi cati ushanga caita rurangapaj munashpaca, cai pachaman apamungapaca cunami TIR 15,51%.

Ashtahuambash miañachi ucumambash 11,30% cunami, ñucanchipaca ricurinmi C/B \$ 1,08 caiquia canmi shuj dolarta churashcamandaca ñucapaca ricurinimi japinaca 0,80 centavos.

INTRODUCCIÓN

La investigación del proyecto de tesis: “Demanda de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán y su comercialización desde China”, se estructura considerando cinco capítulos:

Capítulo I: Problema: se puntualiza la problemática la cual generó la iniciativa de emprender la investigación de tesis, reflejadas en el planteamiento, justificación y propuesta de objetivos específicos.

Capítulo II: Fundamentación Teórica.- extiende un detalle de los diferentes tipos de fundamentación los cuales sirven de respaldo, validando la investigación básicamente con el planteamiento de teorías, leyes y reglamentos.

Capítulo III: Metodología: detalla las diferentes modalidades, métodos y tipos de investigación que se utilizó para la recolección y análisis de información de dicha tesis.

Capítulo IV: denominado Conclusiones y Recomendaciones, expresa las diferentes conclusiones y recomendaciones encontradas en esta investigación, resultado del estudio de mercado.

Capítulo V: Propuesta.- enuncia la propuesta planteada para dicha investigación, la solución a la problemática antes planteada, dando cumplimiento al objetivo de propuesta. Se realiza dos estudios, logístico y financiero, detallando las actividades y procesos a seguir de manera muy detallada.

Como parte final de la tesis, se fundamenta la investigación con la respectiva bibliografía y linkografía, encontrándose anexo el artículo científico (Anexo 1).

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La provincia del Carchi, ubicada en el sector norte del Ecuador es una provincia netamente comercial, el intercambio de bienes caracteriza el comercio fronterizo entre las ciudades de Tulcán e Ipiales.

Dentro de la provincia del Carchi, específicamente la ciudad de Tulcán, varios son los estudios sobre la actividad comercial que constan en el censo económico del 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), para ésta investigación no se registraron datos sobre el consumo de calzado deportivo en marcas reconocidas más bien solo existe un registro de las empresas dedicadas a comercializar calzado deportivo y empresas dedicadas a la actividad de zapatería. No existen estudios de mercado que permita determinar la demanda real, tampoco información que establezca las marcas en sus respectivas referencias del calzado, ni el uso en función del deporte que se le da a éste tipo de producto.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC, 2010); la población que habita la ciudad de Tulcán, segmentada de tal forma: residentes en el casco urbano, que están en las posibilidades de adquirir este producto comprendido entre las edades de 18 a 65 años está dada por la cantidad de 12.075 habitantes. Si se realiza el ejercicio empírico, de que cada habitante, adquiere como mínimo un par de calzado deportivo anualmente, en marcas reconocidas se podría considerar una demanda potencial 12.075 pares, pero se debe entender que los consumidores no adquieren zapatos por un año; no se tienen datos precisos de la frecuencia de calzado deportivo que permitan definir la demanda real.

Como resultado de la aplicación de una prueba piloto a los posibles consumidores de este producto, éstos demostraron gran interés en la adquisición puesto que están relacionados directa o indirectamente con la práctica de algún tipo de deporte, los más destacados: fútbol, basquetbol, atletismo, running, futsala entre otros.

Más información obtenida de ésta prueba piloto: al parecer, la tendencia de moda en el uso diario de este producto genera un fenómeno de demanda de éste producto expandiéndose la necesidad de comercializarlo para satisfacer la necesidad en los posibles consumidores.

La comercialización de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán se desarrolla de tal manera; los importadores directos establecidos en la ciudad de Quito suministran este producto a comercializadoras reconocidas a nivel nacional para que éstas lo comercializasen a las empresas establecidas en la localidad, por ende la existencia de varios intermediarios incide en el precio final establecido para la venta al público del producto. Tras realizar un estudio en las empresas oferentes en la ciudad de Tulcán, TIME SPORT, SPORTO y CAR-LYN, se pudo evidenciar claramente precios altos en percha para este producto, escasez de diseños, referencias y colores, incidiendo en la insatisfacción de la demanda de este producto en los habitantes de la ciudad de Tulcán.

Para satisfacer la necesidad de adquirir por ejemplo: un par de calzado deportivo nike tipo running que por su alto valor en la ciudad de Tulcán, los consumidores no pueden adquirirlo, por ende recurren a otros lugares del país incluso a Ipiales – Colombia para satisfacer ésta necesidad (Consumidores Tulcán, 2013).

Tal situación permite visualizar la posibilidad de realizar la importación directa de este producto desde país de origen, China.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El desconocimiento de la demanda de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán, limita su comercialización desde China.

1.3. DELIMITACIÓN

Esta investigación pretende determinar la demanda real de calzado deportivo en marcas reconocidas, permitiendo la comercialización del producto desde China hacia el mercado de Tulcán – Ecuador.

Objeto de estudio	Demanda		
Sujeto de estudio	Comercialización		
Área geográfica	Ecuador – Carchi – Tulcán. China / Fujian / Putian		
Tiempo de desarrollo	12 Meses		
Área de conocimiento	Comercio.	Exterior.	Comercialización Internacional

1.4. JUSTIFICACIÓN

Es importante esta investigación, permite establecer una base de datos que detalla la cantidad real de calzado deportivo en marcas reconocidas demandada por los habitantes del casco urbano entre las edades de diez y ocho a sesenta y cinco años de la ciudad de Tulcán. Para los oferentes este documento detalla las falencias y problemas, que deberán superar con estrategias efectivas. Por lo que esta información está a disponibilidad de la colectividad en general, y de todas las personas quienes decidan emprender.

Personalmente es proyecto se justifica al formar parte del requisito necesario e indispensable para el proceso de titulación y graduación por parte de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Permite centrar y aplicar todos los conocimientos de comercio exterior, negociación comercial internacional, estudio de mercado, logística, nomenclatura arancelaria, entre otras; adquiridos durante el tiempo de aprendizaje, es decir permite un comportamiento profesional.

Otro argumento justificativo de aporte de esta tesis es que formará parte de los documentos de investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi reposando en la biblioteca, a disposición de la comunidad como fuente para posteriores consultas.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

Determinar la demanda real de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán, para su comercialización desde China.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente los conceptos sobre demanda, comercialización internacional para la sustentación de la propuesta.
- Diagnosticar la oferta y demanda de calzado deportivo en marcas reconocidas, en origen y destino a través de una investigación de mercado.
- Diseñar un plan logístico de importación de calzado deportivo en marcas reconocidas a través de los procesos idóneos de comercio exterior, satisfaciendo la demanda real de éste producto en la ciudad de Tulcán.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Se consideran los siguientes antecedentes, mismos que sirvieron de soporte y ayuda:

El primero: *“Proyecto de Factibilidad para la Importación de equipo e indumentaria para deportes extremos en la Ciudad de Quito”*, de Cristian Andrés Romo Dávila estudiante de la Universidad Técnica Equinoccial. Este estudio sirvió de guía para la investigación, en el sentido que se adoptó el esquema referente al estudio de mercado, determinación del precio frente a la competencia, para el calzado deportivo en marcas reconocidas. Este esquema ayudó a determinar puntos clave que fueron tomados en cuenta ante la escasez de información primaria referente al tema de estudio, los cuales permitieron el desarrollo de la investigación.

Éste proyecto valida al tema de tesis en estudio, establece puntos positivos sobre la importación de indumentaria deportiva y los efectos positivos en los posibles clientes potenciales del producto; los deportistas. Referencia que acuerda similitud en el grupo beneficiario del proyecto de tesis en estudio, al cual se dedicará todos los esfuerzos de comercialización, incrementando el número de clientes para la nueva empresa comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas.

Como segundo antecedente la investigación titulada: *“La Importación de productos textiles chinos y el impacto en el sector textil ecuatoriano”*, investigación elaborada por Robinson Gabriel Caisapanta López estudiante de la Universidad Técnica Equinoccial en la Facultad de Ciencias Económicas y Negocios, escuela de Comercio Exterior e Integración tiene como finalidad orientar y dirigir ésta investigación sobre el impacto que trae consigo las importaciones hacia el país, siendo para este caso la importación de calzado deportivo en marcas reconocidas para su comercialización en la ciudad de Tulcán. Esta investigación permitió adoptar el modelo de la fórmula matemática utilizada para obtener la muestra respectiva para posteriormente

aplicar los instrumentos de investigación, además permitió comprender las incidencias o controversias originadas por las importaciones hacia el Ecuador.

De acuerdo al tema de tesis en investigación, los impactos que ocasiona las importaciones de calzado deportivo en marcas reconocidas se las califica como positivas, puesto que, en el país no existen empresas dedicadas a la producción y comercialización de calzado deportivo en dichas marcas, motivo por el cual se considera que las importaciones de éste producto no afectan en primer lugar a la producción nacional, por lo tanto no existe la competencia desleal en referente a precios. Determinado innecesaria la aplicación de medidas arancelarias y paraarancelarias para contrarrestar este fenómeno, asumiendo y concluyendo que los impactos que generados por la importación de éste producto en la ciudad de Tulcán son positivos, permite equiparar el nivel de vida en los posibles consumidores, logrando mayor exclusividad con los modelos y colores actuales del calzado deportivo en marcas reconocidas, incentivando al crecimiento de la tendencia de moda y la apertura de nuevos mercados en personas de todas las edades, factores como modernidad, innovación, comodidad permitirán de manera directa el uso de este producto, aumentando la demanda.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Éste proyecto de tesis está fundamentado por leyes y reglamentos nacionales que permiten la sustentación de importación y comercialización de calzado deportivo en marcas reconocidas. Detallado de acuerdo al poder jurídico de Ecuador explicado en la pirámide de Kelsen, la Constitución Nacional, leyes orgánicas y reglamentos, códigos que regulan las actividades económicas, de comercio exterior, inversiones en el territorio nacional con el único propósito de lograr el buen vivir en toda la población.

Leyes actualmente vigentes que regula y controla las actividades lícitas de comercio a personas naturales o jurídicas; públicas o privadas que lleven a cabo cualquier actividad económica, mismas que están sujetas a cualquier reforma de ley.

Según el tema de estudio en este proyecto de tesis: “Demanda de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán y su comercialización desde China” ésta respaldado por:

2.2.1. De la Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador reformada y vigente desde el año 2008, dentro de su política económica tiene como uno de sus principales objetivos el de “propiciar el intercambio justo de bienes o servicios en mercados transparentes y eficientes”, generando por éste intercambio un ingreso para el estado denominado impuesto el cual conlleva al desarrollo económico, social; permanente y progresivo de un país. Esperando que el estado por su parte, respalde y apoye el comercio legal de productos ya sean de producción nacional e internacional, enfocando los esfuerzos de lucha por erradicar el comercio ilegal en nuestro país originado en las ciudades de frontera.

Reafirmando la legalidad del comercio de productos y servicios, la política comercial del país impulsará el desarrollo de economías de escala y el comercio justo, además, evitará las prácticas monopólicas y oligopólicas, grupos que atentan contra los ingresos de los consumidores, distorsionando la funcionalidad de un mercado, afectando la economía de un país. De manera más puntual, el estado promoverá las importaciones de productos necesarios para su comercialización, productos que no atenten contra la industria nacional. Por el contrario, el estado, desincentivará la importación de aquellos productos que perjudiquen a la producción nacional. Más bien el apoyo del estado debe estar orientado a la pequeña, mediana empresa, aquellas con nuevos retos en la compra – venta de ciertos productos.

2.2.2. Del Plan del Buen Vivir (2013 – 2017)

Se considera como base la estructura del Plan del Buen Vivir, para fundamentar legalmente este presente proyecto de acuerdo al análisis del objetivo nueve; garantizar el trabajo digno en todas sus formas; en la Constitución de la República establece que el trabajo es un derecho y un deber social, en sus diferentes formas considerado como factor fundamental

e indispensable para el desarrollo de la economía de un país, por lo tanto; las acciones del estado garantizará la generación de trabajo digno, estabilidad, protección, para todas las personas, sin excepciones, consolidando los derechos sociales y económicos como un pilar de nuestra sociedad en el sector privado. Como lineamientos para alcanzar este objetivo se debe generar tipos de trabajo en condiciones dignas, tales como, reducir el trabajo ilegal, garantizar los derechos laborales, articulando ciertos grupos que fueron desapercibidos en tiempos anteriores.

De tal manera el establecimiento de una empresa dedicada a la comercialización de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán, considerado una forma de trabajo digno cumplirá con los lineamientos antes mencionados; por tal motivo estará respaldada y garantizada por las leyes competentes reguladoras.

2.2.3. Del Código Orgánico Producción, Comercio e Inversiones

Además, se considera la estructura del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI, 2010) relacionando algunos artículos y literales en relación al tema de investigación. El presente tiene como objetivo facilitar las operaciones de Comercio Exterior, sean importaciones o exportaciones de productos o bienes; estas actividades permiten que la economía de un país se dinamicé. Permite realizar operaciones de comercio exterior.

Otro punto importante es el respaldo al derecho del inversionista al brindar la potestad de realizar la libre importación o exportación de bienes o servicios con excepción de aquellos límites establecidos por la normativa vigente, convenios internacionales en los cuales Ecuador forma parte, derecho que permite realizar la libre importación de calzado deportivo en marcas reconocidas para su comercialización en la ciudad de Tulcán.

En cuanto a la política comercial son deberes y atribuciones del organismo nacional competente, regular, facilitar o restringir operaciones de comercio exterior, expedir las normas sobre registros, autorizaciones, documentos de control previo, licencias y procedimientos de importación y exportación.

Aspecto que hace referencia a la emisión de los documentos necesarios para la importación de calzado deportivo bajo la partida arancelaria 6404.11.20.00; como por ejemplo, normas INEN.

El régimen al cual estará declarado este tipo de producto es régimen a consumo, las mercancías extranjeras ingresan al territorio aduanero para el posterior pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones cuando hubiere lugar a ellos, las formalidades y obligaciones aduaneras para su uso o comercialización.

2.2.4. Del Código de Comercio Ecuatoriano

En el análisis de artículos específicos al presente código, los mismos que sustentan la temática de estudio, claramente en su artículo 2, manifiesta que “se considerarán comerciantes a las personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras domiciliadas en el país”, y que según las disposiciones del Código Civil tienen la capacidad para contratar, de la misma forma las tienen para ejercer actividades de comercio. Igualmente, considera actos de comercio a la compra de cosas muebles con la finalidad de venderlas en la misma o en diferente condición; otro acto de comercio son consideradas “las empresas de almacenes”, desde este punto, la persona gestora del proyecto está en la capacidad de contratar y ejercer actividades lícitas de comercio con el establecimiento de la empresa importadora y comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán.

2.2.5. De la Ley de Propiedad Intelectual

En el estudio de varios artículos, el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) es una entidad que en nombre del estado, protege y defiende los derechos de propiedad intelectual amparados bajo esta ley, la misma que comprende a “las marcas de fábrica, de comercio, de servicio y los lemas comerciales”, como propiedad intelectual. Además, detalla el título de los derechos con los que gozan los representantes de las marcas de calzado deportivo que se pretende importar previa la realización de un contrato en general; dentro de ellos, tienen el “derecho exclusivo de autorizar, realizar o prohibir la importación” sobre dicho producto. Para ello es necesario obtener

una licencia; definido como un documento que autoriza o concede los derechos sobre una producción protegida u obra, de tal manera que pueda ser utilizada en conformidad y forma determinada a las condiciones pactadas en el contrato. Dentro de dicho contrato la persona natural o jurídica la cual ha adquirido los derechos de Propiedad Intelectual se denomina causahabiente.

De los contratos en general, éstos autorizan el uso o explotación de obras por terceras personas, deben otorgarse por escrito, son onerosos, y tienen un tiempo determinado de duración, sin embargo pueden renovarse indefinidamente de acuerdo a las partes, por ende, se deberá detallar todas las cláusulas necesarias para la importación formal del calzado deportivo en dichas marcas.

2.2.6. Del Reglamento para trabajos de investigación de tesis de grado, graduación, titulación e incorporación.

Para la obtención del título de tercer nivel, el Título de Ingeniería en la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Internacional, el estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi está en el compromiso de realizar un proyecto de investigación a fin de la carrera y que orientada a la aplicación de los conocimientos generados a lo largo del proceso de aprendizaje para cumplir con la Obligatoriedad de la Tesis de Grado. Para el caso, el tema está dado “Demanda de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán y su comercialización desde China”.

2.3. MARCO TEÓRICO.

2.3.1. Teorías utilizadas en la investigación.

La teoría que fue de base para sustentar la actual investigación de tesis; “Nuevo Comercio Internacional y Geografía Económica”, la misma que conceptualiza al Comercio Internacional como el intercambio de bienes (todo aquello que puede ser usado para satisfacer una necesidad humana) y

servicios para su uso, consumo, transformación o reventa, cumpliendo una condición específica, debe surgir entre dos o más países. Para el caso de estudio: Comercialización de calzado deportivo en marcas reconocidas entre China y Ecuador.

Desde tiempos muy remotos, a inicios del Comercio Internacional han existido varias corrientes o de formas de pensamiento que han explicado, permitido el intercambio comercial internacional, teorías tradicionales como la hipótesis de Adam Smith (ventajas absolutas), el modelo de David Ricardo (ventajas comparativas), sin dejar de lado el modelo de Heckscher – Ohlin (abundancia relativa en los factores de producción y tecnología de producción). Estudios por Paul Krugman explican la conducta real del comercio internacional, que sirven de complemento a los modelos antes citados; dando origen a la teoría del Nuevo Comercio Internacional y Geografía Económica, la misma que señala y agrega que la presencia de economías de escala, es decir, las industrias duplicaran los insumos o materias primas, entonces la producción aumentará en más del doble y por lo tanto el costo de cada unidad producida disminuirá; a mayor producción menor será el costo del bien.

Éste modelo se diferencia de la teoría tradicional, puesto que es analizado en base a un mercado de competencia imperfecta, en donde las grandes empresas tienen ventajas sobre las pequeñas, originándose los monopolios u oligopolios; por lo contrario, el nuevo modelo supone que al existir economías de escala o crecimientos progresivos, cada empresa puede diferenciar su producto y precios de las empresas competidoras.

En tal sentido, las industrias de calzado deportivo en marcas reconocidas establecidas en China, producirán en grandes cantidades minimizando el costo por unidad del bien, pudiendo diferenciar el producto y los precios de las empresas competidoras.

Adicionalmente, este modelo explica que en la realidad no solo existe el comercio “interindustrial” (intercambio de productos y servicios para diferentes industrias); sino también el comercio “intraindustrial” (intercambio de productos y servicios para las mismas industrias). Un ejemplo práctico para el primer caso es el intercambio de manufacturas por alimentos; China debe

especializarse en la producción de calzado deportivo en marcas reconocidas y por otro lado, Ecuador debe especializarse en la producción de banano, beneficiándose éstos dos países del comercio entre los dos productos. Y para el segundo caso, el comercio de automóviles entre Estados Unidos y Japón; comportamiento del mercado basado en la economía de escala.

Este modelo conlleva a formular nuevos conceptos de la geografía económica partiendo principalmente del significado de centro-periferia, en donde se admite dos sectores productivos: manufacturas y agricultura; por lo tanto existen dos tipos de empleados: trabajadores y agricultores, respectivamente. Los trabajadores pueden movilizarse entre regiones, donde obtengan excelente bienestar (conocida como zona centro), traducidos en salarios o diversidad de productos a obtener. Por lo contrario, los agricultores no pueden desplazarse entre sectores, asumiendo que los productos agrícolas se transportan sin costo alguno en relación a transportar productos manufacturados los cuales implican un alto costo.

Las empresas decidirán establecerse en la zona centro, dependiendo del uso de economías de escala y el ahorro por costos de transporte, este comportamiento provoca una mayor concentración de empresas y personas en dicha zona; denominándose fuerza centrípeta. Por otro lado, existen factores que dispersan la actividad manufacturera entre regiones, entre los más importantes destacan: competencia, demanda de bienes industrializados, bajo costo de mano de obra, costos de transporte, denominándose fuerza centrífuga.

Finalmente, la teoría de la geografía económica explica el desplazamiento de industrias establecidas en Estados Unidos hacia otras regiones de ensamblaje a menor costo, China, Vietnam, Indonesia, entre otras. La demanda creciente de los productos tienden a volverse estandarizados, por ende la producción migra a aquellas zonas en donde existe en abundancia el factor mano de obra, por ende, menores costos en este recurso, en consecuencia, Estados Unidos se vuelve importador del producto. Por citar, la marca estadounidense Nike tiene sus oficinas administrativas en Estados Unidos y sus plantas de producción en países de bajos costos por mano de obra, las importaciones se convierten más atractivas que la producción.

Ecuador, al no tener mano de obra barata y la tecnología necesaria para la producción de calzado deportivo en marcas reconocidas en relación a otros países, importar se vuelve más atractivo que producir. Realizar la importación de éste producto desde China, permite que el comercio internacional entre los dos países se dinamice, puesto que las importaciones hacia el Ecuador protegen, promueven el nivel de empleos y la inversión.

2.4. METODOLOGÍA

En esta investigación fue necesario aplicar el método deductivo e inductivo, permitiendo observar, identificar fenómenos, conductas, de manera general a particular y viceversa, planteando objetivos, idea a defender, población y muestra. Además, se realizó una revisión bibliográfica y linkográfica en diferentes fuentes como: libros, periódicos, proyectos de tesis, artículos – páginas web, leyes, reglamentos, teorías filosóficas, documentación que aportó información secundaria acertada, base importante para el correcto desarrollo del proyecto, determinando la oferta del producto en país de origen. Posteriormente se realizó un estudio de mercado en donde se determinó información primaria referente a la demanda real de calzado deportivo en marcas reconocidas, haciendo uso de varias técnicas para dicha recolección, como encuesta, entrevista, ficha de observación, entre otras. Mismas que fueron aplicadas a los posibles consumidores del producto, empresas oferentes en la ciudad de Tulcán.

2.5. VOCABULARIO TÉCNICO

Demanda Real.- cantidad de bienes a ser importados que son resultado de un cálculo matemático.

Oferta Real.- cantidad de productos o servicios que se ofertan determinados por un cálculo o proceso matemático.

Acta de Inspección.- documento emitido por una certificadora acreditada por Organismo de Acreditación Ecuatoriana, el cual detalla el cumplimiento o no de los estándares de calidad que un producto debe cumplir para obtener posteriormente las Normas INEN.

Certificado de Reconocimiento o Normas INEN.- documento que garantiza la calidad de un producto para ser nacionalizado y posteriormente comercializado para su uso o consumo.

Licencia.- documento en el que el titular de una obra cede a terceras personas los derechos para utilizarla para de manera determinada, no concede la titularidad.

Mercancía consolidada.- agrupar mercancías a nombre de diferentes consignatarios dentro del mismo contenedor en un puerto o aeropuerto para ser transportadas a un país en común.

2.6. IDEA A DEFENDER

La determinación de la demanda real de calzado deportivo en marcas reconocidas, permitirá una comercialización idónea de este producto, a través del diseño de un plan logístico de importación desde China hacia Tulcán – Ecuador.

2.7. VARIABLES

Este proyecto considera como variable independiente a la demanda, entendiendo que esta se ve afectada y cambia en función de la forma de comercialización internacional, que toma la forma de variable independiente en consecuencia:

Variable independiente: demanda

Variable dependiente: comercialización

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad cualitativa permitió comprender acciones en la conducta y el comportamiento del consumidor al momento de realizar la compra de calzado deportivo en marcas reconocidas, la investigación se basó en indagar las cualidades y características, hábitos de consumo de éste producto, poder adquisitivo, gustos y preferencias, determinando de cierta forma la demanda existe en el mercado específico.

Cualidades que permitieron conocer los requerimientos sobre el calzado deportivo demandado por los habitantes del mercado meta. Identificando inclinaciones de acuerdo al uso y marca, generando una base de datos para posteriormente aplicarlas como estrategias en una nueva empresa importadora y comercializadora de éste producto. Por otro lado, determinó que se debe establecer cláusulas legales para formalizar importación del calzado deportivo en marcas reconocidas; con los proveedores exclusivos de las respectivas marcas en destino, cualidades que se analizaron de manera general a lo particular.

En cambio, la modalidad cuantitativa se utilizó para recabar y analizar datos de las variables en estudio, principalmente de demanda, datos numéricos que fueron analizados minuciosamente, determinando cantidades reales de calzado deportivo a importar desde origen, analizando indicadores económicos en origen y destino, China y Ecuador respectivamente, propuesta planteada, estableciendo la viabilidad económica y financiera de importar y comercializar calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán, satisfaciendo los requerimientos de los posibles demandantes del producto. Datos analizados de manera particular para llegar a generalidades que sirvieron como referente para desarrollo de la investigación.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La Investigación Bibliográfica proporcionó información secundaria, contenida en diversas fuentes bibliográficas como: documentos, libros, revistas, leyes orgánicas, reglamentos, antecedentes investigativos, teorías filosóficas, etc., información relacionada con la temática de estudio que fue respectivamente analizada para obtener las respectivas conclusiones y por ende poder realizar las recomendaciones del caso. Este tipo de investigación aportó información sobre la oferta calzado deportivo en marcas reconocidas en país de origen, importaciones realizadas por Ecuador sobre el producto, teorías que fundamentan el comercio internacional entre China y Ecuador, además, se recolectó información sobre las características de las marcas de calzado deportivo, datos que permitieron el desarrollo de la temática de tesis.

Investigación de Campo la más importante, determinó la demanda real (cantidad) de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán, lugar donde se origina la demanda y comercialización de éste producto, corroborando la demanda existente en la localidad. Dicha investigación fue aplicada a cierto número de muestra, obtenido posterior al cálculo de la fórmula matemática, la misma que cumplía con similares características sobre gustos, preferencias, ingresos económicos, estrato social, entre otros. En cuanto refiere a oferta, fue aplicada a empresas establecidas legalmente en la ciudad, entidades reguladoras del proceso de importación tales como: Servicio Nacional de aduanas del Ecuador (SENAE), Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), empresas autorizadas en destino de las marcas a importar, permitiendo tener un acercamiento de la realidad sobre el tema investigado.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

La población y muestra fue segmentada de la siguiente manera: en lo que respecta a oferta, se tomó como base a empresas legalmente registradas ante el Servicio de Rentas Internas (SRI) dedicadas a la comercialización de calzado deportivo en marcas reconocidas, éstas son Comercial “CARLYN”, “TIME SPORT” Y “SPORTO”, obteniendo información respecto a tipo de

oferta, precios, estrategias de comercialización, proveedores, competencia y otros factores importantes.

Por otro lado, en cuanto se refiere a demanda, la población fue segmentada de tal forma:

Tabla 1: Población

Población Casco Urbano de Tulcán	53.558
Población entre los 18 - 65 años	31.772
Población con estrato medio típico (38%)	12.075

Fuente: Censo 2010 (INEC).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

A continuación se presenta el género del mercado potencial:

Tabla 2 : Género del Mercado Potencial

Género	Número de Habitantes	Porcentaje
Masculino	6001,28	49,2%
Femenino	6073,73	50,8%
Total	12.075	100%

Fuente: Censo 2010 (INEC).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Según la aplicación de una prueba piloto a los posibles consumidores de calzado deportivo en marcas reconocidas, se obtuvo como resultado que el 95% comprarían calzado en marcas reconocidas, y un 90% le gusta el calzado importado.

$$f(A \cap B) = P(A) \times P(B)$$

$$f(A \cap B) = 0,95 \times 0,90$$

$$f(A \cap B) = 0,85$$

$$f(A \cap B) = 85$$

Calculo que permitió estimar que el 85% de los habitantes del casco urbano y económicamente activo, adquieren calzado en marcas reconocidas y además demuestran preferencia por el calzado importado.

Cálculo del margen de error:

P= probabilidad de acierto; n= muestra encuestada

$$Sp = \sqrt{\frac{P(1 - P)}{n}}$$

$$Sp = \sqrt{\frac{(0,85)(1 - 0,85)}{100}}$$

$$Sp = \sqrt{\frac{(0,85)(0,15)}{100}}$$

$$Sp = 0,0357$$

Para determinar la muestra de nuestra investigación se procedió a aplicar la siguiente formula: en donde:

N= universo

p= probabilidad de acierto (85%)

q= probabilidad de no acierto (15%)

Z= margen de confianza (95%)

E= margen de error (3.57%)

Los datos para dicho cálculo fueron definidos de la siguiente manera: (N) de 19.933 personas de acuerdo a los rasgos requeridos, una probabilidad de ocurrencia (p) de 85%; una probabilidad de no ocurrencia (q) de 15%; una estimación de error (E) de 3,57% y, una confianza del 95%. Se reemplazaron los valores en la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{N p q}{\left(\frac{E^2}{Z^2}\right) (N - 1) + p q}$$

$$n = \frac{(12.075)(0,85)(0,15)}{\left(\frac{0,0357^2}{1,96^2}\right) (33163 - 1) + (0,85)(0,15)}$$

$$n = 373.$$

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 3: Operacionalización de Variables

Variables	Sub-variables	Indicadores	Fuentes de información	Técnica
Demanda	Entorno	Político Económico Social	Secundaria	Análisis Documental
	Mercado	Gusto y preferencia Hábitos de Compra Inclinaciones por producto	Primaria	Encuestas
	Producto	Marca Usos	Primaria	Encuesta
	Precios	Número de compradores Poder adquisitivo Motivo de compra Frecuencia de consumo Cantidad de consumo Preferencias, gustos, costumbres	Primaria	Encuesta
Comercialización	Entorno	Político Económico Social Tecnológico	Secundaria	Análisis Documental
	Oferta	Número de Oferentes Participación en el mercado Cantidades ofertadas	Secundaria	Análisis Documental
	Precio	Precio de venta Métodos para determinar el precio Porcentaje de utilidad Términos de negociación	Secundaria	Análisis Documental
	Distribución	Canales de distribución Estrategias de Comercialización	Secundaria	Análisis Documental
	Competencia	Situación de Competencia Participación en el Mercado	Primaria	Observación

Fuente: Manual y reglamento de elaboración proyecto de tesis de la UPEC.

Elaborad por: Jonathan Urresta

3.5. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de información referente a oferta y demanda de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán, se recurrió a dos tipos de fuentes: primaria y secundaria; en lo que respecta a la primera, se aplicó trecientas setenta y tres encuestas a los posibles consumidores del producto, con el apoyo de diez personas como recurso humano y previa planificación de sitios donde se aplicó dicha herramienta; éstos fueron: estadios, coliseos, Federación Deportiva del Carchi, principales calles del casco urbano de la ciudad, aprovechando la aglomeración de personas lo cual facilitó su aplicación (ver anexo 2). Las técnicas aplicadas fueron, encuesta, entrevista, fichas de observación y el instrumento fue el cuestionario (ver anexo 3,4 y 5). Dichas técnicas permitió recabar información con mayor profundidad, sobre cantidad demandada, marcas preferidas, frecuencia de compra, lugar de compra, entre otras.

Para el caso de la oferta, se realizaron entrevistas a empresas comercializadoras de la ciudad, con la finalidad de obtener los precios establecidos en percha, diversidad de oferta, nivel de ventas, tipo de oferta, proveedores, entre otros. Por último, información secundaria, partiendo de una revisión bibliográfica y linkográfica en el Servicio de Rentas Internas (SRI), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE), Banco Central del Ecuador (BCE), Artículos publicados por la Subsecretaría de Comercio Internacional-Argentina, Banco Mundial, Ministerio de Comercio de la República Popular de China, Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE), datos e información importante que fue analizada e interpretada para la validación de las variables de investigación. El análisis de las variables (Demanda - Comercialización), permitió tener un amplio panorama sobre el diseño de solución al problema de estudio.

3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

En este paso se realizó una evaluación de toda la información recabada en el estudio de mercado que, sirvió de base para establecer razones y criterios para formular las conclusiones y recomendaciones en la investigación. Se

Para el análisis y tabulación de datos se hizo uso del software estadístico SPSS, el cual permitió procesar toda la información de manera rápida y eficaz, cruzar variables de oferta y demanda de acuerdo al criterio de análisis.

Además, se utilizó del método matemático mínimos cuadrados, el cual, ajusta los datos de oferta y demanda a una ecuación lineal ($y = a + bx$), para realizar las respectivas proyecciones. Par obtener los valores de a y b , se aplica formulas independientes, para posteriormente reemplazarlos en la ecuación original; y en ésta, el valor de x es reemplazada por los diferentes periodos de años que se proyectará. El software que se utilizó para este proceso fue Microsoft Excel, el cual permitió optimizar recurso tiempo.

3.6.1. Análisis de Resultados

El análisis de los resultados obtenidos parte de la elaboración de tablas, cuadros segmentadas por género y rango de edades, representadas en gráficos circulares, en barra, en línea de dispersión; utilizando la media como una de las medidas estadísticas. Permitiendo hacer un estudio claro y precioso sobre demanda y oferta real de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán. Los cruces de variables determinaron con más profundidad y de forma más detallada resultados necesarios para la toma correcta de decisiones, cruces direccionados a los requerimientos del estudio de mercado.

Por citar un cruce de variables, entre edades, género y preferencia de marca del calzado deportivo en marcas reconocidas, el lugar donde lo adquiere, considerando locales establecidos en la ciudad, fuera de la misma incluyendo fuera del país. Sin dejar de lado dentro de este análisis las tendencias de moda, gustos y preferencias de compra, el perfil del consumidor.

Referente a la oferta se analizó factores como: competencia, mercado meta, diversidad de productos, precios, estrategias de comercialización, proveedores, montos de inversión, cantidad promedio de calzado deportivo comercializados diariamente, semanalmente y mensualmente.

3.6.2. Interpretación de Datos

Partiendo de la información y datos representada en gráficas de barras y circulares, se procede a su interpretación, estableciendo como importante, positiva y relevante toda la información obtenida en el transcurso de estudio de mercado lo cual permitió diseñar una matriz de logística de importación de calzado deportivo en marcas reconocidas desde Fujian- China, detallando paso a paso las actividades y procesos, incluyendo recursos como tiempo, económico desde origen hasta destino final, estableciendo los términos de negociación comercial internacional, hasta determinar el costo de venta al público para los posibles consumidores en la ciudad de Tulcán.

3.6.3. Verificación de Idea a Defender

Al finalizar el análisis e interpretación de resultados se valida la idea a defender, partiendo de los indicadores financieros resultantes del diseño de la matriz de logística de importación detallados a continuación:

Valor Actual Neto (VAN), valor de \$ 3.428,92, lo que significa que por la inversión total voy a tener un primer flujo trimestral positivo. La Tasa Interna de Retorno (TIR) con un porcentaje de 15,51% superando a la tasa referencial de descuento (11,30%), la TIR hace que el VAN estime la posibilidad de convertirlo a cero, límite para determinar la factibilidad de un proyecto. En el caso de que la TIR sea ser mayor este porcentaje dado, se estimaría un VAN negativo lo que implica la no viabilidad del proyecto.

El proyecto es viable pero poco rentable, basado en el indicador C/B el cual significa que por 1 dólar invertido se obtendrá un valor de 1,08 centavos al final de cada flujo, costo beneficio de 0,8 centavos.

Por lo tanto, determinar la demanda real de calzado deportivo en marcas reconocidas permite su comercialización en la ciudad de Tulcán, previo al diseño de un plan logístico de importación desde país de origen, China.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

- El actual gobierno protege la industria nacional, restringe las importaciones, aplica medidas para-arancelarias lo que implica que éstas sean menos atractivas.
- Referente a la oferta, en la ciudad de Tulcán existen tres empresas legalmente constituidas, dedicadas a la comercialización de calzado deportivo en marcas reconocidas, éstas son: CARLYN, TIME SPORT y SPORTO consideradas como competencia directa para la nueva empresa.
- El nivel de participación en el mercado por estas empresas esta dado de la siguiente manera, en primer lugar TIME SPORT seguido de la empresa CARLYN y por último la empresa SPORTO.
- El cálculo de la demanda insatisfecha determinó que la cantidad real de calzado deportivo en marcas reconocidas a importar desde origen es de 480 pares en periodos trimestrales.
- Se determinó que el valor del embarque es de \$15.357,10, por concepto de compra de 480 pares de calzado deportivo en marcas reconocidas, valor en fábrica.
- Se concluye que los costos de comercio exterior son más económicos utilizando el transporte marítimo en comparación con el resto, considerando que la consolidación de carga optimiza los costos por flete internacional.
- De acuerdo al análisis de sensibilidad, el porcentaje mínimo de utilidad para el proyecto es del 59%, implicando que sea manejable y sostenible y, el porcentaje de incremento para el precio de venta al público es el 62%, valor necesario que cubre los costos y gastos incurridos en el diseño de la matriz logística de importación, y comercialización de calzado deportivo en marcas reconocidas.

- La aplicación de estrategias de comercialización permite una mayor posesión de las empresas en el mercado, capta un gran número de clientes potenciales.
- Existen muchas empresas intermediarias en la comercialización de éste producto, ocasionando que el precio sea aún mayor, causa principal para que no se aplique estrategias de venta.
- Entre Ecuador y China no existen acuerdos comerciales internacionales que permitan estar exentos en el pago de tributos al Comercio Exterior.
- De acuerdo a los indicadores financieros éste proyecto de investigación es viable pero poco rentable, ocasionado principalmente por políticas de estado, entidades reguladoras del poder de mercado y el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- Las empresas autorizadas en Ecuador para comercializar calzado deportivo en marcas reconocidas son las siguientes: EQUINOX S.A. (nike), MEDEPORT (adidas), MILDEPORTES (puma).

4.2. RECOMENDACIONES

- Realizar la importación legal de calzado deportivo en marcas reconocidas, estableciendo un contrato con las empresas autorizados que lo distribuyen en destino, detallando cláusulas como: cantidad importar, frecuencia de importación, capacitación al personal de ventas en temas como tipo de pisado (supinador, pronador, normal).
- Aplicar restricciones a las importaciones de aquellos productos que afecten la industria nacional, revisando minuciosamente aquellos que no la afectan, en el país no existen empresas dedicadas a la elaboración de calzado deportivo en marcas reconocidas.
- Dar un seguimiento a las tres empresas legalmente registradas en la ciudad de Tulcán, CARLYN, TIME SPORT y SPORTO, con la finalidad de mantener actualizado los precios de venta al público, los mismos que servirán de referencia para la nueva comercializadora.

- Tomar en consideración el nivel de participación en el mercado por estas tres empresas, realizando en lo posible un análisis FODA, obteniendo una serie de estrategias que se aplicará en la nueva comercializadora.
- Importar la cantidad exacta calzado deportivo en marcas reconocidas (480 pares), resultado del estudio de mercado, con la frecuencia de importación trimestral.
- Optimizar en lo posible los costos por comercio exterior, permitiendo que la nueva comercializadora establezca precios de venta competitivos.
- Utilizar el medio de transporte marítimo, realizando una consolidación de mercancías, optimizando aún más el costo de flete internacional desde el puerto de Xiamen hasta Guayaquil.
- Manejar porcentajes de utilidad competitivos, aplicar estrategias de publicidad y comercialización, permitiendo una mayor posesión de la nueva empresa en el mercado tucumano.
- Minimizar el número de empresas intermediarias en lo posible en la comercialización del producto, utilizando como estrategia competitiva la importación directa desde país de origen.
- Capacitar al personal de ventas con la finalidad de ofrecer un mejor servicio, lo que permitirá asesorar a cada uno de los clientes sobre los beneficios del producto, de acuerdo a los requerimientos.
- Establecer acuerdos bilaterales entre Ecuador y China, permitiendo dinamizar el comercio internacional entre ambos países.
- Analizar detenidamente los indicadores financieros este proyecto, para decidir o no la ejecución de la nueva importadora y comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas.

CAPÍTULO V: PROPUESTA

5.1. DATOS INFORMATIVOS

Tabla 4: Datos Informativos del Proyecto

Propuesta:	Diseñar un plan de logística de importación de calzado deportivo en marcas reconocidas a través de los procesos idóneos de comercio exterior satisfaciendo la demanda real de éste producto en la ciudad de Tulcán.
Lugar:	Tulcán, Carchi, Ecuador. Putian, Fujian, China.
Institución:	Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
Área:	Comercio Exterior – Negociación Internacional - Importación.
Sujeto: Objeto:	Demanda Comercialización
Tipo de producto:	Calzado deportivo en marcas reconocidas.
Beneficiarios:	Personas inmersas directa o indirectamente con la práctica de algún tipo de deporte.
Mercado meta:	Personas residentes en el casco urbano, económicamente activas con ingresos medios-altos, comprendidas entre las edades de 18 a 65 años.
Monto total:	La inversión total es de \$ 37.892,40.
Responsables:	Jonathan Urresta.
Tiempo de duración:	12 meses.
Elaborado por: Jonathan Urresta	

5.2. ANTECEDENTES AL PLAN

En la ciudad de Tulcán existen tres empresas registradas, dedicadas a comercializar este producto, Carlyn, Timesport y Sporto. Siendo la empresa Timesport la que mayor nivel de participación tiene en el mercado. De acuerdo a la investigación, la cantidad de calzado deportivo que se importará desde origen es de 480 pares, con un valor en fábrica (EXW) de 16.106,67 dólares.

Como requisito previo e importante para la importación del calzado deportivo se debe establecer un contrato con las empresas autorizadas en de analizan cláusulas como: cantidad importar, frecuencia de importación por cada embarque, capacitación del personal, entre otras.

En lo que respecta al comportamiento del consumidor; las marcas más demandadas de mayor a menor son: nike, adidas y puma, uso de este producto está destinado a futbol, marcha atlética, basquetball, futbol sala y uso diario, la frecuencia de compra es trimestralmente, en éste producto buscan exclusividad, moda, comodidad, diversidad y precios bajos. El monto que han invertido en la compra de este producto está entre \$ 101 a 200, estarían dispuestos a comprar en una nueva empresa comercializadora si se ofrece todas las características antes planteadas, más aún si son a precios más económicos que las empresas oferentes ya existentes en la ciudad de Tulcán.

5.3. JUSTIFICACIÓN

El estudio y análisis de los procesos logísticos al comercio exterior, distribución física internacional (DFI), viabilidad financiera son de mucha importancia para proyectos de inversión y emprendimiento puesto que varias empresas buscan internacionalizarse innovando los procesos de producción, canales de distribución, planes de comercialización, entre otros. Las empresas a través de la globalización buscan que sus productos sean comercializados en todo el mundo, analizando los óptimos canales de distribución los que permitirán que el calzado deportivo en marcas reconocidas este a disposición del cliente en los tiempos y precios acordados, abaratando recursos económicos, por ende éste estudio permitirá optimizar el recurso tiempo y factor económico (reduciendo costos) para todos los procesos, permitiendo tomar una serie de decisiones y recomendaciones.

La ciudad de Tulcán es una ciudad eminentemente comercial, siendo éste último factor, uno de los motores que dinamiza la su economía, por lo tanto se debe centrar los mayores esfuerzos y apoyo a las nuevas ideas de emprendimiento, negocio e inversión, las cuales generan el ingreso de divisas, contribuyendo al desarrollo social y económico de nuestra ciudad y por ende del país. Promoviendo la generación de proyectos o ideas de emprendimiento.

Con el establecimiento de una empresa importadora y comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas se intenta la reactivación del comercio, por lo tanto, el ingreso de divisas por ésta actividad servirá de base

para la generación de fuentes de empleo, pago de obligaciones con empresas públicas, privadas, convirtiéndose este proceso en una cadena que busca el bienestar de los habitantes de la ciudad de Tulcán. Aportando al profesionalismo de las personas beneficiarias directa o indirectamente con éste proyecto.

Por otro lado, la implementación de la empresa comercializadora incentiva el mercado formal, puesto que su ejecución requiere analizar detenidamente requisitos previos y necesarios para su ejecución.

5.4. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

Realizar un análisis situacional en país de origen, China, determinando capacidad de oferta de calzado deportivo en marcas reconocidas, analizando el entorno económico, social, político y tecnológico.

Realizar un análisis situacional en país de destino, Ecuador, analizando factores que determinan la demanda de calzado deportivo en marcas reconocidas, estudiando el entorno económico, social, político y tecnológico.

Desarrollar un proceso de inteligencia de mercado del calzado deportivo en marcas reconocidas permitiendo definir la demanda y oferta real de este producto en la ciudad de Tulcán.

Establecer el término de negociación más adecuado, haciendo uso de los conocimientos de comercio exterior y negociación internacional optimizando en lo posible los recursos económicos.

Diseñar la logística de importación de calzado deportivo en marcas reconocidas estableciendo todos los procesos y etapas desde el lugar de origen hasta destino.

Realizar un estudio económico financiero sobre la importadora y comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas llegando a determinar la viabilidad económica y la rentabilidad.

5.5. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

Tabla 5: Modelo Operativo



Fuente: Gestipolis.com

Elaborado por: Jonathan Urresta.

La grafica evidencia el modelo operativo que permite el diseño de un plan logístico de importación. Se lee de abajo hacia arriba, y parte de la premisa de realizar un diagnóstico del país de destino como el de origen, de tal manera que se cuente con los datos necesarios para realizar un proceso de inteligencia de mercado, determinando la cantidad real de demanda, sobre la cual se desarrolla el diseño de la matriz logística de importación y el respectivo cálculo económico - financiero.

5.6. ANÁLISIS SITUACIONAL DE ORIGEN, CHINA

A continuación se presenta datos de mucha importancia para el desarrollo de la investigación, información que permite analizar el país en el que se explica la oferta de calzado deportivo en marcas reconocidas, tomando en cuenta los factores políticos y socioeconómicos.

Tabla 6: Datos Generales de China

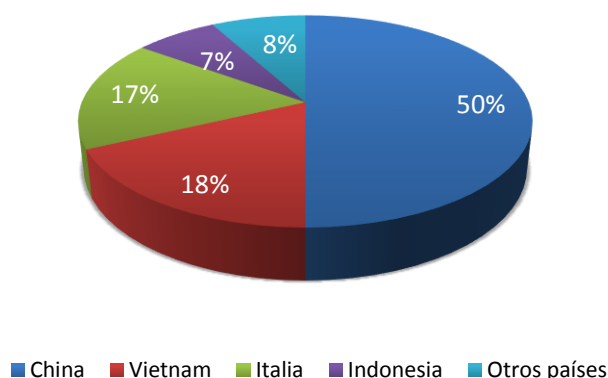
	
Nombre oficial:	República Popular de China
Capital	Beijing
Población	1.339.724.852 Población urbana: 502,120,000 - 39.1% Población rural: 782,410,000 - 60.9%
Superficie terrestre:	9,600,000 km ²
Principales ciudades:	Beijing: 19,612,368 Tianjin: 12,938,224 Guangdong: 104,303,132 Hong Kong: 7,097,600
Idioma oficial:	Mandarín Más de 80 dialectos entre diferentes nacionalidades y provincias.
Moneda:	Renminbi, también denominado yuan.
Fecha Nacional:	1 de Octubre
Fuente: China Market Yearbook 2010.	
Elaborado por: Jonathan Urresta	

Actualmente, China con alrededor de 1340 millones habitantes es considerada la empresa del mundo, todo lo que produce, en sus diferentes sectores (textiles, electrodomésticos, tecnología, calzado), es exportado hacia los mercados norteamericanos, europeos, latinoamericanos, entre otros, los mercados están siendo invadidos por productos de origen chino. En

general todos los productos o artículos tienen manufactura China, es fácil identificar en el “MADE IN” de todos los productos disponibles al alcance, corroborando lo antes citado.

China el principal país productor de este producto a nivel mundial en donde se destacan también países como Vietnam e Indonesia. En estos países se denota las ventajas absolutas y comparativas en la elaboración de éste producto, razón por la cual se eligió a éste país para la diseño del plan de importación, ver gráfico N°4.

Gráfico 1: Países Productores de Calzado Deportivo

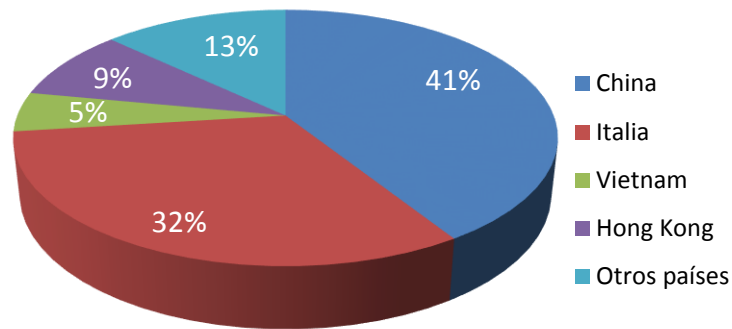


Fuente: China Market Yearbook 2010.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

En China se ha creado zonas económicas especiales que han permitido la diversificación de las actividades productivas en ciertas ciudades como es el caso de Shenzhen, convirtiéndose en una zona de transacciones bancarias. Además, las provincias costeras de Jiangsu, Zheijiang, Guandong, Fujian, Shangdong y Shanghai se concentran el 80% del Comercio total de China, ver gráfico N° 2.

Gráfico 2: Principales exportadores de calzado deportivo



Fuente: Subsecretaría de Comercio Internacional-Argentina.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Las mismas que han convertido a China en una potencia manufacturera del mundo, en la producción principalmente de electrodomésticos y textiles.

Siendo la provincia de Fujian la mayor referencia en cuanto a la elaboración de calzado deportivo en marcas reconocidas, en el resto de provincias a parte del comercio se desarrolla el sector industrial, ganadero, agricultura turismo y bienes raíces. Se puede señalar que China es uno de los países principales exportadores de calzado deportivo en relación a otros países del mundo. Generalmente la producción en China está destinada a la exportación, tal como se observa en el gráfico N°5, en donde resaltan también otros países como Italia, China, Vietnam, la posición arancelaria del calzado deportivo en país de origen es 6402.99.00.00.

En la tabla N° 7 se detalla los indicadores económicos, China es un país que tiene un desarrollo económico muy importante, el Producto Interno Bruto (PIB), para el año 2012 y 2013 son 7,5% y el 7,8%, respectivamente, considerados muy altos en relación con otros mercados potenciales. A continuación se presenta

Tabla 7:Indicadores Económicos

INDICADOR	AÑO 2012	AÑO 2013
Producto Interno Bruto (PIB)	7,5 %	7,8%
Inflación	2,7	2,6
PIB per cápita	\$ 8358	\$ 9427
Índice de crecimiento poblacional	0,5	0,5
Desempleo, total (%población activa total)	4,3	4,5

Fuente: Banco Mundial

Elaborado por: Jonathan Urresta.

La tasa de inflación es decreciente para los mismos años, lo que demuestra que los precios al consumidor son relativamente bajos, accediendo a la compra de éste producto con facilidad, visualizando una oportunidad de negocio efectiva. Por otro lado, la cantidad de PIB per cápita es sumamente alto, lo que demuestra el alto nivel productivo existente dividido para cada habitante en ese país, además, el índice de crecimiento poblacional está controlado para los años mencionados anteriormente. El porcentaje de desempleo se asemeja a la realidad ecuatoriana. En lo que respecta a Fujian, al ser una provincia productora de calzado deportivo en marcas reconocidas, existen un sinnúmero de empresas productoras, las mismas que ofrecen las marcas requeridas y en las cantidades demandadas.

5.7. ANÁLISIS SITUACIONAL EN DESTINO, ECUADOR

A continuación se presenta datos de mucha importancia para el desarrollo de la investigación, información que permite analizar el país en el que se explica la oferta de calzado deportivo en marcas reconocidas, tomando en cuenta los siguientes factores, político, socioeconómico.

Tabla 8: Datos Generales de Ecuador



Nombre Oficial:	Ecuador
Capital	Quito
Población	14'483.499
Superficie terrestre:	283.560 km ²
Principales ciudades:	Quito – Guayaquil – Cuenca.
Idioma oficial:	Español – Quechua
Moneda:	Dólar Americano
Índice de alfabetización:	93,2%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Actualmente, Ecuador es un país muy diverso con alrededor de 14'483.499 de habitantes aproximadamente, con una superficie 283.560 km², en donde el nivel de alfabetización es del 93,2% demostrando capacidad para ser participe en diversas actividades sociales y culturales, que permite la visualización de nuevos conocimientos, oportunidades de negocio y muchas otras actividades encaminadas al desarrollo socioeconómico del país.

En lo que respecta a nuestro mercado específico, la ciudad de Tulcán, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010), tiene una población de 86,5 mil habitantes, de los cuales el 61,9% corresponde al caso urbano y el 38,1% corresponde la sector rural.

El género femenino con el 50,8% supera al género masculino con el 49,2%. El 54% de la población corresponde a la población económicamente activa. El 38% de la población se encuentra segmentada en el estrato social medio típico. A continuación se detalla los factores económicos:

Tabla 9: Factores Económicos

Indicador	Año 2012	Año 2013
Producto Interno Bruto (PIB)	84.700	89.800
Crecimiento PIB	5,1%	4,0%
Inflación	5,1%	2,8%
Índice de crecimiento poblacional	1,6	1,6
Desempleo, total (%población activa total)	4,2	4,5
Riesgo País	800	746

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Ecuador, actualmente considerado económicamente estable, la aplicación de nuevas políticas comerciales proteccionistas ha permitido el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) para los años 2012 y 2013, en el crecimiento del PIB existe una variación, las tasas de inflación tienen una tendencia a la baja, permitiendo que los precios al consumidor tiendan a bajar, las tasas de desempleo son relativamente bajas a comparación con años anteriores, el aumento de la producción incide en el empleo de mano de obra, por ende la reducción de los índices de desempleo.

Las medidas proteccionistas han tenido el efecto esperado, proteger a la industria nacional, limitando la inversión extranjera directa, para los inversionistas resulta poco beneficioso emprender en proyectos de inversión en Ecuador.

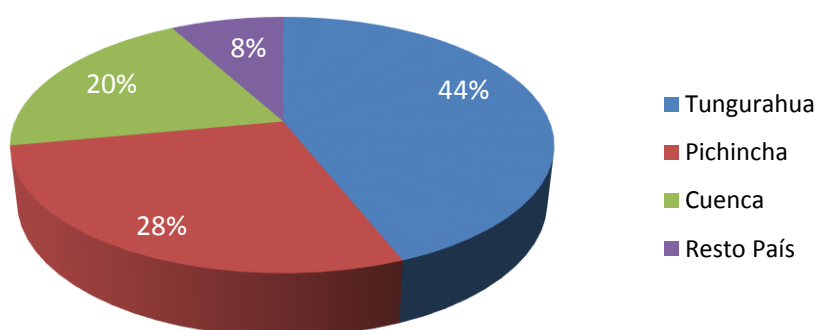
Ecuador es un país exportador de un diversos productos, entre los que se destacan: banano, cacao, café, flores y mango, los principales mercados para estos productos son: Nueva Zelanda, Medio Oriente, Japón, Argentina, Chile, Holanda, Inglaterra, Polinia, Rusia, Bélgica, Italia, Alemania, Canadá, España, Francia, Suiza, Ucrania, China, Brasil, Colombia, Estados Unidos y México.

El sector de estudio y análisis es el calzado, el producto es calzado deportivo en marcas reconocidas, siendo Ecuador el país de destino, para su comercialización en la ciudad Tulcán. A continuación se analiza la elaboración de éste producto.

En Ecuador, para el año 2009 se producen alrededor de 28 millones de pares de calzado en cuero, de la cual el 50% es destinado para el consumo interno y el 50% restante está destinado para la exportación.

Según datos de la CALTU, a provincia que lidera la producción de calzado en cuero es Tungurahua con el 44%, determinando que que 100 pares de calzados producidos en el Ecuador 44 son producidos en esta provincia. (Ecuador produce, 2010,parr: 2-4). En la actualidad el consumo per cápita de calzado es de 2,6 pares al año. (INEC,2010), ver gráfico N°3.

Gráfico 3: Provincias productoras de calzado en el Ecuador



Fuente: Cámara de Calzado de Tungurahua (CALTU).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

La industria del calzado ha experimentado un importante crecimiento desde el 2009, la cantidad producida en el año 2008 oscilaba entre los 15 millones de pares, para el año 2011 creció a 28,8 millones.

El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) calcula que la producción de calzado tuvo un auge de un 154% entre el 2007 al 2011. Una de las razones para que se origine este crecimiento fue la aplicación de medidas arancelarias a las importaciones, que entró en vigencia el 1 de junio del 2010.

Los aranceles aplicados fueron de USD 6 x cada par de zapato más 10% ad-valorem, con la finalidad de proteger la industria nacional. Según datos del Censo Económico 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el país existen 870 establecimientos que se dedican a la

producción de calzado en cuero, y otros materiales, no hay registro de empresas productoras de calzado deportivo en marcas reconocidas. Para el año 2012 están registrados 4 500 empresas productoras.

Según Álex Vinueza, gerente de Marketing de Buestán, empresa productora establecida en la ciudad de Quito, puntualiza que los compradores de calzado ecuatoriano son personas de clase media: funcionarios públicos y privados, niños en etapa escolar (RevistaLíderes.ec, 2012).

Según datos del Banco Central del Ecuador, las importaciones de este producto a lo largo de los últimos 5 años han tenido una variación importante, panorama que es analizado desde dos perspectivas, antes y después de la aplicación de las medidas arancelarias a las importaciones de calzado deportivo.

La clasificación arancelaria del producto es, ver tabla N°10.

Tabla 10: Partida Arancelaria del Calzado Deportivo

Sub-partida	6404.11.20.00
Descripción de Elemento	Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares.
Unidad Física	Par
Producto perecible	No

Fuente: Servicio de Aduanas del Ecuador (SENAE).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Las medidas arancelarias aplicadas a la sub-partida 6404.11.20.00 – “Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares” se clasifican en fijos y específicos, ver tabla N°11.

Tabla 11: Aranceles Fijos del Calzado Deportivo.

Ad-Valoren	10%
FDI	0.5%
IVA	12%

Fuente: Servicio de Aduanas del Ecuador (SENAE).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

En el siguiente cuadro podemos apreciar los aranceles específicos aplicados a la importación de calzado deportivo, ver tabla N° 12.

Tabla 12: Aranceles Contingentes al Calzado Deportivo.

Código de Unidad Física	Par
Comentarios de Apertura	Decreto ejecutivo 367, R.O. 2 Suplemento N°, 203 31/05/2010. Decreto ejecutivo 367 10% Adv, \$ 6 x par.

Fuente: Servicio de Aduanas del Ecuador (SENAE).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Antes de aplicarse las medidas arancelarias en Ecuador, las importaciones de calzado Chino invadieron al país, puesto que en el año 2008 de 10 pares de calzado vendido en el Ecuador, 8 era importados desde China. (CALTU, 2010).

Según datos del Banco Central del Ecuador (BCE), en el año 2008, la importación de calzado bajo la posición arancelaria antes mencionada desde China llegó a 122.66 toneladas, en el 2009 tuvo un descenso significativo, llegó a 16.33 toneladas, después de la aplicación de las medidas arancelarias en el año 2010, se registró el límite más bajo registrado en los últimos años, 12.51 toneladas, pese a esto en el año 2011 las importaciones sufrieron un cambio drástico alcanzando la mayor cantidad importada, 65.25 toneladas, para el año 2012 se visualiza caída leve, 44.32 toneladas y para el año 2013 continua la tendencia a la baja registrando 38.03 toneladas de calzado.

Las importaciones de calzado deportivo están siendo afectadas por las medidas adoptadas por el régimen de turno, según estadísticas esta medida implica una reducción de 7 a 4 importaciones bimestralmente según lo planteado por Pablo Vega gerente general de Ferrati (Precio final por calzado, 2010, párr.1). Esta idea fue argumentada por Simón Yeung, jefe de importaciones de Kao Sports Center, quien explicó que *“esta medida frenará las compras externas”* (Precio final por calzado, 2010, párr.2).

Tabla 13: Importaciones por País (2011).

Sub-partida Nandina	Descripción Nandina	País	Toneladas	FOB Dólar	CIF Dólar
6401112000	Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares.	Panamá	158,02	5465,89	5544,26
		Perú	100,13	4061,13	4165,63
		Colombia	40,26	679,14	688,56
		China	65,23	594,92	637,58
		Vietnam	6,95	208,81	218,52
		Chile	5,55	154,16	157,58

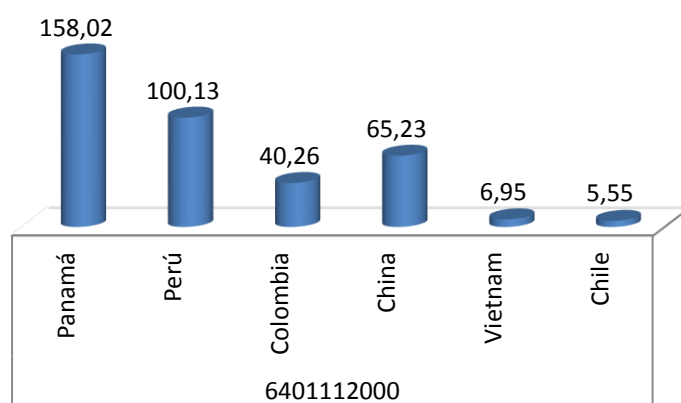
Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Analizando el panorama de importación desde China y Colombia, para el año 2011. De Colombia se importó la cantidad de 40.26 toneladas con un valor FOB de \$ 679,14 mil dólares, valor mucho más alto en comparación con China, de este país se importó la cantidad de 65.23 toneladas con un valor FOB de \$ 594,92 mil dólares, es decir, de Colombia se importa una cantidad menor por un valor FOB alto, de China se importa una cantidad mayor por un valor FOB bajo, éstos valores representa las ventajas de comprar el producto en país de origen, China.

Después de la aplicación de las políticas comerciales, las importaciones desde China fueron creciendo paulatinamente, para el año 2011 ascendieron a 65,23 toneladas, ver gráfico N°4.

Gráfico 4: Importaciones por país (2011)



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).
Elaborado por: Jonathan Urresta.

El poder de compra denominado también costo de vida, diferencia entre ingresos mensuales – costos ocasionados por vivir, mientras más alto sea el ingreso mensual, el poder de compra será aún mayor, originando un estilo de vida más adecuado permitiendo a ciertas personas seguir consumiendo éste tipo de producto. Para el año 2012, las importaciones se muestran de tal manera, ver tabla N°14.

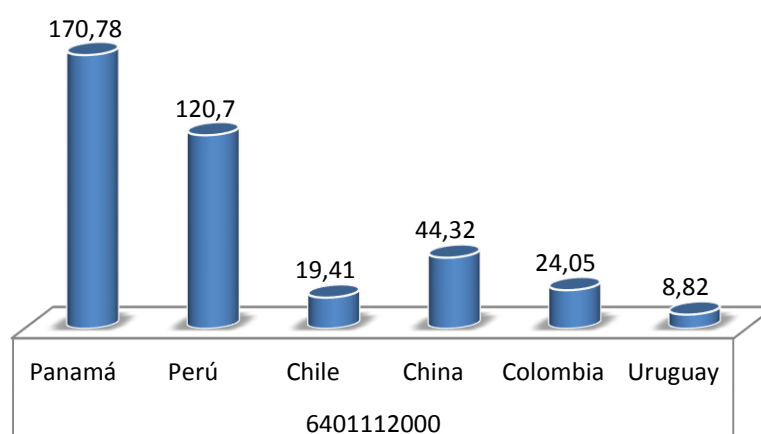
Tabla 14: Importaciones por país (2012)

Sub-partida Nandina	Descripción Nandina	País	Toneladas	FOB Dólar	CIF Dólar
6401112000	Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares.	Panamá	170,78	6392,28	6491,48
		Perú	120,7	6160,25	6307,08
		Chile	19,41	860,75	870,99
		China	44,32	635,67	680,72
		Colombia	24,05	396,76	494
		Uruguay	8,82	354,13	377,8

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Entre los países principales de importación se destacan: Panamá, Perú, China, Chile, Colombia, Vietnam, ver gráfico N° 5.

Gráfico 5: Importaciones por país.

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaborado por: Jonathan Urresta.

5.8. INTELIGENCIA DE MERCADO.

5.8.1. Definición de la Oferta

Para determinar la oferta de calzado deportivo en marcas reconocidas, se aplicó una entrevista a los propietarios de las empresas legalmente constituidas; mismas que se detallan a continuación: Comercial Carlyn, Tiempo, Sporto. A las cuales se les aplicó una matriz en donde detalla factores

relevantes de éxito permitiendo medir el nivel de competitividad, ver tabla N° 15.

Tabla 15: Análisis Competitivo

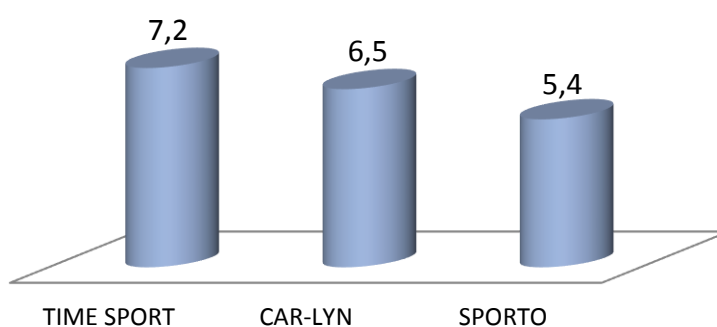
Factores de Éxito		Peso	Time Sport		Car-Lyn		Sporto	
			Califi.	Valor Pond.	Califi.	Valor Pond.	Califi.	Valor Pond.
1	Recursos Humanos	0,11	8	0,875	8	0,88	6	0,66
2	Tecnología	0,11	8	0,875	7	0,77	6	0,66
3	Calidad	0,13	9	0,984	7	0,77	8	0,88
4	Precios bajos	0,14	8	0,875	8	0,88	6	0,66
5	Experiencia	0,14	7	0,766	7	0,77	6	0,66
6	Servicio	0,13	8	0,875	6	0,66	6	0,66
7	Imagen	0,11	9	0,984	7	0,77	6	0,66
8	Mercado	0,14	9	0,984	9	0,98	5	0,55
Total		1,00		7,2		6,5		5,4

Fuente: Comercializadoras - Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Estos factores permitieron medir el nivel de competitividad en la ciudad de Tulcán de empresas existentes, a continuación se el gráfico para una mejor comprensión, ver gráfico N°6.

Gráfico 6: Nivel de Competitividad



Fuente: Comercializadoras - Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

La empresa comercial Time Sport lidera el nivel de competitividad en el mercado con el 7,2%, seguido del comercial Carlyn y por último, comercial Sporto con un nivel de competitividad del 5,4%.

La oferta de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán varía de acuerdo al deporte que se realiza con más frecuencia, de acuerdo a las edades y según el género: hombres y mujeres, además, los colores y los modelos son suministrados de acuerdo a la disposición de productos de los importadores directos. A continuación se presenta la clasificación de la oferta que se comercializa en dichas empresas, ver tabla N° 16.

Tabla 16: Oferta de Calzado Deportivo

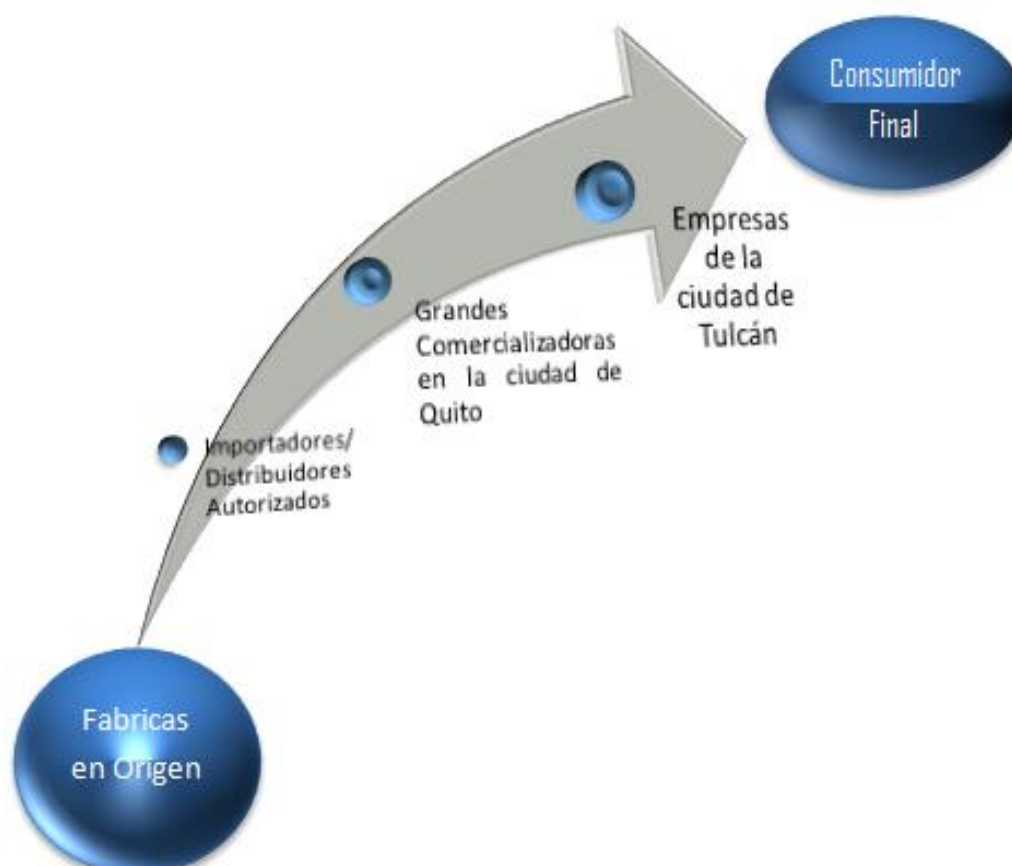
Género	Variedad de Calzados
Mujer	Calzados para Running Calzados de Basquetbol Calzados para Tenis
Hombre	Calzados para Running Calzados para Soccer Calzados Futsala Calzados de Basquetbol Calzados para Tenis

Fuente: Comercializadoras – Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

La distribución y comercialización del calzado deportivo en marcas reconocidas esta dado de la siguiente manera: las fábricas en país de origen los comercializan a importadores que están ubicados en la ciudad de Quito, tales como: EQUINOX S.A. - MEDEPORT - MILDEPORTES; las mismas que lo distribuyen grandes comercializadoras del país, por citar: Kao Sport Center - Marathon Sport; convirtiéndose estas empresas en los proveedores que suministran a las comercializadoras de la ciudad de Tulcán. Proceso similar en el país vecino Colombia, el cual de manera indirecta satisface la demanda de éste producto en los habitantes de la ciudad de Tulcán, ver gráfico N° 7.

Gráfico 7: Distribución del Calzado Deportivo Origen – Destino



Fuente: Comercializadoras - Tulcán.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tras indagar sobre la cantidad de calzado deportivo ofertado durante el último trimestre del año 2013, se determinó las siguientes cantidades, ver tabla N°17.

Tabla 17: Oferta promedio de calzado - Pares – Último Trimestre 2013

Tipo calzado deportivo	Locales Comerciales		
	Time	Carlyn	Sporto
Calzados para soccer	90	80	115
Calzados para basquetbol	75	95	40
Calzados para running	80	55	70
Calzados para futsala	105	75	60
Total por empresa	350	305	285

Fuente: Comercializadoras Tulcán
Elaborado por: Jonathan Urresta

La cantidad promedio más alta de calzado deportivo ofertado en percha fue del comercial Time Sport con 350 pares, en totalidad, el mercado de la ciudad de Tulcán admitió una cantidad promedio en ventas de 940 pares. Se investigó la cantidad promedio de venta del calzado deportivo, a continuación para cada una de las empresas comercializadoras, ver tabla N°18.

Tabla 18: Cantidad promedio de venta – Pares

Oferente	Diario	Semanal	Mensual	Trimestral
Timesport	3	21	84	252
Carlyn	2	14	56	168
Sporto	2	14	56	168
Total Pares Trimestralmente				588

Fuente: Comercializadoras – Tulcán

Elaborado por: Jonathan Urresta.

La cantidad promedio de venta de éste producto es de 3 pares para el comercial Time Sport y dos pares para Carlyn y Sporto respectivamente; dicho número permitió determinar la venta promedio en forma semanal, mensual y trimestral, obteniendo como resultado una cantidad promedio de 588 pares de calzado deportivo vendido durante el último trimestre del año 2013. A continuación se detalla el precio promedio de compra del calzado deportivo en marcas reconocidas por parte de las empresas oferentes en la ciudad de Tulcán a sus proveedores respectivos, ver tabla N° 19.

Tabla 19: Precio Promedio de compra en USD - calzado deportivo

Oferente	Soccer	Running	Basquetbol	Futsala	Promedio
Timesport	81	83	72	65	75,5
Car-Lyn	85	78	68	66	74
Sporto	87	76	67	63	73,25

Fuente: Comercializadoras – Tulcán

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Esta tabla indica precios estimados de compra por parte de las empresas para cada tipo de deporte, permitiendo el análisis entre costos en origen y destino,

optando por realizar la importación directa de desde país de origen, China, Vietnam, Indonesia, entre otros. Otra variable importante que se determinó fue el precio promedio de venta al público del calzado deportivo establecido por cada una de las empresas, detallado en la tabla N° 20.

Tabla 20: Precio Promedio de Venta

Tipo calzado deportivo	Locales Comerciales		
	Time	Carlyn	Sporto
Calzados para soccer	115	120	118
Calzados para basquetbol	130	145	125
Calzados para running	115	142	125
Calzados para futsala	100	105	102
Promedio por empresa	115	128	118,25

Fuente: Comercializadoras - Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta

Los precios y la cantidad promedio permitió hacer cálculos referentes a la cantidad vendida en dólares durante el último trimestre del año 2013, multiplicando cantidad promedio por el precio promedio por cada empresa comercializadora, tal como se presenta en la tabla N°21.

Tabla 21: Cantidad promedio vendida – USD -Ultimo Trimestre 2013

Empresa Comercial	Cantidad Promedio Vendida	Precio Promedio	Total USD
Time sport	252	115	28980
Car-lyn	168	128	21504
Sporto	168	118,25	19866

Fuente: Comercializadoras - Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

El mercado de la ciudad de Tulcán admitió una demanda total de \$ 70.350 dólares para este periodo. Por otro lado, la capacidad de inversión fue segmentada de tal manera: Activos (Tangibles e Intangibles) – RR.HH – Stock de mercadería, detallas a continuación, ver tabla N°22.

Tabla 22: Capacidad de Inversión - Total Anual USD

Oferente	Activos	Personal	Stock	Suma Total
TIMESPORT	5560	12240	25436	43236
CAR-LYN	4231	8160	21896	34287
SPORTO	3328	4080	19765	27173

Fuente: Comercializadoras - Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

La capacidad de inversión en la empresa Timesport es de \$43.236, siendo el valor más alto entre las comercializadoras. Datos importantes que permitieron medir la capacidad real de inversión mínima; tomado como referencia para la nueva empresa comercializadora.

En cuanto se refiere a la oferta anual de calzado deportivo en USD para el período 2013, se obtuvieron los siguientes resultados, ver tabla N° 23.

Tabla 23: Oferta por tipo de deporte – Total 2013.

Oferente	Soccer	Running	Basketball	Futsala	Total
Car-lyn	46.000	35.000	21.300	18.500	120.800
Timesport	41.000	45.000	33.000	15.500	134.500
Sporto	21.000	23.000	19.000	14.500	77.500
Total	108.000	103.000	73.300	48.500	332.800

Fuente: Comercializadoras - Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

5.8.1.1. Proyección de la oferta

La empresa comercial que ofertó el valor más alto fue Time Sport con un valor de \$ 134.500 dólares, seguido del comercial Carlyn con un valor de \$ 120800 y por último, el comercial Sporto con una oferta de \$ 77.500. A continuación se presenta datos históricos sobre la oferta de calzado deportivo en marcas reconocidas por cada tipo de deporte en las empresas locales, ver tabla N° 24.

Tabla 24: Oferta Histórica de Calzado 2009-2013 –USD

TIPO	2009	2010	2011	2012	2013
Soccer	175.744,00	189.981,54	225.730,00	217.010,00	108.000
Running	37.973,00	37.221,00	49.582,00	52.060,00	103.000
Basketball	15.857,00	19.001	25.200,00	26.460,00	73.300
Futsala	1.043,00	3.416,00	3.796,00	3.986,00	48.500
Total	230.617,00	249.619,40	304.308,00	299.516,00	332.800

Fuente: Comercializadoras Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Estas cifras permitieron realizar las respectivas proyecciones de oferta, tomando como base datos históricos desde el año 2009 hasta el 2013. Para tal proceso se hizo uso del método de mínimos cuadrados, proceso que se refleja en la tabla N° 25.

Tabla 25: Oferta Histórica de Calzado 2009-2013

Año	x	y	xy	x ²	y ²
2.009	1	230.617	230.617	1	53.184.200.689
2.010	2	249.619	499.239	4	62.309.844.511
2.011	3	304.308	912.924	9	92.603.358.864
2.012	4	299.516	1.198.064	16	89.709.834.256
2.013	5	332.800	1.664.000	25	110.755.840.000
Total 5	15	1.416.860	4.504.844	55	408.563.078.320

Fuente: Comercializadoras - Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

El uso del método de mínimos cuadrados implica la solución de la siguiente ecuación lineal:

$$y = mx + b$$

Para obtener los valores de m y b se aplican las siguientes fórmulas:

$$b = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N \sum x^2 - \sum x \sum x}$$

$$m = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - \sum x \sum x}$$

Como resultado de estas fórmulas se obtiene los siguientes valores:

b= 25426,26

m= 07093,30

Con dichos valores procedemos a reemplazar en la fórmula original, en donde x toma el valor de los periodos a proyectar; proyecciones representadas en la tabla N° 26.

Tabla 26: Proyecciones de Oferta - USD

Año	Periodo	USD
	X	y
2014	6	359651
2015	7	385077
2016	8	410503
2017	9	435930
2018	10	461356

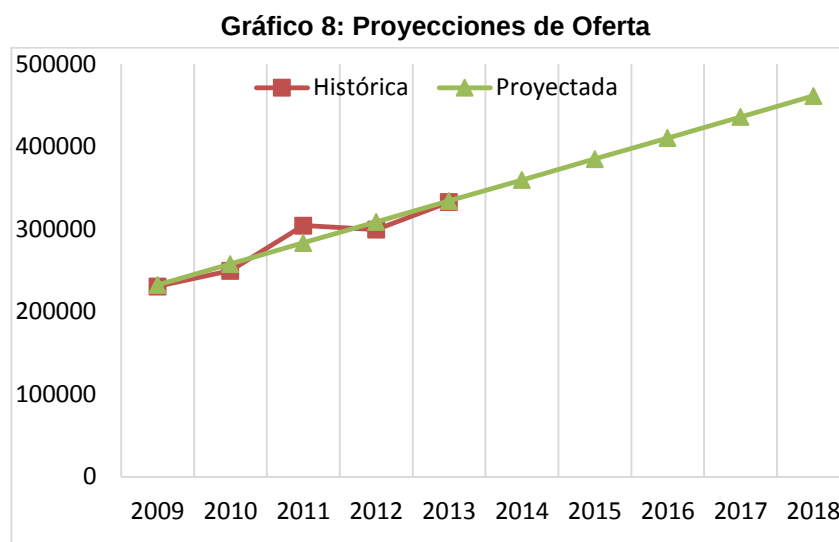
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Datos proyectados a graficar, ver tabla N° 27.

Tabla 27: Datos para Graficar

Año	Histórica	Proyectada
2009	230617	232520
2010	249619	257946
2011	304308	283372
2012	299516	308798
2013	332800	334225
2014	359651	359651
2015	385077	385077
2016	410503	410503
2017	435930	435930
2018	461356	461356

Elaborado por: Jonathan Urresta.



Fuente: Consumidores Tulcán.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

La gráfica presenta la oferta histórica y la oferta proyectada; con una tendencia creciente en ésta última oferta; datos positivos para la toma de decisiones.

5.8.2. Definición de la demanda

En lo que respecta a la demanda real, se obtuvo los siguientes resultados: Se aplicó 373 encuestas, de las cuales 190 fueron aplicadas a personas del género masculino y 183 a personas del género femenino, ver tabla N° 28.

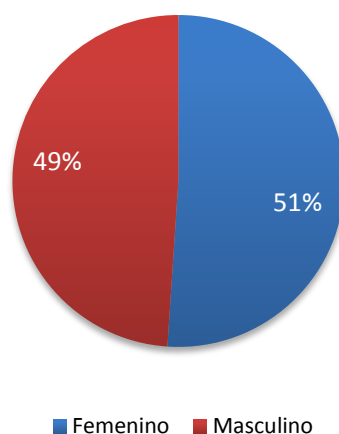
Tabla 28: Encuesta aplicada por Género

Género	Frecuencia	%
Femenino	189	50,8
Masculino	184	49,2
Total	373	100

Fuente: Consumidores Tulcán
Elaborado por: Jonathan Urresta

Esta proporción corresponde al porcentaje de habitantes por género en la ciudad de Tulcán. A continuación se presenta la esquema correspondiente, ver gráfico N°9.

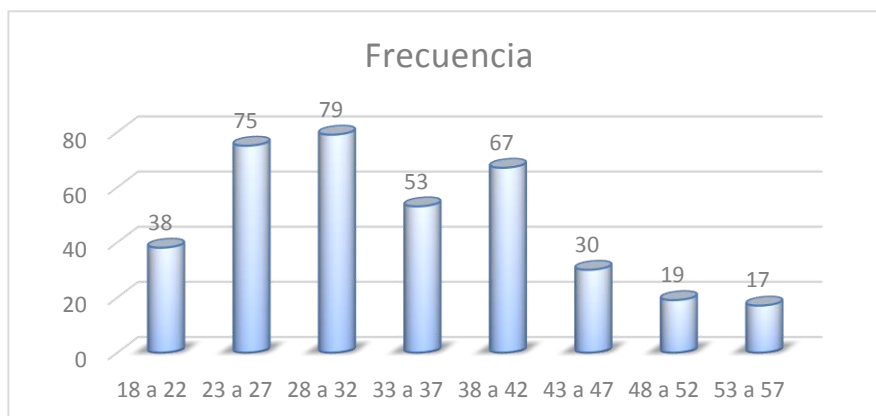
Gráfico 9: Encuesta aplicada por Género



Fuente: Consumidores Tulcán.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Seguidamente se presenta los rangos de edades de personas a las que fueron encuestadas, dichos rangos están dados por cinco puntos, uso común en estadística, ver gráfico N°10.

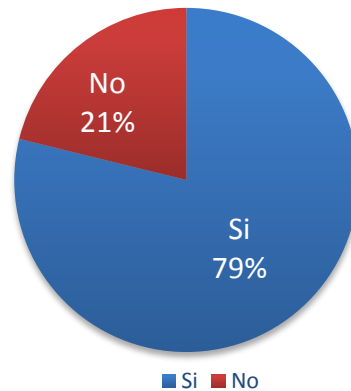
Gráfico 10: Edades Personas Encuestas



Fuente: Consumidores Tulcán.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tras cuestionar sobre el uso de calzado deportivo en marcas reconocidas a la muestra respectiva, se recolecto la siguiente información, ver gráfico N°11.

Gráfico 11: Uso de calzado deportivo



Fuente: Consumidores Tulcán.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Del total de la muestra encuestada, 298 personas respondieron que si usan este producto y 75 personas respondieron no usarlo, asumiéndolo como dato perdido, no incide en la determinación de la demanda real de éste producto. En la tabla N° 29 se detalla el uso de calzado deportivo en marcas reconocidas según género y edad.

Tabla 29: Uso del Calzado Deportivo

Uso del calzado deportivo				Si
				%
Género	Masculino	Edad	Rango	
			18 a 22	8,1%
			23 a 27	19,9%
			28 a 32	29,2%
			33 a 37	13,7%
			38 a 42	11,2%
			43 a 47	12,4%
			48 a 52	5,6%
			Total	100,0%
	Femenino	Edad	18 a 22	0,0%
			23 a 27	22,6%
			28 a 32	21,9%
			33 a 37	13,1%
			38 a 42	27,0%
			43 a 47	8,0%
			48 a 52	7,3%
			Total	100,0%

Fuente: Consumidores Tulcán
Elaborado por: Jonathan Urresta

Dentro del género masculino, quienes utilizan con más frecuencia calzado deportivo están comprendidas entre las edades de 23 – 37 años, considerando una población joven - adulta; asumiendo que el uso está en función del diferente tipo de deporte practicado y por otro lado, la tendencia de moda es un factor que influye en el uso. Entre el género femenino, las personas están entre las edades de 23 – 42 años, población joven – adulta; también influenciadas por el tipo de deporte y la tendencia de moda.

Al investigar el lugar de compra de éste producto, los encuestados respondieron, ver tabla N° 30.

Tabla 30: Lugar de compra del Calzado Deportivo

Lugar de Compra	Frecuencia	%
Ipiales-Colombia	77	20,3
Ibarra	23	6,1
Tulcán	198	52,2
Total	298	78,6

Fuente: Consumidores Tulcán

Elaborado por: Jonathan Urresta

El 52,2% lo adquiere en la ciudad de Tulcán, un porcentaje significativo lo compra en la ciudad de Ipiales y el 6,1% señala la ciudad de Ibarra. Se deberá aplicar estrategias de comercialización que permitan captar el importante porcentaje de personas quienes realizan la compra en Ipiales. En la tabla N° 31 se detalla según género y edades.

Tabla 31: Lugar de compra – Género Masculino

Edad	Lugar	Ipiales	Ibarra	Tulcán
		%	%	%
18 a 22		2,3%	0,0%	12,8%
23 a 27		52,3%	0,0%	9,6%
28 a 32		38,6%	73,9%	13,8%
33 a 37		0,0%	26,1%	17,0%
38 a 42		6,8%	0,0%	16,0%
43 a 47		0,0%	0,0%	21,3%
48 a 52		0,0%	0,0%	9,5%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Consumidores Tulcán

Elaborado por: Jonathan Urresta

Las personas que compran éste producto en la ciudad de Tulcán; considerando los tres porcentajes más altos, están entre las edades de 33 – 47años, consideradas personas adultas; las personas que compran en la ciudad de Ipiates están entre las edades de 23 - 32 años, consideradas personas jóvenes y, quienes compran en la ciudad de Ibarra están comprendidas entre 28 - 37 años, consideradas personas jóvenes y adultas; esta información permite adoptar medidas y estrategias de comercialización para captar este gran porcentaje, determinando los factores de inclinación en gustos y preferencias al momento de adquirir éste producto en las ciudades de Ipiates e Ibarra, ver tabla N° 32.

Tabla 32: Lugar de compra - Género Femenino

Edad	Lugar	Ipiates	Ibarra	Tulcán
		%	%	%
23 a 27		60,6%	0,0%	10,6%
28 a 32		39,4%	0,0%	16,3%
33 a 37		0,0%	0,0%	17,3%
38 a 42		0,0%	0,0%	35,6%
43 a 47		0,0%	0,0%	10,6%
48 a 52		0,0%	0,0%	9,6%
Total		100,0%	0,0%	100,0%

Fuente: Consumidores Tulcán

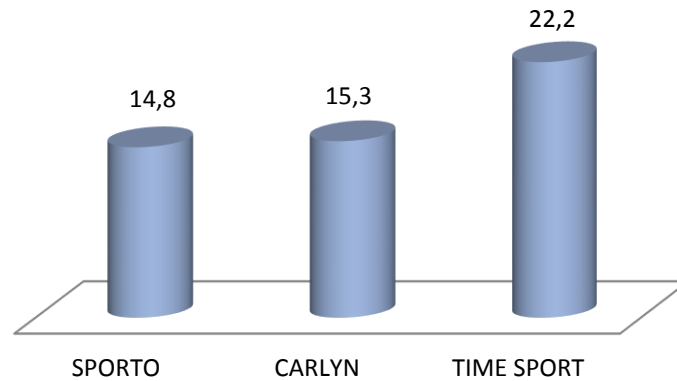
Elaborado por: Jonathan Urresta

Las personas que compran éste producto en la ciudad de Tulcán; considerando los tres porcentajes más altos, están entre las edades de 28 – 42 años, consideradas personas joven - adulta; las personas que compran en la ciudad de Ipiates están entre las edades de 23 - 32 años, consideradas personas jóvenes, no existen registros de compra en la ciudad de Ibarra dentro de este género, ésta información determina factores por las cuales las personas compran en otros lugares diferentes la ciudad de Tulcán.

Según la conceptualización del poder de compra todas las personas con ingresos mensuales altos puede adquirir este tipo de producto, destacándose personas entre las edades de 32 a 42 años de edad.

Al indagar sobre los locales comerciales en la ciudad de Tulcán donde adquieren el calzado deportivo, se presenta los siguientes resultados, ver gráfico N° 12.

Gráfico 12: Lugar de compra – Tulcán



Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

El local comercial más visitado al momento de comprar un calzado deportivo en marcas reconocidas es el comercial Time Sport, seguido del comercial Carlyn y por último, el comercial Sporto. Consideradas competencia directa para la nueva empresa la cual deberá establecer correctas estrategias de comercialización lo que le permitirá una mayor posición en el mercado.

En lo que se refiere a frecuencia de compra del calzado deportivo en marcas reconocidas, se obtuvo los siguientes resultados, ver tabla N° 33.

Tabla 33: Frecuencia de compra

Tiempo	Frecuencia	%
Semestral	81	21,4
Anual	217	57,3
Total	298	78,6

Fuente: Consumidores Tulcán

Elaborado por: Jonathan Urresta.

La mayor frecuencia de compra es semestral y anual, sin dejar de lado que la frecuencia mínima de compra es trimestralmente, además, la oferta de nuevas referencias de éste producto está dado cada trimestre, razones por las cuales se establece que el embarque será trimestralmente.

Tras cuestionar sobre los aspectos a tomar en cuenta al momento de realizar la compra de calzado deportivo en marcas reconocidas, los encuestados respondieron: ver tabla N° 34.

Tabla 34: Factores a considerar al momento de adquirir calzado deportivo

	Alta calidad	Diversidad	Comodidad	Precios bajos	Exclusividad	Moda
	%	%	%	%	%	%
Masculino	56,10	45,60	56,90	43	71,4	91,7
Femenino	43,90	54,40	43,10	57	28,6	8,3
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Consumidores Tulcán

Elaborado por: Jonathan Urresta

En lo que respecta el género masculino, los aspectos de mayor a menor que se consideran al momento de adquirir éste producto son: moda, exclusividad, comodidad, alta calidad y los precios bajos. Factores que permiten tomar decisiones en lo que respecta la oferta calzado deportivo para el género masculino en un nuevo comercial.

Dentro del género femenino, los aspectos más importantes a considerar mayor a menor son: preciso bajos, diversidad de oferta, alta calidad, comodidad, dejando por último la exclusividad y la moda, información valida a considerar para la respecta oferta de calzado deportivo en marcas reconocidas para el género femenino. Al cuestionar sobre las marcas con mayor demanda por parte de los encuestados de acuerdo al género respondieron, ver tabla N°35.

Tabla 35: Marcas Demandadas

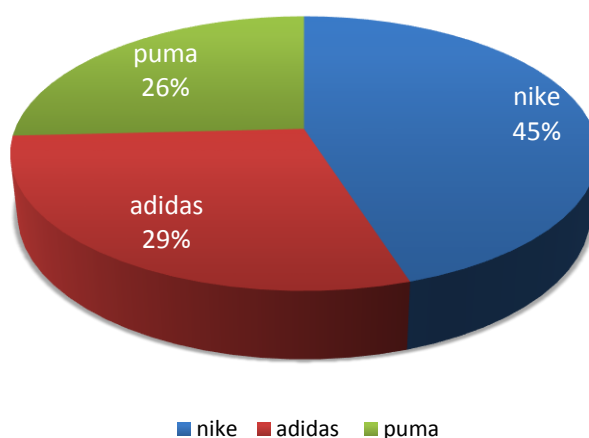
Marcas	Nike	Adidas	Puma	Reebok	Asics
Género	%	%	%	%	%
Masculino	59,1	30,5	40,48	32,5	26,1
Femenino	58,30	45,29	26,72	34	35,9
Total	117,4	75,79	67,2	66,5	62
Total	58,7	37,9	33,6	33,25	31

Fuente: Consumidores Tulcán

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Las marcas que mayor demanda tienen en la ciudad de Tulcán, entre género masculino y femenino son las siguientes, nike, adidas y puma. Sin dejar de lado que reebok y asics son marcas que tienen buena aceptación en nuestro mercado, ver gráfico N° 13.

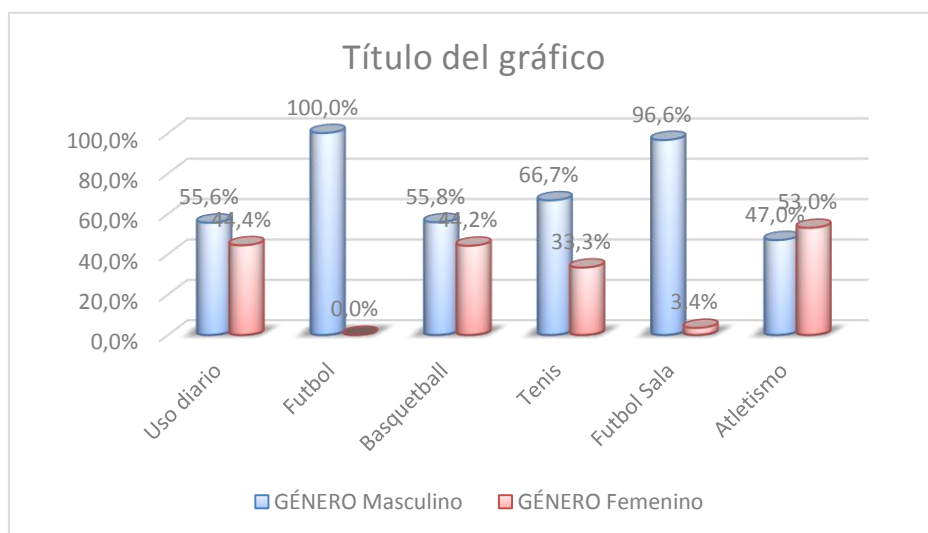
Gráfico 13: Marcas Demandadas



Fuente: Consumidores Tulcán.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

En lo que respecta al uso del calzado deportivo en marcas reconocidas, según los tipos de deporte y de acuerdo al género, de los encuestados respondieron los siguientes datos, ver gráfico N° 14.

Gráfico 14: Uso del Calzado Deportivo



Fuente: Consumidores Tulcán.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

En lo que respecta el género masculino, el uso del calzado deportivo en marcas reconocidas está enfocado en la siguiente orden; práctica de soccer,

fútbol sala, tenis, basquetbol, uso diario y atletismo de mayor a menor. Siendo el soccer el tipo de deporte más practicado, por lo tanto, la oferta en una nueva comercializadora deberá estar bajo esta línea. En el género femenino, el uso en orden de mayor a menor está enfocado en la práctica de atletismo, uso diario, basquetbol, tenis, fútbol sala. Por lo tanto la oferta en una nueva comercializadora deberá estar orientada para el tipo de deporte, el atletismo.

Los resultados obtenidos tras investigar el monto invertido en la última compra de calzado deportivo marcas reconocidas, se detallan en tabla N° tabla N°36.

Tabla 36: Dinero invertido – Última compra calzado deportivo

Monto	1-100	101-200	201-300	Total
Género	%	%	%	%
Masculino	18,8	76,6	4,6	100
Femenino	64,8	35,2	0	100

Fuente: Consumidores Tulcán

Elaborado por: Jonathan Urresta

Dentro del género masculino, el monto invertido durante la última compra fue de \$101 a 200; y, para género femenino, el monto invertido fue de \$ 1 a 100, valores referenciales que servirán para la oferta de precios en la nueva comercializadora, aplicando una serie de estrategias comerciales en función de lograr mayor posición en el mercado.

Por último, los resultados sobre la disposición de compra de éste producto en una nueva empresa comercializadora se detallan en la tabla N°37.

Tabla 37: Disposición de Compra

	Si	No	Total
	%	%	%
Masculino	61,8	38,2	100
Femenino	63,4	36,6	100

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

En el género masculino y femenino se considera que la mayoría de personas encuestadas tienen la disposición de compra en un nuevo comercial de calzado deportivo en marcas reconocidas, considerando que los porcentajes pueden crecer si se aplica correctas estrategias de comercialización.

Información que permite tener claro el nivel de aceptación que tendrá dicha empresa. Con la finalidad de obtener la cantidad real de calzado deportivo demandado según los períodos de compra, se obtuvieron los siguientes resultados, ver tabla N°38.

Tabla 38: Demanda de Calzado Deportivo por Periodos (Total Ejercicio Muestral)

Frecuencia Tipo	Trimestral	Semestral	Anual	Total Zapatos
Soccer	5	53	95	153
Running	7	19	29	55
Basquetbol	0	9	39	48
Futsala	0	10	32	42
Total	12	91	195	298

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta

La frecuencia usual de compra para éste producto es de forma semestral y anual; sin dejar de lado que existen compras trimestralmente, datos que reflejan la demandada de éste producto según los períodos; basados en la muestra encuestada. Una vez establecidas las cantidades demandadas para los periodos de compra, se procede a determinar la demanda anual de éste producto, tomando como base el ejercicio muestral anteriormente planteado, ver la tabla N°39.

**Tabla 39: Demanda Anual de Calzado Deportivo Pares -
Muestra**

TIPO	Trimestral	Semestral	Anual	Total
Soccer	20	106	95	221
Running	28	38	29	95
Basquetbol	0	18	39	57
Futsala	0	20	32	52
Total	48	182	195	425

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta

La demanda anual de calzado deportivo en marcas reconocidas está dada por la cantidad de 425 pares, resultado de la suma de las cantidades totales demandadas en los respectivos periodos de compra.

Como siguiente paso se procedió a determinar la demanda potencial del producto, resultado de multiplicar la cantidad demandada para cada periodo, establecido en la tabla anterior entre la totalidad de la población del mercado meta, 12.075 personas, el resultado es dividido para la muestra respectiva, 373 personas, ver tabla N°40.

Tabla 40: Demanda calzado deportivo – Pares – Mercado Potencial

Tipo	Trimestral	Semestral	Anual	Total Pares
Soccer	648	3.432	3.076	7.156
Running	907	1.231	939	3.077
Basketball	0	583	1.263	1.846
Futsala	0	648	1.036	1.684
Total	1.555	5.894	6.314	13.763

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta

Estos datos dan referencia anual de la posible demanda existente, dando un total de 13.763 pares, los valores de esta tabla nos permitirá obtener la demanda potencial anual en dólares, tal como se muestra en la tabla N° 41.

Tabla 41: Demanda Anual USD (Total Mercado Potencial 2013)

TIPO	bimensual	Trimestral	semestral	anual	Total
Soccer	0,00	76.248,00	403.832,00	361.942,67	842.022,67
Running	127,33	127,33	127,33	127,33	509,33
Basquetbol	0,00	0,00	78.122,00	169.242,00	247.364,00
Futsala	0,00	0,00	66.528,00	106.362,67	172.890,67
Total USD	127,33	76.375,33	548.609,33	637.674,67	1.262.786,67

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta

Los valores de esta tabla fueron obtenidos del siguiente cálculo: La cantidad demandada potencialmente ya establecida en la tabla N° 40, fue multiplicada por el precio promedio de venta al público del calzado deportivo en marcas reconocidas, precio por cada tipo del calzado. Permitiendo visualizar la demanda potencial (anual) en USD, la misma que está dada por la cantidad de \$ 1.262.786,67; valor obtenido de la suma de los totales de los períodos de compra, valores que sirven para realizar las respectivas proyecciones de demanda.

5.8.2.1. Proyecciones de la Demanda

Para realizar las respectivas proyecciones, es necesario aplicar la siguiente fórmula:

$$x = x_0(1 + i)^t$$

Donde:

x = valor futuro

x_0 = valor inicial

i = tasa de crecimiento población de Tulcán.

t = tiempo a proyectar

Realizando los respectivos cálculos obtenemos los siguientes valores, ver tabla N° 42.

Tabla 42: Demanda Anual Proyectada - USD

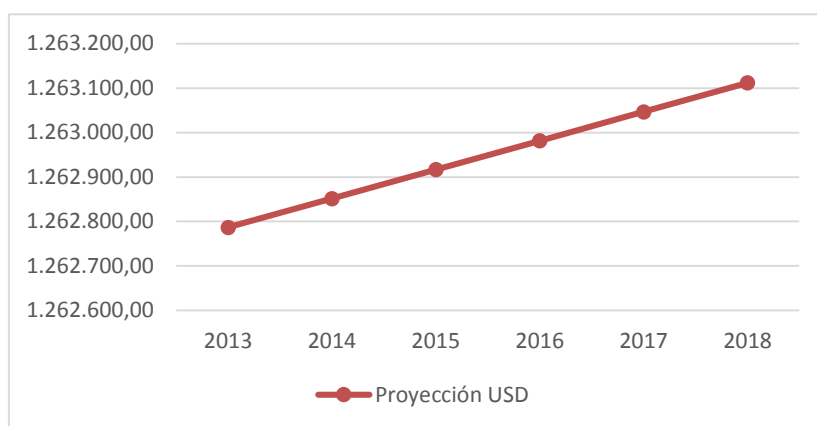
Año	Periodo	Proyección USD
2013	0	1.262.786,67
2014	1	1.262.851,70
2015	2	1.262.916,74
2016	3	1.262.981,78
2017	4	1.263.046,82
2018	5	1.263.111,87

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Estos datos son resultados de las proyecciones realizadas para los siguientes cinco años, donde se determina una tendencia creciente durante los años proyectados, ver gráfico N° 15.

Gráfico 15: Datos Proyectados



Fuente: Consumidores Tulcán.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

5.8.3. Demanda insatisfecha

Una vez realizada las respectivas proyecciones tanto de oferta como demanda, se procede a determinar la demanda insatisfecha de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán, para obtener este dato se procede a calcular la siguiente fórmula: $Di = Dp - Op$

Donde:

Di = demanda insatisfecha

Dp = demanda potencial

Op = oferta potencial

Los resultados sobre aplicación de la fórmula de demanda insatisfecha se visualizan en la tabla N° 43.

Tabla 43: Demanda Insatisfecha - USD

Año	Demanda potencial (Dp)	Oferta potencial (Op)	Demanda insatisfecha (Di)
2014	1.262.851,70	359.650,86	903.200,84
2015	1.262.916,74	385.077,12	877.839,62
2016	1.262.981,78	410.503,38	852.478,40
2017	1.263.046,82	435.929,64	827.117,18
2018	1.263.111,87	461.355,90	801.755,97

Fuente: Consumidores Tulcán.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Esta tabla detalla los valores en dólares sobre la demanda insatisfecha para los años proyectados. A continuación se presenta la cantidad estimada de demanda insatisfecha en pares de calzado deportivo, ver tabla N° 44.

Tabla 44: Cantidad Demanda – Pares

Demanda Insatisfecha USD (2014)	Precio Promedio USD - mercado	Total Pares
903.200,84	120,42	7500,63

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

La cantidad total estimada es de 7500 pares para el año 2014, resultado entre la división de demanda insatisfecha en dólares y el precio promedio de venta al público de éste producto por parte de las empresas oferentes.

El siguiente cálculo que se detalla es el porcentaje de vida útil del proyecto, considerando ciertos discriminantes que facilitaron dicho proceso, ver tabla N° 45.

Tabla 45: Porcentaje Útil de la Demanda

Variables Discriminantes	%
Si conocen las marcas	65
Si compran marcas	54,9
Si comprarían en nuevo comercial de Tulcán.	70,8
Vida útil del proyecto	25,3

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

El resultado del cálculo de vida útil del proyecto es de 25,3%, valor que es el resultado de multiplicar los porcentajes establecidos en la misma tabla, porcentaje importante que servirá de base para establecer el mercado real al cual se pretende satisfacer parcialmente la demanda, ver tabla N°46.

Tabla 46: Mercado Real – USD

Di (2014)	% útil	Mercado real
903.200,84	25,3%	228.193,51

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

El porcentaje de vida útil para el presente proyecto es del 25,3% lo que significa una cantidad de 228.193,51 dólares para el año 2014; si a éste valor lo divide para el precio promedio de venta al público, se obtiene un valor de 1.895 pares, valor que cubrirá la demanda de forma parcial la nueva comercializadora.

En la tabla N° 47, se detalla el porcentaje de preferencia y la cantidad a importar de forma trimestral para cada tipo de calzado deportivo en marcas reconocidas.

Tabla 47: Tiempo, dólares disponibles y preferencia según tipo de calzado

Tipo	Preferencia		Tiempo	
	%	USD	Año	Trimestre
Soccer	41%	93.559,34	795	199
Running	26%	59.330,31	466	116
Basketball	15%	34.229,03	255	64
Futsala	18%	41.074,83	400	100
Total			1917	480

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Con la finalidad de obtener la cantidad en pares de calzado deportivo en marcas reconocidas a importar desde origen se procede a realizar el siguiente cálculo: se divide la cantidad total del mercado real para cada una de las preferencias según el tipo de calzado a importar, obteniendo la cantidad en dólares, éste valor se divide para el precio promedio de compra para el tipo de calzado, determinándose la cantidad anual de calzado deportivo a importar, por último, éste valor se lo divide para los cuatro trimestres del año, la cantidad a importar es de 480 pares cada trimestre.

5.9. TÉRMINO DE IMPORTACIÓN

Una vez realizado el análisis de oferta, demanda, demanda potencial, oferta potencial, demanda insatisfecha del calzado deportivo en marcas reconocidas, estableciendo la cantidad en pares a importar, se procede a realizar la respectiva negociación con el proveedor autorizado de dicho producto, determinado el término de importación más conveniente a utilizar durante esta negociación. Término FOB, considerando la siguiente información adicional:

- Término de negociación: FOB
- Forma de pago: Carta de Crédito
- Plazo: 15 días
- Tipo de Cambio: 0.16101

A continuación se presenta el catálogo de calzado deportivo a importar en donde se detalla las respectivas marcas en sus respectivas referencias y tallas disponibles, tipo de deporte, valor en fábrica y la cantidad; datos a tomar en cuenta para el cálculo de la matriz logística de importación de éste producto.



Fuente: Catalogo Calzado Nike
Elaborado por: Jonathan Urresta

Tipo: Soccer
Marca: Nike
Referencia: Mercurial
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 30
Precio (USD): 33,26



Fuente: Catalogo Calzado Nike
Elaborado por: Jonathan Urresta

Tipo: Soccer
Marca: Nike
Referencia: ACC
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 30
Precio (USD): 32,94

anuncios



Fuente: Catalogo Calzado Nike
Elaborado por: Jonathan Urresta

Tipo: Soccer
Marca: Nike
Referencia: Hypervenom
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 30
Precio (USD): 33,10



Fuente: Catalogo Calzado Puma.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Soccer
Marca: Puma
Referencia: Evospeed
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 19
Precio (USD): 33,42



Fuente: Catalogo Calzado Puma.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Soccer
Marca: Puma
Referencia: Topvogue
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 19
Precio (USD): 31,97



Fuente: Catalogo Calzado Puma.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Soccer
Marca: Puma
Referencia: Reaflex
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 19
Precio (USD): 31,48



Fuente: Catalogo Calzado Adidas.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Soccer
Marca: Adidas
Referencia: F50
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 17
Precio (USD): 33,74



Fuente: Catalogo Calzado Adidas.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Soccer
Marca: Adidas
Referencia: Nitrocharge 3.0
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 30
Precio (USD): 31,81



Fuente: Catalogo Calzado Adidas.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Soccer
Marca: Adidas
Referencia: F10
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 17
Precio (USD): 29,87



Fuente: Catalogo Calzado Nike.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Running
Marca: Nike
Referencia: Lunar 5.0
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 18
Precio (USD): 33,10



Fuente: Catalogo Calzado Nike.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Running
Marca: Nike
Referencia: Lunar 3.0
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 18
Precio (USD): 32,61



Fuente: Catalogo Calzado Nike.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Running
Marca: Nike
Referencia: Air zoom
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 18
Precio (USD): 32,61



Fuente: Catalogo Calzado Puma.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Running
Marca: Puma
Referencia: Reaflex
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 11
Precio (USD): 32,94



Fuente: Catalogo Calzado Puma.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Running
Marca: Puma
Referencia: Blazer
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 11
Precio (USD): 34,07



Fuente: Catalogo Calzado Puma.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Running
Marca: Nike
Referencia: Lunar 5.0
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 18
Precio (USD): 32,77



Fuente: Catalogo Calzado Adidas.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Running
Marca: Nike
Referencia: energy
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 10
Precio (USD): 33,26



Fuente: Catalogo Calzado Adidas.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Running
Marca: Nike
Referencia: Energy boots
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 10
Precio (USD): 33,58



Fuente: Catalogo Calzado Adidas.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Running
Marca: Nike
Referencia: Adizero
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 10
Precio (USD): 29,87



Fuente: Catalogo Calzado Nike.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Basquetball
Marca: Nike
Referencia: Sneaker
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 10
Precio (USD): 32,45



Fuente: Catalogo Calzado Nike.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Basquetball
Marca: Nike
Referencia: Streetball
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 10
Precio (USD): 33,10



Fuente: Catalogo Calzado Nike.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Basketball
Marca: Nike
Referencia: jordan
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 18
Precio (USD): 32,45



Fuente: Catalogo Calzado Nike.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Basketball
Marca: Puma
Referencia: Realflex
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 6
Precio (USD): 31,16



Fuente: Catalogo Calzado Puma.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Basketball
Marca: Puma
Referencia: Blazer DMX
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 6
Precio (USD): 29,87



Fuente: Catalogo Calzado Puma.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Basketball
Marca: Puma
Referencia: Lecther
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 6
Precio (USD): 33,26



Fuente: Catalogo Calzado Adidas.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Basketball
Marca: Adidas
Referencia: F40
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 5
Precio (USD): 33,10



Fuente: Catalogo Calzado Adidas.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Basketball
Marca: Adidas
Referencia: Classic
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 5
Precio (USD): 32,94



Fuente: Catalogo Calzado Adidas.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Basketball
Marca: Adidas
Referencia: Embrace vote
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 5
Precio (USD): 32,77



Fuente: Catalogo Calzado Nike.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Futsala
Marca: Nike
Referencia: Tiempo
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 15
Precio (USD): 29,71



Fuente: Catalogo Calzado Nike.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Futsal
Marca: Nike
Referencia: Cr7360
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 15
Precio (USD): 27,12



Fuente: Catalogo Calzado Nike.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Futsal
Marca: Nike
Referencia: Total 90
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 15
Precio (USD): 27,45



Fuente: Catalogo Calzado Puma.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Futsal
Marca: Puma
Referencia: Classic
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 10
Precio (USD): 31,81



Fuente: Catalogo Calzado Puma.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Futsal
Marca: Puma
Referencia: Ferrari DMX
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 10
Precio (USD): 31,97



Fuente: Catalogo Calzado Puma.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Futsala
Marca: Puma
Referencia: BMW
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 10
Precio (USD): 32,94



Fuente: Catalogo Calzado Adidas.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Futsala
Marca: Adidas
Referencia: Classic
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 9
Precio (USD): 29,55



Fuente: Catalogo Calzado Adidas.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Futsala
Marca: Adidas
Referencia: F30
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 9
Precio (USD): 30,68



Fuente: Catalogo Calzado Adidas.
Elaborado por: Jonathan Urresta.

Tipo: Futsala
Marca: Adidas
Referencia: Adizero
Tallas: 6 - 12
Cantidad: 9
Precio (USD): 32,77

Este catálogo permite determinar la cantidad de 480 pares calzado a importar en sus respectivas marcas y referencias, con un costo en fábrica de 15.357,10 dólares.

5.10. LOGÍSTICA DE IMPORTACIÓN

Después de haber determinado los antecedentes para el correcto desarrollo de la matriz de importación, se procede a realizar el respectivo cubicaje del producto en su empaque/embalaje, unidad de carga, y unidades por embarque, tal como se presenta en la tabla N°48.

Tabla 48: Unidad de carga, embalaje considerando dimensiones para Cubicaje

Dimensiones del Embalaje	Empaque / Embalaje (Cajas)	Unidad De Carga (Pallets)
Nº de unidades de Carga	10,00	2,00
Nº unidades por embarque	48,00	240,00
Largo mts	0,89	1,00
Alto mts	0,66	2,13
Ancho mts	0,60	1,20
volumen del embarque m3	3,524	5,112
Peso por unidad kg	0,98	470,40
Peso del embarque ton	0,00098	0,47040

Fuente: AcGroup WorldWide Ecuador S.A.

Elaborado por: Jonathan Urresta

El cubicaje para la importación de 480 pares de calzado deportivo en marcas reconocidas esta dado de la siguiente manera. La unidad comercial es par; entonces cada unidad comercial esta envasado en una caja, entonces los 480 pares están embalados en 10 cajas, cada esta caja contiene 48 pares de calzado. Las medidas de la caja son: largo 0,89m, ancho 0,60m, alto 0,66m.

Ahora, las 10 cajas están paletizadas en dos pallets, cada pallet contiene 10 cajas, es decir, un pallet contiene 240 unidades comerciales; las medidas del pallet estándar es de largo 1m, ancho 1.20m, alto 2,13m, es importante detallar que los pallets cumplen con las normas ISO 3394 exigidas en destino. El volumen del embarque es de 5,112m³, el peso del embarque es de 470,40kg que convertido a toneladas se obtiene un valor de 0,47040 toneladas.

Ahora se procede a detallar información básica del calzado deportivo en marcas reconocidas a importar, véase tabla N° 49.

Tabla 49: Información Básica del Producto

Nombre técnico o comercial del producto	Calzado de deporte
Posición arancelaria en el país exportador	6402.99.00.00
Posición arancelaria en el país importador	6404.11.20.00
Unidad comercial de venta	2 u. PAR
Moneda de transacción.	USD
Valor EXW del embarque	15.357,10 USD.

Fuente: Servicio de Aduanas del Ecuador (SENAE).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Esta tabla presenta datos importantes, partidas arancelarias en país de origen y destino, unidad comercial y como dato relevante, el valor EXW del embarque en origen. A continuación se presenta información general del embarque, ver tabla N°50.

Tabla 50: Información general del embarque

País de origen	China
Ciudad punto de embarque	Xiamen
País de destino	Ecuador
Ciudad punto desembarque	Guayaquil
Nº de unidades comerciales por embarque	480
Tipo de Empaque / embalaje	Caja
Tipo de unidad de carga	Pallet
Nº total de empaques / embalajes	10
Nº total de unidades de carga	2
Valor del Flete Internacional	350 USD.
Valor inicial del embarque.	15.357,10 USD

Fuente: AcGroup WorldWide Ecuador S.A.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

El de la mercancía es de 15.357.10 USD, el puerto de embarque en China es Xiamen y en Ecuador, Guayaquil, valor al cual posteriormente se le añadirá costos que se debe incurrir hasta ciudad de destino.

Siguiendo con el proceso de importación, se detallan los documentos necesarios para la exportación en el caso de China como país de origen, ver tabla N° 51.

Tabla 51: Tiempo, cantidad y costos considerando trámites en origen, China.

Recursos	Costo		Cant.	Tiempo	
	Unitario	Total		Horas	Días
Descripción			1		
Transporte Internacional	55	55	1	5	0,625
Revalidación de Datos	60.40	60,4	1	4	0,5
Manipuleo Carga	60.40	60,4	1	2	0,25
THC manipulación origen	125	125	1	2	0,25
Transferencia Aduana	81,60	81,6	1	1	0,125
Gastos Portuarios	60.40	60,4	1	2	0,25
Consolidación de carga	60.40	49,2	1	2	0,25
Pago Local	49.20	60,4	1	2	0,25
Totales	206,6	552,4		20	2,5

Fuente: AcGroup WorldWide Ecuador S.A.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

El costo de tramites en país origen China, está dado por la cantidad de \$ 552.4, con un tiempo aproximado de 2 días. En la tabla N° 52 se puede observar el costo por flete internacional.

Tabla 52: Tiempo, costo, volumen considerando unidad de carga.

Unidad de carga (Pallets)	Costo Unitario USD	Volumen m3	Costo total	Tiempo en días
2	65,00	5,112	332,28	39
Totales			332,28	39

Fuente: AcGroup WorldWide Ecuador S.A.

Elaborado por: Jonathan Urresta

El flete internacional desde el puerto de embarque de Xiamen hasta el puerto de Guayaquil es calculado por el volumen en metros cúbicos de la mercancía, para el caso, el volumen está dado por 5,112m3 de un total de 2 pallets, resultando un valor de \$ 332,28 dólares. Se realizará una consolidación de mercancías optimizando en lo posible el costo, el tiempo aproximado desde origen hasta destino es de 38 días.

En lo que respecta el seguro internacional, ver detalles en la tabla N° 53.

Tabla 53: Tiempo, valor respecto seguro internacional

Valor			Tiempo	
Asegurado	Operación		Horas	Días
16030,30	1%	160,30	8	1,00

Fuente: Reglamento al COPCI (Art. 76).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

En lo referente al costo del seguro internacional, el valor de la prima establecida por el Art. 76 del reglamento al COPCI es del 1% del valor FOB, lo que corresponde a la cantidad de \$ 160.30 dólares, con un tiempo aproximado de 8 horas.

Una vez que la mercadería este en el puerto de Guayaquil se procede a detallar los costos por concepto de desembarque, tal como se establece en la tabla N°54.

Tabla 54: Tiempo, costo considerando trámites documentación en destino, Ecuador.

Factores	Costo		Tiempo	
	Desembarque	Operación	Horas	Días
Descripción				
Manejo - Administración	112	112	4	0,5
Transmisión de Datos	56	56	4	0,5
THC (Destino)	56	56	2	0,25
Des consolidación	112	112	2	0,25
Manipuleo de Carga	56	56	1	0,125
Costos Financieros	51,66	51,66	1	0,125
Totales		443,66	14,00	1,75

Fuente: AcGroup WorldWide Ecuador S.A.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

El costo total por concepto de desembarque originado en país de destino, el mismo que está dado por la cantidad de 443,66 y con un tiempo estimado de 1,75 días. Posterior a este proceso, se procede a detallar el costo por concepto de almacenaje en la ciudad de Guayaquil durante todo el tiempo que tardará la legalización de los trámites pertinentes para su nacionalización, en este caso las normas INEN, dicho costo de almacenamiento está dado por la cantidad de 54 usd, con un tiempo aproximado de 17 días. Tal como se detalla a continuación:

Tiempo: 17 días.

Costo Diario: 3,20 dólares por día.

Costo Total: 54 dólares

Es requisito indispensable cumplir con cierta documentación para nacionalizar el calzado deportivo en marcas reconocidas bajo la partida arancelaria 6404.11.20.00, detallado en la tabla N° 55.

Tabla 55: Tiempo, costo considerando documentación en destino, Ecuador.

Descripción	Costo USD		Cantidad	Tiempo	
	Unitario	Operación		Horas	Días
Registro Importador (SENAE)		72	1	10	2,25
RUC			1	1	0,125
Firma Electrónica	72	72	1	16	2
Registro Portal ECUAPASS			1	1	0,125
Registro Importador MIPRO		47,5	1	444	55,5
Registro Portal MIPRO			1	2	0,25
Matricula de Comerciante	37,5	37,5	1	440	55
Documentación	10	10	1	2	0,25
INEN		262,6	1	124	16
Certificado INEN	247,6	247,6	1	120	15
Certificado emitido por OAE	15	15	1	4	0,5
Derechos de Comercialización	1000	3000		8	1
Totales		3382,1		526	65,75

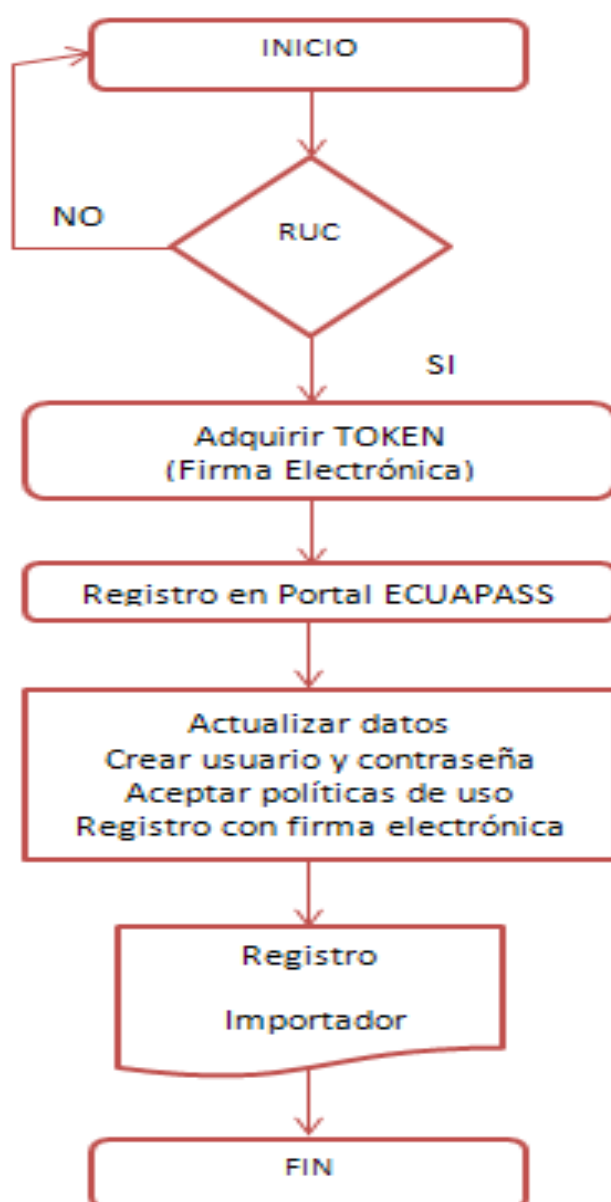
Fuente: Servicio de Aduanas del Ecuador (SENAE).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

El valor establecido para la documentación en país de origen está dado por 3382,1 y con un tiempo aproximado de dos meses, 5 días.

Registro de importador ante Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) registro previo que permite a la persona natural o jurídica realizar la importación de los diferentes tipos de productos permitidos por la entidad. En el siguiente grafico se detallan los pasos a seguir para el registro, ver gráfico N° 16.

Gráfico 16: Registro Importador – SENA



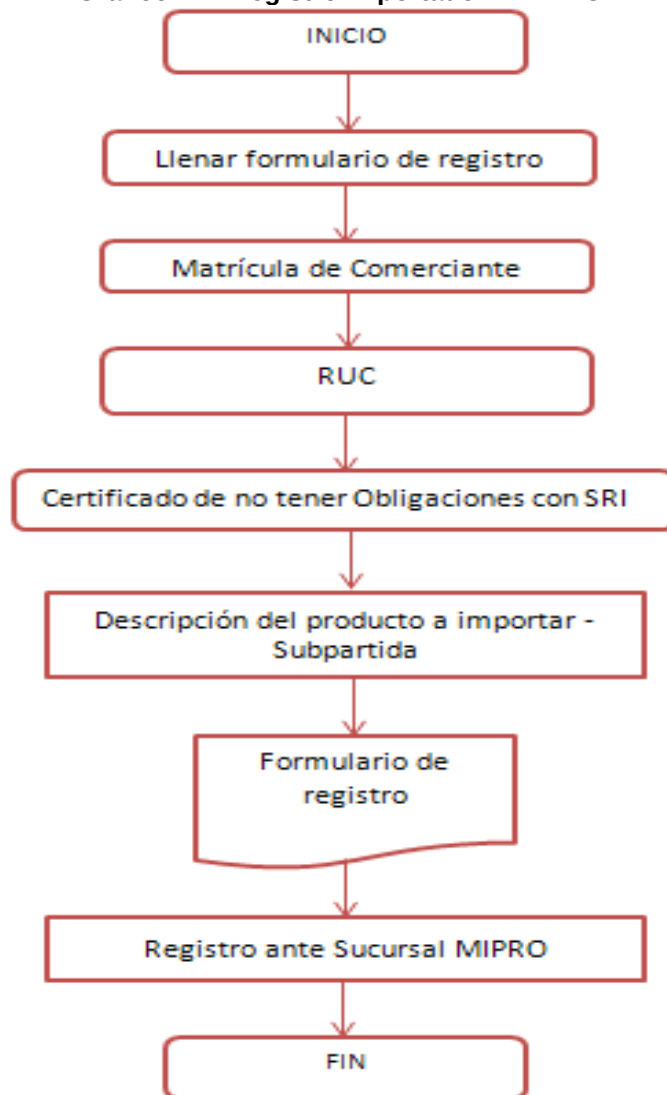
Fuente: Servicio de Aduanas del Ecuador (SENAE).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Una vez que se tramita el Registro Único del Contribuyente (RUC) se debe adquirir la firma electrónica (token), el mismo que se lo tramita ante el Banco Central del Ecuador con un costo de \$ 72. El siguiente paso es registrarse en el portal de ECUAPASS, aquí se podrá actualizar la base de datos, crear usuario y contraseña, aceptar las políticas de uso y por último, registrar la firma electrónica. Todo este proceso tiene un tiempo aproximado de 2,25 días. Una vez que se realiza el registro como importador ante la SENA, el

siguiente registro se realiza en el portal del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), registro que se detalla a continuación en el gráfico N° 17.

Gráfico 17: Registro Importador – MIPRO



Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

En primer lugar se debe registrar en el portal web del MIPRO, llenando el formulario que está en el anexo N°5, el cual se adjuntará debidamente firmado por el representante legal. Después se debe obtener la matrícula de comerciante, para esto se debe realizar un escrito con un asesor jurídico dirigido al Juez de lo Civil solicitando la aprobación de la misma.

Una vez que esté aprobada por el Juez, ésta deberá estar inscrita en el Registro Mercantil correspondiente al Cantón, en la ciudad de Tulcán no existe dicha entidad, para este caso la ley estipula que el registro de la propiedad tiene las mismas funciones y facultades para realizar dicho proceso, emitiendo la matrícula de comerciante. Este proceso tiene un costo aproximado de \$ 90, y un tiempo estimado de dos meses.

Con respecto al cumplimiento de las normas INEN, actualmente este proceso se realiza a través de la ventanilla única del software ECUAPASS, aquí se procede a realizar la solicitud de inspección generando a la vez un número de solicitud, seguidamente se envía un correo electrónico al buzón de inspección del SENA; (buzoninspeccionesSZC@aduana.gob.ec) pidiendo la fecha y hora para la verificación de la mercadería almacenada en bodega, con el cual se delega a un funcionario del SENA y conjuntamente con una entidad acreditada por el Organismo de Acreditación Ecuatoriana (OAE) en este caso COTECNA, y el representante del importador proceden a la verificación de dicha mercadería.

La verificadora (COTECNA) envía una carta de conformidad del producto al INEN detallando el cumplimiento o no del RTE INEN 080:2013 “Etiquetado del Calzado”, avalando los estándares de calidad y el uso del calzado deportivo en marcas reconocidas.

El INEN emite el Certificado de Reconocimiento, nombre técnico de las normas INEN, requisito obligatorio para la nacionalización de dicho producto. El valor económico de las normas es de \$ 262.6 y con un tiempo aproximado de 15 días, según lo manifiesta Ing. Nora Gonzáles, Agente Afianzado de Aduanas (anexo 8).

En cuanto a los derechos de comercialización, se debe realizar un contrato con los distribuidores autorizados de éste producto en destino, para las diferentes marcas, especificando cantidad a importar por embarque, modelos, referencias y otras cláusulas establecidos por las partes.

El costo aproximado por derecho de comercialización para cada marca es de \$ 1000, con un tiempo aproximado de ocho horas, según lo establece en una

entrevista el operador de marca puma, Mildeportes; manifestó: *“El objetivo es compensar los costos de origen con los establecidos en destino”*.

El proceso de documentación en destino tiene un costo total de \$ 3382,1 y tiempo aproximado de dos meses, 5 días. A continuación se detallan los costos por nacionalización y agente de aduana, costos presentados en la siguiente tabla N° 56.

Tabla 56: Costos Agente de Aduana (Ecuador)

Descripción	Honorarios Profesionales	IVA 12%	Tiempo Horas	Tiempo Días
Proceso de desaduanización	204	24,48	11	2,5
TOTALES		228,48	11	1,375

Fuente: Resolución 2012-140 (SENAE)

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Para el proceso de desaduanización de la mercancía es necesario hacer el uso de un agente afianzado de aduanas, el mismo que tiene un costo total por honorarios de \$ 204 + IVA, resultando un total de \$ 228,48 dólares. A continuación se presenta el cálculo de los costos aduaneros, ver tabla N° 57.

Tabla 57: Cálculo Tributos Aduaneros

Descripción	%	Base Imponible	Costo total	Tiempo horas	Tiempo días
Advalorem	10%	16522,88	1652,29	4	0,50
Fodin	0.5%	16522,88	82,61		
Decreto Ejecutivo 367 (\$6 x Par)	6,00	480,00	2880,00		
IVA	12%	21137,79	2536,53		
Totales			7151,44	4	0,50

Fuente: Servicio de Aduanas del Ecuador (SENAE)

Elaborado por: Jonathan Urresta.

El costo aduanero total generado por importar esta mercadería es de \$ 7151,44 y un tiempo aproximado de 0,50 días. Una vez cancelado los tributos al comercio exterior y de haber cumplido todos los requisitos exigibles para el proceso de nacionalización del calzado deportivo en marcas reconocidas, el último paso es detallar el proceso de transporte interno desde Guayaquil hasta la ciudad de Tulcán, ver tabla N° 58.

Tabla 58: Transporte Interno

Descripción	Costo unitario	Cantidad vehículos	Costo Total	Tiempo Horas	Tiempo días
Flete interno (Guayaquil-Tulcán)	110	1	110	15	1,875
TOTALES			110	15	1,875

Fuente: Cotizaciones Transcomerinter (TCI).

Elaborado por: Jonathan Urresta

El costo total del flete interno desde Guayaquil hasta la ciudad de Tulcán está dado por la cantidad de 110 dólares, y con un tiempo aproximado de 15 horas. Una vez establecidos los procesos con los respectivos costos y tiempos para la importación de calzado deportivo en marcas reconocidas, se procede a detallar los costos por cada término de negociación, ver tabla N°59.

Tabla 59: Costos – Término de Negociación

Descripción	Costo USD
Valor del embarque	15357,10
Unitarización	60,40
Documentación	60,40
EXW	15477,90
Flete de fábrica al lugar de exportación	55,00
Aduana (documentos, permisos)	437,00
FCA/FAS	15969,90
Manipuleo de embarque	60,40
FOB	16030,30
Flete Internacional	332,28
CFR	16362,58
Seguro Internacional	160,30
CIF	16522,88
Operaciones desembarque	443,66
Documentación Ecuador	3382,10
Agente de Aduana	228,48
Transporte Interno	110
CPT	20687,12
DAP	20687,12
Aduaneros	7151,44
DDP	27838,56

Fuente: Matriz Logística.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Una vez analizado cada uno de los términos de negociación comercial internacional, se determina como costo en fábrica (EXW) es 15.357,10 dólares, valor al cual se añade los respectivos costos para cada término, obteniendo como termino DDP la cantidad de 27.838,56.

A continuación se analiza los costos indirectos generados en destino como es la carta de crédito, ver detalles en tabla N° 60.

Tabla 60: Carta de Crédito

Descripción	Valor FOB	Tasa del Banco	Costo Final	Tiempo Horas	Tiempo Días
Carta de Crédito	16030,30	0,50%	100,00	2,00	0,25
Salida de Divisas	16030,30	5,00%	801,51	2,00	0,25
Total			901,51	4,00	0,50

Fuente: Banco de Guayaquil

Elabora por: Jonathan Urresta.

La carta de crédito es el medio de pago a utilizarse por la compra de calzado deportivo; por la cual se genera dos tipos de intereses: la tasa impuesta por la institución financiera a utilizar y la segunda, el porcentaje a la salida de divisas, el costo total por el envío del dinero hacia China es \$ 901,51 dólares, costo que se añade al total de la mercancía, ver tabla N° 61.

Tabla 61: Análisis de Costos

Total USD de mercadería EXW	15.477,90
Total USD de mercadería DDP	27.838,56
Incremento por comercio exterior	12.360,66
Porcentaje de incremento (%)	79,86%
Carta de Crédito	901,51
Total USD	28740,07
Costo promedio del producto en destino	59,87515529

Fuente: Matriz Logística

Elabora por: Jonathan Urresta.

Como dato importante dentro de la tabla es el porcentaje de incremento por concepto de comercio exterior (79,86%), correspondiente a un valor de \$ 12.360,66 dólares, además se determina que el costo total por la compra de 480 pares de calzado deportivo en marcas reconocidas, está dado por la cantidad de \$ 28.740,07 dólares, permitiendo determinar el precio promedio para cada unidad comercial, \$59,87 dólares valor que permite establecer estrategias de comercialización frente a la competencia.

5.11. ECONÓMICO Y FINANCIERO

El estudio económico y financiero del presente proyecto reconoce y establece todos los ítems de índices, inversiones, costos e ingresos que se pueden derivar del análisis previo a la creación de la empresa comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán.

La inversión necesaria para la empresa comercializadora de este producto es: equipamiento del local comercial, en lo que respecta a mostradores, percha, equipamiento administrativo, equipamiento de ventas, y de exhibición.

Para el estudio financiero se subdivide por un lado, los ingresos de operación se deducen de la información de venta del calzado deportivo en marcas reconocidas y préstamo solicitado con entidad financiera, y por otro lado, para los egresos se considera información correspondiente a los gastos de constitución, gastos de amortización, gastos de depreciación, gastos de compra de calzado deportivo en marcas reconocidas.

Por último, para el análisis financiero correspondiente a la empresa comercializadora de este producto, se realiza sobre estimaciones del flujo de caja, además, usando indicadores financieros como son el periodo de recuperación del capital, el valor actual neto y, la tasa interna de retorno.

Para el presente estudio se consideraron los siguientes índices los mismos permitieron realizar los cálculos tanto para el estudio financiero y análisis financiero y que fueron resultado de la investigación del análisis situacional de origen – destino, ver tabla N° 62.

Tabla 62: Índices Financieros

Tasas referenciales para el análisis financiero			Anual	Trimestral
Índice de crecimiento poblacional mercado objetivo			2,06%	0,52%
Tipo de cambio (yuan/dólar)				0,16
Tasa de crecimiento del mercado potencial			2,02%	0,51%
Inflación (Trimestral Ecuador)			2,08%	0,52%
Inflación (Trimestral China)			2,60%	0,65%
Tasa de incremento al precio de compra				62,00%
Preferencia marca Nike			58,70%	45%
Preferencia marca Adidas			37,90%	29%
Preferencia marca Puma			33,60%	26%
Depreciación equipos de computación			33%	8,25%
Depreciación equipos de oficina			10,00%	2,50%
Depreciación muebles y enseres			10,00%	2,50%
Amortización			20,00%	5,00%
Tasa de descuento capital propio			10,00%	2,50%
Tasa de descuento financiamiento	activa	11,83%	12,68%	3,17%
	pasiva	0,85%		
Aporte patronal			11,15%	
Aporte personal			9,35%	
Tasa de descuento (referencial)		11,30%		

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Como se puede apreciar en la presente tabla, los índices financieros detallados representan parámetros de medición de viabilidad económica o financiera del estudio de ejecución. Todos los valores son considerados para el año y divididos para los periodos de trabajo dados para este proyecto, trimestralmente.

5.11.1. Estudio financiero

5.11.1.1. Inversión

Tabla 63: Muebles y Equipos

Área	Infraestructura /Equipo	Cantidad	Unitario	Total	Capital
Local comercial	Mostradores de calzado	7	60,00	420,00	420
	Maniqués	5	90,00	450,00	450
	Otros	5	15,00	75,00	75
Administración	Archivador A	1	50,00	50,00	50,00
	Escritorio A	1	120,00	120,00	120,00
	Silla giratoria A	1	125,00	125,00	125,00
	Silla espera A	2	50,00	100,00	100,00
	Archivador aéreo A	1	50,00	50,00	50,00
	Papelera A	1	8,00	8,00	8,00
	Teléfono A	1	15,00	15,00	15,00
	Computador A	1	650,00	650,00	650,00
Ventas	Calculadora	1	15,00	15,00	15,00
Exhibición	Banner publicitario	1	20,00	20,00	20,00
	Mesa de trabajo	1	40,00	40,00	40,00
TOTAL				2.138	2.138

Fuente: Gestiopolis.com

Elaborado por: Jonathan Urresta.

En la siguiente tabla se detalla los equipos y accesorios de oficina necesarios para la adecuación y ejecución de la empresa comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas, con un total de 2138,00 dólares.

5.11.1.2. Activos

En lo que respecta a los activos realizables dentro del presente proyecto, a continuación se presenta la tabla N° 64.

Tabla 64: Activos Realizables

Descripción	Precio	Activo	Financiado
Compra de Calzado deportivo	27.839	18.839	9.000,00
Total Activos	27.839	18.839	9.000,00

Fuente: Matriz Logística.

Elaborado por: Jonathan Urresta

El valor por concepto de compra del calzado deportivo en todas las marcas y referencias es de 27.839,00 dólares, valor del cual, 9000 dólares, es financiado, dando como resultado un total de activo por compra del calzado de 18.839,00 dólares.

En lo que respecta a los activos intangibles, a continuación se presentan la tabla N° 65.

Tabla 65: Activos Intangibles

Descripción		Cant.	Precio
Constitución	Permiso Bomberos	1	30,00
	Patente Municipal	1	150,00
	Permiso Funcionamiento	1	33,00
Organización	Adecuación de oficinas	1	900
Pre-operacionales	Elaboración de proyecto	1	400
	Capacitación Personal	1	200
Total Activos Intangibles			1.713,00

Fuente: Cámara de Comercio Tulcán

Elaborado por: Jonathan Urresta.

En lo que respecta a la constitución de la comercializadora tiene un costo aproximado de 250 dólares, costando el permiso de funcionamiento por parte del Ministerio de Salud Pública, Intendencia, patente municipal, permiso de bomberos. El costo por adecuación de oficina es de \$ 900 y como costos pre-operacionales un valor de \$ 600, obteniendo un total de activos intangibles de 1570 dólares. En cuanto al capital de trabajo, necesario detallar los siguientes costos, ver tabla N° 66.

Tabla 66: Capital de Trabajo

Descripción		Cantidad.	Precio Unitario	Total
Pre operación Trimestralmente	Arriendo local	1	500	500
	Servicios Básicos	1	45	45
	Internet	1	40	40
	Comercio exterior	1	920	920
	Suministros de oficina	1	30	30
	Publicidad	1	50	50
Total				1.585,00

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta

Como se puede apreciar claramente en la presente tabla el capital necesario de trabajo para la ejecución del presente proyecto de investigación es necesario un capital de 1.585,00 dólares. Después de presentar la respectiva inversión para el presente proyecto de investigación, a continuación se presenta la tabla N° 67, en donde se detalla el presupuesto a la inversión requerida.

Tabla 67: Presupuesto de Inversión

Descripción		Financiamiento	
Presupuesto de Inversiones		Capital	Préstamo
Total Activos Fijos	2.138	2.138	X
Total Activos Realizables	27.839	18.839	X
Total Activos Intangibles	1.713	1.713	X
Total Capital de Trabajo	1.584,5	1.585	X
Total Inversión	33.274	24.274	9.000
Porcentaje de Asignación	100	73	27

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Como se puede apreciar claramente en la presente tabla, el resumen del presupuesto de inversión presenta un valor total de 33.274,00 dólares; de los cuales 24274,00 dólares es capital propio y \$ 9000 es financiado.

A continuación se presenta el cronograma de inversión total, ver tabla N° 68.

Tabla 68: Cronograma de Inversiones

Cronograma	Meses Pre-operativos		
	1	2	3
Total activos fijos			2.138,00
Total activos realizables			27.838,56
Total activos intangibles	1.300,00	0,00	1.713,00
Total capital de trabajo			1.584,56
Total Inversión	1.300,00	0,00	33.274,12

Fuente: Matriz Logística

Elaborado por: Jonathan Urresta.

En la presente tabla se puede visualizar el cronograma para los tres meses pre-operativos del total de la inversión, para el primer mes se requiere de \$ 1300,00 dólares necesarios para la adecuación de oficina y elaboración del proyecto; para el tercer mes, se ejecutara la inversión restante.

5.11.1.3. Ingresos

Los ingresos para el presente proyecto de comercialización están dados por: Préstamo con entidad financiera: Banco Guayaquil La ejecución de la empresa importadora y comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas requiere solicitar un crédito por un valor de 9.000 dólares, el mismo que será cancelado en un periodo de doce meses, a una tasa efectiva del 11,83%, dicho préstamo es amortizado de la siguiente manera, ver tabla N° 69.

Tabla 69: Amortización del Préstamo

Capital		9.000,00	Pago Requerido	798,92
Tasa Interés		11,83%	Pago Total	9.587,08
Numero Años		1	Pago Total Inter.	0,00
Cuotas		12	Factor	0,09
Cuota	Principal	Interés	Total	Saldo
1	710,20	88,73	798,92	8.289,80
2	717,20	81,72	798,92	7.572,60
3	724,27	74,65	798,92	6.848,33
4	731,41	67,51	798,92	6.116,92
5	738,62	60,30	798,92	5.378,30
6	745,90	53,02	798,92	4.632,40
7	753,26	45,67	798,92	3.879,14
8	760,68	38,24	798,92	3.118,46
9	768,18	30,74	798,92	2.350,28
10	775,75	23,17	798,92	1.574,53
11	783,40	15,52	798,92	791,12
12	791,12	7,80	798,92	0,00

Fuente: Banco de Guayaquil.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Otro valor considerado ingreso dentro del proyecto es la cantidad por concepto de venta del calzado deportivo en marcas reconocidas durante los trimestres del año; dichas ventas se detallan en la tabla N° 70.

Tabla 70: Venta Calzado Deportivo

Periodos Venta de Calzado	Trimestres			
	1	2	3	4
Mercurial	2.894,91	2.924,58	2.954,56	2.984,84
Tiempo	2.866,80	2.896,19	2.925,87	2.955,86
Vapor ix	2.880,85	2.910,38	2.940,21	2.970,35
Realflex	1.878,19	1.897,44	1.916,89	1.936,54
Blazer dmx	1.796,53	1.814,94	1.833,54	1.852,34
Classic lecther	1.769,31	1.787,44	1.805,76	1.824,27
Pro level 11	1.681,18	1.698,41	1.715,82	1.733,41
Adizero	1.584,66	1.600,90	1.617,31	1.633,88
Pro direct	1.488,13	1.503,38	1.518,79	1.534,36
Mercurial	1.688,19	1.705,50	1.722,98	1.740,64
Tiempo	1.663,49	1.680,54	1.697,76	1.715,17
Vapor ix	1.663,49	1.680,54	1.697,76	1.715,17
Realflex	1.084,67	1.095,79	1.107,02	1.118,37
Blazer dmx	1.121,89	1.133,39	1.145,01	1.156,75
Classic lecther	1.079,36	1.090,42	1.101,60	1.112,89
Pro level 11	971,04	980,99	991,05	1.001,21
Adizero	980,47	990,52	1.000,67	1.010,93
Energy boos	872,05	880,99	890,02	899,14
Mercurial	907,44	916,74	926,14	935,63
Tiempo	925,50	934,99	944,57	954,25
Vapor ix	907,44	916,74	926,14	935,63
Realflex	562,58	568,34	574,17	580,05
Blazer dmx	539,26	544,78	550,37	556,01
Classic lecther	600,47	606,63	612,84	619,12
Pro level 11	529,76	535,19	540,67	546,22
Adizero	527,17	532,58	538,04	543,55
Pro direct	524,59	529,97	535,40	540,89
Mercurial	1.301,06	1.314,40	1.327,87	1.341,48
Tiempo	1.187,93	1.200,10	1.212,40	1.224,83
Vapor ix	1.202,07	1.214,39	1.226,84	1.239,41
Realflex	899,39	908,61	917,92	927,33
Blazer dmx	903,95	913,22	922,58	932,04
Classic lecther	931,35	940,89	950,54	960,28
Pro level 11	740,68	748,27	755,94	763,69
Adizero	769,01	776,90	784,86	792,91
Pro direct	821,63	830,05	838,56	847,16
Ventas Totales	44.746,49	45.205,14	45.668,49	46.136,59

Fuente: Matriz Logística

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Los valores presentados en dicha tabla reflejan las ventas del calzado deportivo en sus diferentes marcas y referencias para los trimestres del año; para el caso del primer trimestre, el valor es resultado de multiplicar la cantidad en marca y referencia por el precio del venta al público; para el resto de trimestres se utiliza indicadores tales como tasa de inflación trimestral, tasa de crecimiento del mercado potencial, la fórmula se detalla a continuación:

trimestre 2= $\left[\text{trimestre 1} (1 + \text{índice de inflación} + \text{crecimiento mercado potencia}) \right]^{\text{número periodos}}$. Se realiza el mismo proceso para el trimestre 3 y el trimestre 4.

5.11.1.4. Egresos

Tabla 71: Costos Calzado Deportivo

Marca	Referencia	Cant.	USD EXW	Costos Comercio Exterior	Precio Unitario Destino	Trimestral	PVP
Nike	Mercurial	30	33,26	26,56	59,82	1.786,98	96,91
	Tiempo	30	32,94	26,30	59,24	1.769,63	95,97
	Vapor ix	30	33,10	26,43	59,53	1.778,30	96,44
Puma	Realflex	19	33,42	26,69	60,11	1.159,37	97,38
	Blazerdmx	19	31,97	25,53	57,50	1.108,97	93,14
	Classiclecther	19	31,48	25,14	56,62	1.092,16	91,73
Adidas	Prolevel11	17	33,74	26,95	60,69	1.037,77	98,32
	Adizero	17	31,81	25,40	57,21	978,18	92,67
	Pro direct	17	29,87	23,85	53,72	918,60	87,03
Nike	Mercurial	18	33,10	26,43	59,53	1.042,09	96,44
	Tiempo	18	32,61	26,04	58,66	1.026,84	95,03
	Vapor ix	18	32,61	26,04	58,66	1.026,84	95,03
Puma	Realflex	11	32,94	26,30	59,24	669,55	95,97
	Blazer dmx	11	34,07	27,21	61,27	692,53	99,26
	Classiclecther	11	32,77	26,17	58,95	666,27	95,50
Adidas	Pro level 11	10	33,26	26,56	59,82	599,41	96,91
	Adizero	10	33,58	26,82	60,40	605,23	97,85
	Energy boos	10	29,87	23,85	53,72	538,30	87,03
Nike	Mercurial	10	32,45	25,92	58,37	560,15	94,55
	Tiempo	10	33,10	26,43	59,53	571,30	96,44
	Vapor ix	10	32,45	25,92	58,37	560,15	94,55
Puma	Realflex	6	31,16	24,88	56,04	347,27	90,79
	Blazer dmx	6	29,87	23,85	53,72	332,88	87,03
	Classiclecther	6	33,26	26,56	59,82	370,66	96,91
Adidas	Pro level 11	5	33,10	26,43	59,53	327,01	96,44
	Adizero	5	32,94	26,30	59,24	325,42	95,97
	Pro direct	5	32,77	26,17	58,95	323,82	95,50
Nike	Mercurial	15	29,71	23,72	53,43	803,12	86,56
	Tiempo	15	27,12	21,66	48,78	733,29	79,03
	Vapor ix	15	27,45	21,92	49,37	742,02	79,97
Puma	Realflex	10	31,81	25,40	57,21	555,18	92,67
	Blazer dmx	10	31,97	25,53	57,50	558,00	93,14
	Classiclecther	10	32,94	26,30	59,24	574,91	95,97
Adidas	Pro level 11	9	29,55	23,59	53,14	457,21	86,09
	Adizero	9	30,68	24,50	55,17	474,70	89,38
	Pro direct	9	32,77	26,17	58,95	507,18	95,50
Total		480		919,56	2071.02	27621.29	93,20

Fuente: Matriz Logística.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

En cuanto a los ítems por egresos, se detalla los costos se utiliza información del precio del calzado deportivo en sus marcas y referencias correspondientes, incluido el costo por comercio exterior y un porcentaje de utilidad que permite establecer el precio de venta al público, ve tabla nº 71. En la presente tabla se puede visualizar el costo del calzado deportivo en origen y en destino con los respectivos costos por concepto de comercio exterior, obteniendo el costo en termino DDP por la compra del producto en su respectiva marca y referencia; valor al cual se aplica cierto porcentaje de utilidad para obtener el precio de venta al público. Los costos por concepto de compra del calzado deportivo en sus respectivas marcas y referencias se detallan a continuación, ver tabla N° 72.

Tabla 72: Compra Calzado Deportivo

Marca	Referencia	Trimestres			
		1	2	3	4
Nike	Mercurial	1.786,98	1.798,59	1.810,29	1.822,05
	Tiempo	1.769,63	1.781,13	1.792,71	1.804,36
	Vapor ix	1.778,30	1.789,86	1.801,50	1.813,21
Puma	Realflex	1.159,37	1.166,91	1.174,50	1.182,13
	Blazer dmx	1.108,97	1.116,18	1.123,43	1.130,73
	Classiclether	1.092,16	1.099,26	1.106,41	1.113,60
Adidas	Pro level 11	1.037,77	1.044,51	1.051,30	1.058,14
	Adizero	978,18	984,54	990,94	997,38
	Pro direct	918,60	924,57	930,58	936,63
Nike	Mercurial	1.042,09	1.048,87	1.055,69	1.062,55
	Tiempo	1.026,84	1.033,52	1.040,24	1.047,00
	Vapor ix	1.026,84	1.033,52	1.040,24	1.047,00
Puma	Realflex	669,55	673,90	678,28	682,69
	Blazer dmx	692,53	697,03	701,56	706,12
	Classic ecther	666,27	670,60	674,96	679,35
Adidas	Pro level 11	599,41	603,30	607,22	611,17
	Adizero	605,23	609,16	613,12	617,10
	Energy boos	538,30	541,80	545,32	548,87
Nike	Mercurial	560,15	563,79	567,46	571,14
	Tiempo	571,30	575,01	578,75	582,51
	Vapor ix	560,15	563,79	567,46	571,14
Puma	Realflex	347,27	349,53	351,80	354,09
	Blazer dmx	332,88	335,04	337,22	339,41
	Classiclether	370,66	373,07	375,50	377,94
Adidas	Pro level 11	327,01	329,14	331,28	333,43
	Adizero	325,42	327,53	329,66	331,80
	Pro direct	323,82	325,93	328,04	330,18
Nike	Mercurial	803,12	808,34	813,60	818,89
	Tiempo	733,29	738,05	742,85	747,68
	Vapor ix	742,02	746,84	751,69	756,58
Puma	Realflex	555,18	558,79	562,42	566,07
	Blazer dmx	558,00	561,62	565,27	568,95
	Classiclether	574,91	578,64	582,40	586,19
Adidas	Pro level 11	457,21	460,18	463,17	466,19
	Adizero	474,70	477,79	480,89	484,02
	Pro direct	507,18	510,48	513,79	517,13
Total		27.621,29	27.800,83	27.981,53	28.163,41

Fuente: Matriz Logística.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Los valores de esta tabla representa los costos por concepto de compra del calzado deportivo para los trimestres del año; en el caso del periodo cero es resultado de multiplicar la cantidad de calzado deportivo en marca y referencia entre el costo unitario del producto en país de destino, para el caso de los trimestres restantes se hace uso de la siguiente formula:

Periodo 1= periodo cero (periodo cero*tasa de inflación trimestral de China);
remplazando los valores respectivamente para cada periodo.

A continuación se define el gasto por concepto de pago a personal, ver tabla N° 73.

Tabla 73: Sueldo Personal

	Sueldo		Décimo		Aportes IESS			Total Liquidar
	Mes	Anual	3ro	4to	Patronal	Personal	Fondos Reserva	
Gerente	340	4080	340	170	454,92	381,48	340,00	5.384,9
Vendedor sénior	340	4080	340	170	454,92	381,48	340,00	5.003,4
TOTAL	680	8160	680	340	909,84	762,96	680,00	10.388,3

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Los valores de esta tabla representa los sueldos básicos para el respectivo personal: gerente y vendedor sénior, con obligaciones de ley; décimos y aporte al IESS.

Seguidamente se puntualiza los mismos gastos pero para el periodo trimestral, ver tabla N° 74.

Tabla 74: Pago Personal Trimestralmente

Descripción	Sueldo		Décimo		
	Mes	Trimestre	3ro	4to	Patronal
Gerente	340	1020	85	42,5	113,23
Vendedor sénior	340	1020	85	42,5	113,23
Total	680	2040	170	85	226,46
Gastos	2040		482,46		

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Los periodos de trabajo para el presente proyecto de tesis son trimestralmente por lo tanto, se establece los gastos de sueldos y décimos para este tiempo, obteniendo un total de 2040 y 482,46 respectivamente.

El mismo proceso se realiza con otros gastos administrativos, ver tabla N° 75.

Tabla 75 : Gastos Administrativos Trimestralmente

Descripción	Trimestre0	Trimestre1	Trimestre2	Trimestre3	Trimestre4
Arriendo local		1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Agua	0,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Luz	0,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Teléfono	0,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Internet	0,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Comercio exterior	919,56	929,15	938,83	943,72	948,62
Suministros oficina	30,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Total	949,56	2.774,15	2.783,83	2.788,72	2.793,62

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Permitiendo visualizar los gastos administrativos para los trimestres del año; los gastos por publicidad se presentan de tal manera, ver tabla N°76.

Tabla 76 Gastos Publicidad

Descripción	Tiempo	0	1	2	3	4
Publicidad		50,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Total		50,00	150,00	150,00	150,00	150,00

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Asumiendo que los costos por publicidad serán fijos para todos los trimestres del año partiendo del precio referencial de \$ 50 mensuales; obtenemos un costo trimestral por publicidad de 150 dólares.

En la siguiente tabla se define el cálculo de las amortizaciones para los gastos respectivos del presente proyecto, ver tabla N° 77.

Tabla 77: Amortizaciones Gastos Constitución

Descripción	Amortiz.	Valor a Amortizar	Amortización Anual	Amortización Trimestral
Permisos	20,00%	63,00	12,60	3,15
Funcionamiento				
Patente municipal	20,00%	150,00	30,00	7,5
Total		213,00	42,60	10,65

Fuente: Matriz Logística.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

El porcentaje de amortización de los gastos de constitución, está dado por el 20% a cinco años; obteniendo un valor amortizado trimestralmente de \$ 10,65 dólares. En la siguiente tabla se presentan la amortización de los gastos de organización, ver tabla N°78.

Tabla 78: Amortizaciones Gastos Organización

Descripción	Amortiz.	Valor Amortizar	Amortización Anual	Amortización Trimestral
Adecuación de Oficinas	20,00%	900,00	180,00	45,00
Total			180,00	45,00

Fuente: Matriz Logística.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

En lo que respecta la amortización de los gastos de organización se determina un valor amortizado de \$45,00 trimestralmente. Por último, se presenta la amortización de los gastos pre-operacionales, ver tabla N° 79.

Tabla 79: Amortización Gastos Pre-operacionales

Descripción	Amortiz.	Valor Amortizar	Amortización Anual	Amortización Trimestral
Elaboración Proyecto	20,00%	400,00	80,00	20,00
Total			80,00	20,00

Fuente: Matriz Logística.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

El valor amortizado de los gastos pre-operacionales de manera trimestral es de 20,00 dólares; por último, se define la amortización de gastos por capacitación personal, ver tabla N° 80.

Tabla 80: Amortización Gastos Capacitación Personal

Descripción	Amortiz.	Valor Amortizar	Amortización Anual	Amortización Trimestral
Capacitación Personal	20,00%	200,00	40,00	10
Total			40,00	10

Fuente: Matriz Logística.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

El valor amortizado trimestralmente dentro de esta tabla es de \$10 dólares, por concepto de capacitación personal. Seguidamente se presenta la amortización del crédito con la entidad financiera, ver tabla N°81.

Tabla 81: Amortización Préstamo

Descripción	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4
Pago Préstamo	2.396,77	2.396,77	2.396,77	2.396,77
Total	2.396,77	2.396,77	2.396,77	2.396,77

Fuente: Banco de Guayaquil

Elaborado por: Jonathan Urresta.

La amortización del crédito en Banco de Guayaquil es de \$ 2396,77 dólares, para el periodo trimestral; con el pago uniforme de este valor durante un año se cancela la totalidad del crédito.

Una vez detalladas las amortizaciones, se procede a plantear las depreciaciones de los equipos necesarios dentro de la importadora y comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas, ver tabla N° 82.

Tabla 82: Depreciación Equipo Computación

Descripción	Depreciación	Valor a Depreciar	Depreciación Anual	Depreciación Trimestral
Computador	33%	650,00	214,50	53,62
Total			214,50	53,62

Fuente: Servicio Rentas Internas (SRI)

Elaborado por: Jonathan Urresta.

La depreciación del equipo de computación es del 33%, la vida útil de estos equipos es de 3 años, obteniendo una depreciación anual de \$ 214,50 dólares y de \$ 53,62 dólares, trimestralmente. En la siguiente tabla N° 83 se muestra las depreciaciones de los muebles y enseres.

Tabla 83: Depreciaciones Muebles - Enseres

Descripción	Depreciación	Valor Amortizar	Depreciación Anual	Depreciación Trimestral
Mostradores de calzado	10%	420	42	10,5
Maniqués	10%	450	45	11,25
Otros	10%	75	8	1,875
Archivador A	10%	50	5	1,25
Escritorio A	10%	120	12	3
Silla giratoria A	10%	125	13	3,125
Silla espera A	10%	100	10	2,5
Archivador aéreo A	10%	50	5	1,25
Papelera A	10%	8	1	0,2
Teléfono A	10%	15	2	0,375
Calculadora	10%	15	2	0,375
Banner publicitario	10%	20	2	0,5
Mesa de trabajo	10%	40	4	1
TOTAL		1488	151	37,2

Fuente: Gestipolis.com

Elaborado por: Jonathan Urresta.

La depreciación de los equipos de oficina y muebles – enseres está dada por el 10%, la vida útil de estos equipos es de 10 años; obteniendo una depreciación anual de \$ 151 dólares y \$ 37,2 dólares trimestralmente.

Seguidamente se presenta el resumen de ingresos y egresos Una vez establecidos los ingresos y egresos se procede a realizar un resumen de análisis entre estas dos cuentas, tal como se detalla en la siguiente tabla N° 84.

Tabla 84: Resumen Ingresos - Egresos

Descripción	Trimestres				
	0	1	2	3	4
INGRESOS	0,00	44.746,49	45.205,14	45.668,49	46.136,59
Préstamo	9.000,00				
Ventas		44.746,49	45.205,14	45.668,49	46.136,59
EGRESOS	31.246,85	35.783,48	35.973,87	36.160,63	36.348,60
Compra zapatos	27.621,29	27.800,83	27.981,53	28.163,41	28.346,47
Compra de activos fijos	1.143,00				
Nómina personal		2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00
Gastos décimos		482,46	482,46	482,46	482,46
Gastos Administrativos	949,56	2.774,15	2.783,83	2.788,72	2.793,62
Gastos de venta	50,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Depreciaciones		53,62	53,62	53,62	53,62
Amortizaciones		85,65	85,65	85,65	85,65
Pre-Operativos	1.483,00				
Crédito Financiero		2.396,77	2.396,77	2.396,77	2.396,77

Fuente: Gestipolis.com

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Los valores detallados en esta tabla representan los ingresos y egresos generados por la implementación de la importadora y comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas; dados para los trimestres de trabajo.

5.11.2. Análisis Financiero

Este análisis es un estado de rendimiento económico que detalla de forma ordenada los resultados de la implementación de la comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas durante un determinado tiempo, generalmente un año.

5.11.2.1. Estado de resultados

A continuación se presenta el estado de resultados para el ejercicio del presente proyecto, en el que resume las operaciones generadas por la empresa de las actividades económicas de importar y comercializar calzado deportivo en marcas reconocidas, incluyendo todos los ingresos y egresos, en donde también detalla las ganancias o pérdidas, ver tabla N° 85.

Tabla 85: Estado de Resultados				
Descripción	1	2	3	4
Ventas netas	44.746	45.205	45.668	46.137
(-) Costos variables	27.801	27.982	28.163	28.346
(-) Costos fijos	1.143	1.143	1.143	1.143
= Utilidad bruta en ventas	15.803	16.081	16.362	16.647
(-) Gastos administrativos	5.297	5.306	5.311	5.316
(-) Gastos de ventas	150	150	150	150
= Utilidad operacional	10.356	10.624	10.901	11.181
(-) Depreciaciones	54	54	54	54
(-) Amortizaciones	86	86	86	86
(-) Gastos financieros	2.397	2.397	2.397	2.397
= Utilidad antes de participación	7.905	8.173	8.450	8.730
(-) 15% Participación trabajadores	1.186	1.226	1.267	1.310
= Utilidad neta antes de impuestos	6.719	6.947	7.182	7.421
(-) 25% impuesto a la recta	1.680	1.737	1.796	1.855
= Utilidad neta del ejercicio	5.040	5.211	5.387	5.566
Fuente: Gestipolis.com				
Elaborado por: Jonathan Urresta.				

Como resultado del estado de ganancias o de pérdidas se determina una utilidad neta para el primer trimestre de \$ 5040 dólares, y una utilidad neta total de \$ 21204 dólares.

5.11.2.2. Flujo de Capital

Los flujos de caja como comúnmente se conoce a los ingresos y salidas de efectivo o caja, detallado generalmente en un periodo de tiempo. Es un indicador de liquidez, mide la acumulación de activos líquidos determinando la viabilidad de inversión para el proyecto, además mide el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR), ver tabla N°86.

Tabla 86: Flujo de Caja					
CONCEPTO	periodo 0	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4
A. Ingresos					
Ventas		44.746,49	45.205,14	45.668,49	46.136,59
Préstamo	9.000,00				
TOTAL INGRESOS		44.746,49	45.205,14	45.668,49	46.136,59
B. Egresos					
Costo Operativo	28.764,29	27.800,83	27.981,53	28.163,41	28.346,47
Administración	999,56	5.585,88	5.595,57	5.600,45	5.605,36
Pre-operativos	1483				
Financieros		2.396,77	2.396,77	2.396,77	2.396,77
Total Egresos	31.246,85	35.783,48	35.973,87	36.161,63	36.348,60
Flujo Caja Neto		8.963,01	9.231,27	9.507,86	9.787,99
Fuente: Gestipolis.com					
Elaborado por: Jonathan Urresta.					

Los flujos de capital resultado de las operaciones de la empresa son positivos, para el trimestre 1 se presenta un valor de \$ 8962.47 dólares y un flujo anual de \$ 37487.97. Concluyendo que los flujos positivos representan liquidez a lo largo de los periodos de este proyecto.

5.11.2.3. Valor Actual Neto (VAN)

A continuación se analiza la posibilidad de autofinanciamiento, es decir, que la implementación de una empresa comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas pueda generar un flujo de capital positivo necesario para cubrir la inversión inicial. El resultado de esta tabla es un valor positivo, se recupera la inversión inicial más un beneficio de 3.428,92 dólares, a una tasa de descuento del 11.30%.

El Valor Actual Neto (VAN) es de 3.428,92 dólares, mientras más alto sea éste valor, resulta más beneficioso para la empresa importadora y comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas puesto que indica la sustentabilidad del proyecto, ver tabla N° 87.

Tabla 87: Valor Actual Neto			
Años	Flujo Caja Neto	Tasa Descuento	Valor Presente Flujo de Caja
		11,30%	
0,00	-31.246,85	1,00	-31.246,85
1,00	8.963,01	0,90	8.052,97
2,00	9.231,27	0,81	7.451,88
3,00	9.507,86	0,73	6.895,88
4,00	9.787,99	0,65	6.378,27
5,00	10.071,71	0,59	5.896,77
Valor Actual Neto			3.428,92
Fuente: Gestipolis.com			
Elaborado por: Jonathan Urresta.			

5.11.2.4. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno o Tasa Interna de rentabilidad es el tipo de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, es decir, el tipo de descuento que iguala el valor actual de los flujos de entrada con el flujo de salida inicial actualizados, para que un proyecto se considere rentable la TIR debe ser superior a la tasa de descuento referencial del capital inicial empleado.

A continuación se detalla la Tasa Interna de Retorno (TIR), resultado de las operaciones de la empresa comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas, ver tabla N°88.

Tabla 88: Tasa Interna de Retorno			
Años	Flujo Caja Neto	Tasa Descuento	Valor Presente Flujo Caja
		15,51	
0,00	-31.246,85	1,00	-31.246,85
1,00	8.963,01	0,87	7.759,83
2,00	9.231,27	0,75	6.919,23
3,00	9.507,86	0,65	6.169,89
4,00	9.787,99	0,56	5.499,04
5,00	10.071,71	0,49	4.898,85
Valor Actual Neto			0,00
Tasa Interno de Retorno			15,51
Fuente: Gestipolis.com			
Elaborado por: Jonathan Urresta.			

Como se puede apreciar en ésta tabla, la Tasa Interna de Retorno (TIR) para este proyecto es de 15.51%, superior a la tasa de descuento (11.30%), asumiendo un rendimiento superior en comparación con la tasa empleada por las instituciones financieras.

5.11.2.5. Periodo de recuperación de la inversión (PRC)

El Periodo de Recuperación del Capital (PRC) constituye el tiempo promedio en el cual se recupera el capital invertido para la empresa comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas, cálculo obtenido en base a los flujos de capital generados en todos los periodos, ver tabla N°89.

Tabla 89: Recuperación de la Inversión	
Trimestre	Flujo de Caja Neto
1	8.052,97
2	7.451,88
3	6.895,88
4	6.378,27
5	5.896,77
Flujo de Caja Neto Acumulado	34.675,77
Presupuesto proyecto	33.274,12
PRK (Trimestre)	1,04

Fuente: Gestipolis.com

Elaborado por: Jonathan Urresta.

En la presente tabla se concluyendo que el periodo de recuperación del capital es de 1,04 años, lo que financieramente es favorable para la empresa.

5.11.2.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio determina el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder, ni ganar. En la tabla N° 90, se presenta el punto de equilibrio en cuanto a la cantidad mínima de comercialización del calzado deportivo en marcas reconocidas y su valor en dólares.

Tabla 90: Punto de Equilibrio

Concepto	Costo Total	Fijo	Variable
Compra de calzado	27.800,83		27.800,83
Activos fijos	1.143,00	1.143,00	
Gastos de nómina personal	2.040,00	2.040,00	
Gastos décimos	482,46	482,46	
otros gastos administrativo	2.774,15	2.774,15	
Gastos de venta	150,00		150,00
Depreciaciones	53,63	53,63	
Amortizaciones	85,65	85,65	
Gastos financieros	2.396,77	2.396,77	
	Total	8.975,65	27.950,83
Zapatos a vender	480,00		
Precio unitario promedio	93,20		
Costo variable unitario	58,23		
Precio Unitario Promedio - Costo Variable Unitario			
Punto de equilibrio en unidades	257	Pares trimestralmente.	
Punto de equilibrio en dólares	23.923,76	Dólares trimestralmente.	

Fuente: Gestipolis.com

Elaborado por: Jonathan Urresta.

El punto de equilibrio para la empresa comercializadora de calzado es de 257 pares trimestralmente, de un total de 480 pares importados. Dicha cantidad permitirá equilibrar los ingresos con los gastos dados para la empresa en función de cada periodo de tiempo.

5.11.2.7. Relación Costo – Beneficio

El indicador costo beneficio permite evaluar un proyecto con base a obtener los resultados más óptimos al menor esfuerzo invertido, la relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se invierte en la empresa comercializadora, ver tabla N° 91.

Tabla 91: Relación Beneficio/Costo

Tiempo	Periodos					
Descripción	0	1	2	3	4	Total
Ingresos	0,00	44.746,5	45.205,1	45.668,4	46.136,5	
Ingreso actualizado	0,00	44.695,9	45.103,1	45.514	45.928,6	181241,7
Egreso	31.246,8	35.783	35.973,8	36.161	36.348,6	
Egreso actualizado	31.246,8	35.743	35.892,7	36.038,3	36.184,7	143858,8

Fuente: Gestipolis.com

Elaborado por: Jonathan Urresta.

La manera de determinar este indicador es dividir el total de los ingresos actualizados entre los egresos actualizados obteniendo como resultado un beneficio de \$ 1,08 dólares; es decir, que por un dólar invertido se obtienen un costo beneficio de 0,8 centavos.

BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

Bibliografía:

Carbaugh, R. (2009). *Economía Internacional* (12ª Ed.). México D.F.: Cengage Learning.

Charles, H. (2011). *Negocios Internacionales* (8ª Ed.), México D.F: McGraw-Hill Interamericana S.A.

Flores, J., *Como crear y dirigir la nueva empresa* 2ª (Ed.). Colombia.: Ecoe.

Globalización (2010). *Globalización y Desarrollo*. España.: Eumed.net.

Ávila, J. J. (2003). *Economía*. México.: Umbral S.A.

Hitt, Ireland y Hoskisson (2008). *Administración Estratégica*. (7ª Ed.). Méxioc D.F. Cengage Learning.

Kotler P. y Armstrong G. (2001). *Marketing* (8ª Ed.), México. Pearson Education.

Kotler, P. (1995). *Dirección de marketing. Análisis, planificación, gestión y control* (Tomo I. y II). México, Pearson Education.

Kotler, P. y Lane, K. (2006). *Dirección del Marketing*. México, Pearson Education.

Lamb, C., Hair, J. y Mc Daniel, C. (2006). *Marketing*. México.: Thomson.

Landean, R. (2007), *Elaboración de Trabajos de Investigación*. Venezuela. Alfa.

Louis, W., Adel, I., Coughlan, A., Cruz, I. (1999). *Canales de Comercialización* (5ªEd.): México, Prentice Hall.

McDaniel, C. y Gates, R. (2005). *Investigación de Mercados*. (6ª Ed.), México.: Thomson.

Puyana, A. (2003). *La Integración Económica y la Globalización*. México.: Plaza y Valdés S.A.

Rubert, J. José y Fuertes, A. (2003). *La Economía Regional en el Marco de la Nueva Economía*. España.: Reproducciones S.A.

Steimberg, F. (2004). *La nueva Teoría del Comercio Internacional y la Política Estratégica Comercial*. España, Eumed.net.

Spencer, M. (1993), *Economía ConTIME SPORTránea* (6ta. Ed.). Barcelona.: Reverté.

Talaya, Á., García J., Narros, M., Olarte, C., Marina E., Vásquez, M. (2008). *Principios de Marketing*., España.: Gráficas Dehon.

Linkografía:

Reyes, A., (2004). *Segmentación de Mercados*. Consultado el 18 de noviembre 2012, de <http://www.emagister.com/curso-introduccion-marketing-social/segmentacion-mercados>.

Villacís, J., (2009). *Calzado nacional avanza pisando fuerte*. Consultado el 10 de mayo del 2012, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/calzado-nacional-avanza-pisando-fuerte-360600.html>.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010), *Estadísticas Sociales y Económicas*. Consultado el 5 de marzo del 2013, de <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>.

Servicio de Rentas Internas (SRI), *Depreciaciones y Amortizaciones*. Consultado el 7 de junio del 2013, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/depreciacion-acelarada-de-activos-fijos>.

Banco Central del Ecuador (BCE), *Importaciones de Calzado de Deporte*. Consultado el 16 de febrero del 2014, de http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/seguridad/ComercioExteriorEst.jsp.

Banco Mundial (BM), *Indicadores Financieros*, Consultado 20 de marzo del 2014, de <http://datos.bancomundial.org/indicador>.

Guillermo, A. (2010), *Repositorio UTE.*, consultado el 6 junio del 2012, de <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/6900>.

Caisapanta, R. (2009), *Repositorio UTE.*, consultado el 7 de junio del 2012, de <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/6925>.

Constitución de la República del Ecuador (2008), *Política Comercial*, consultado el 8 de agosto del 2012, de <http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/Constitucion-2008.pdf>.

Código Orgánico De Producción, Comercio e Inversiones (2010), *Objetivo y Ámbito de Aplicación.*, consultado el 15 de agosto del 2012.

Plan del Buen Vivir (2013), *Objetivos.*, consultado el 03 de octubre del 2012, de http://plan.senplades.gob.ec/objetivos-nacionales-de-desarrollohumano;jsessionid=6474378E04C15AE4470907A0FB08903E.nod_eaplan.

Fundamentos de economía (8 de junio del 2007), consultado el 12 noviembre del 2012, de <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/>.

Guaramanto, N., (2010), *Microeconomía.*, consultado el 14 de noviembre del 2012, de <http://www.emagister.com/curso-microeconomia-introduccion/>.

Jiménez, F. y Lahura E. (2010), *La Nueva Teoría del Comercio Internacional.*, consultado el 20 de noviembre del 2012, de <http://departamento.pucp.edu.pe/economia/.pdf>

Comercio Internacional: *ventaja absoluta y ventaja comparativa* (28 de febrero del 2012), consultado el 28 de noviembre del 2012, de

<http://www.forexeco.com/495-comercio-internacional-ventaja-absoluta-y-ventaja-comparativa/>.

Industria Nacional recibe beneficios de la restricción de importaciones (2009, 21 de agosto), consultado el 1 de diciembre del 2012, de http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5043:industria-nacional-recibe-los-beneficios-de-la-restriccion-de-importaciones&catid=3:economia&Itemid=44. Ecuador produce 28 millones de pares de calzado al año (2010, 19 de agosto). Consultado el 3 de diciembre del 2012, de http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=132341&umt=Ecuador%20produce%2028%20millones%20de%20pares%20de%20calzados%20al%20a%F1o.

La compra de calzado importado sigue pesar de las restricciones (2012, 22 de octubre del 2012), consultado el 5 de diciembre del 2012, de <http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/>.

Precio final por cada par de calzados podría duplicarse (2009, 24 de enero), consultado el 7 de diciembre del 2012, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/precio-final-por-cada-par-de-calzados-podria-duplicarse-330481.html>).

Schinwald, J. (2010), *Caso Nike*. Consultado el 10 de diciembre del 2012, de <http://www.yassconsultores.com.ar/empresas/CASO-NIKE.pdf>.

Aquino, R., Duarte, J., Orlando, G. y Zambrano, L., (2008, 3 de enero), *Demanda y Oferta*. Consultado el 14 de diciembre del 2012, de <http://www.gestiopolis.com/economia/>.

Convención de Viena (2010, 16 de mayo). *Tratado Internacional*. Consultado el 19 de diciembre del 2012, de <http://www.derechos.org/nizkor/ley/>.

Pereira, J., (2008, 11 de noviembre). *Comercialización o Mercadeo*. Consultado el 22 de diciembre del 2012, de <http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/>.

ANEXOS:

Anexo 1: Estudio de Mercado

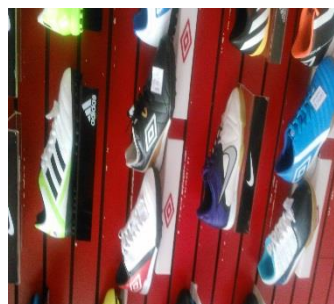
Empresas Ofertantes en la ciudad de Tulcán



Aplicación de encuestas



Precios del Calzado deportivo en marcas reconocidas







Anexo N° 2

Encuesta para Demandantes

Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad determinar la demanda real de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán.

BLOQUE INFORMATIVO		
Sexo:		
M	1	
F	2	
Edad:		
18 a 22	1	
23 a 27	2	
28 a 32	3	
33 a 37	4	
38 a 42	5	
43 a 47	6	
48 a 52	7	
53 a 57	8	
58 a 65	9	
DETERMINACIÓN DE DEMANDA		
1.- ¿Utiliza usted calzado deportivo en marcas reconocidas? (Nike, Adidas, Puma, etc.)		
Si	1	
No	2	
Nota: Si su respuesta es NO, la encuesta ha finalizado. Gracias por su colaboración.		
2.- ¿Señale usted en qué lugar adquiere su Calzado Deportivo en marcas reconocidas?		
Ipiales	1	
Ibarra	2	
Quito	3	
Comerciales de Tulcán	4	
¿Cuales?		
Tempo	4.1	
Car-lyn	4.2	
Sporto	4.3	
3.- ¿Con qué frecuencia usted realizada la compra de calzado deportivo en marcas reconocidas?		

Cada Mes	1	
Cada Seis Meses	2	
Cada Año	3	
Otros	4	

4.- De la lista siguiente indique, ¿Cuáles son las marcas de calzado deportivo que usted adquiere?

Nike	1	
Adidas	2	
Puma	3	
Reebok	4	
Asics	5	
And1	6	

6.- ¿De la siguiente lista, señale usted ¿cuáles son los aspectos que toma en cuenta a la hora de realizar la compra del calzado deportivo en marcas reconocidas?

Alta Calidad	1	
Diversidad de Modelos	2	
Comodidad	3	
Precios Bajos	4	
Exclusividad	5	
Moda	6	

7.- ¿Para qué tipo de deporte usted compra con más frecuencia?

Fútbol	1	
Básquet	2	
Tenis	3	
Futbol Sala	4	
Marcha Atlético	5	
O Uso diario	6	

8.- ¿Cuánto dinero invirtió en la última compra de un par de calzado deportivo en marcas reconocidas?

0 – 100	1	
101 – 200	2	
201 – 300	3	
301 – 400	4	

9.- ¿Estaría dispuesto a comprar calzado deportivo en marcas reconocidas en un nuevo local comercial ubicado en la ciudad de Tulcán?

Si	1	
No	2	

Anexo N° 3

Encuesta para Ofertantes

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como finalidad determinar la oferta de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán.

BLOQUE INFORMATIVO
Nombre del establecimiento:
DETERMINACIÓN DE OFERTA
1.- ¿Para qué tipo de deporte está orientada su oferta en calzado deportivo en marcas reconocidas?
2.- ¿Indique los proveedores con los que cuenta su empresa?
3.- ¿Cantidad de calzado deportivo en marcas reconocidas que oferta en percha, mensualmente?
5.- ¿Cantidad de calzado deportivo en marcas reconocidas vendido mensualmente?
6.- ¿Cuál es el precio promedio según el tipo de oferta de calzado deportivo en marcas reconocidas?
7.- ¿Cuál es el monto de inversión que tiene su empresa, aproximado?
8.- ¿Qué estrategias de comercialización aplica dentro de su empresa?

Anexo 4: Ficha Técnica de Observación

Ficha de observación

Calzado deportivo en marcas reconocidas

	Empresa Comerciante:	
Fotografía		
Descripción del Calzado:	Tributos al Comercio Exterior	
	AD-VALOREM	12 %
	FDI	0.5 %
	IVA	12 %
	Unidad de Medida	PARES
	Es Producto Perecible	NO
F.A: 6404.11.20.00	Género:	
Tipo de Deporte:	Precio:	
Observaciones		

Observaciones

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Anexo 5: Registro ante el Mipro



Ministerio
de Industrias
y Productividad

[Inicio](#) | [Regístrese](#) | [Registro de Exportadores](#) | [Registro de Importadores](#) | [Contáctenos](#) | [Preguntas Frecuentes](#) | [Conozca el sistema](#)

Zona de Usuarios

Si usted es un usuario de nuestro portal por favor ingrese su número de RUC y Clave.

Si no lo es por favor Regístrese.

No. RUC:

Clave de Acceso

¿Olvidó su contraseña?
[click aquí](#)

Uso exclusivo del MIPRO

Registro de Importadores y Exportadores

Formulario de Registro

Por favor ingrese todos sus datos y al finalizar el registro su clave de acceso será enviada al correo electrónico proporcionado por usted

*Campo Requerido

Datos Generales

*RUC:

*Razon Social:

Razon Comercial:

Pagina Web:

*Año de Inicio de Actividades:

*Correo Electronico:

*Tipo de Persona: ☒ Natural ☐ Juridica

Datos Personales

Registrar el nombre de Importadores o Exportadores registrados ante el MIPRO Aquí

Desea un curso de capacitación del sistema. Inscríbase [Aquí](#)

*Primer Nombre:

Segundo Nombre:

*Genero: ☒ Masculino ☐ Femenino

Estado Civil:

*Documento de Identificación:

*Numero de Identificación:

*Cargo:

Nivel de Educaci?n:

Area de Especialidad:

Fecha de Nacimiento: Ejm: 1989-03-23

Direccion de la Persona o Empresa

*Provincia:

*Canton:

*Ciudad:

*Sector:

*Calle:

*Interseccion o Referencia:

*Numero:

Edificio:

Departamento u Oficina:

*Telefono 1: Ej.(02) 2222-222

Telefono 2:

Fax:

Inicio	Regístrese	Registro de Exportadores	Registro de Importadores	Contáctenos	Preguntas Frecuentes	Conozca el sistema
------------------------	----------------------------	--	--	-----------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

Zona de Usuarios

Si usted es un usuario de nuestro portal por favor ingrese su número de RUC y Clave.

Si no lo es por favor Regístrese.

No. RUC:

Clave de Acceso

¿Olvidó su contraseña?
[click aquí](#)

Uso exclusivo del MIPRO

Ingrese para observar el listado de Importadores o Exportadores registrados ante el MIPRO [Aqui](#)

Registro de Importadores y Exportadores

Formulario de Registro

Gremios a los que Pertenece:

Actividad Principal: Importacion de Artículos Deportivos

Actividad Secundaria: Comercialización de zapatos y demás accesorios deportivos

☒ Importador ☐ Exportador

Países de los que Importa

☐ Afganistán	☐ AGUAS INTERNACIONALES	☐ Albania
☐ Alemania	☐ Andorra	☐ Angola
☐ Anguilla	☐ Antártida	☐ Antigua y Barbuda
☐ Antillas Holandesas	☐ Arabia Saudí	☐ Argelia

	Ministerio de Industrias y Productividad
---	---

Inicio	Regístrese	Registro de Exportadores	Registro de Importadores	Contáctenos	Preguntas Frecuentes	Conozca el sistema
------------------------	----------------------------	--	--	-----------------------------	--------------------------------------	------------------------------------

Zona de Usuarios

Si usted es un usuario de nuestro portal por favor ingrese su número de RUC y Clave.

Si no lo es por favor Regístrese.

No. RUC:

Clave de Acceso

¿Olvidó su contraseña?
[click aquí](#)

Uso exclusivo del MIPRO

Ingrese para observar el listado de Importadores o Exportadores registrados ante el

Registro de Importadores y Exportadores

Por favor seleccione las partidas a las cuales desea registrarse.

Nota: Haga clic en el nombre del arancel para ver sus subpartidas

- 50 - Seda
- 51 - Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin
- 52 - Algodón ()
- 53 - Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y teji ... ()
- 54 - Filamentos sintéticos o artificiales; tiras y formas similar ...
- 55 - Fibras sintéticas o artificiales discontinuas ()
- 56 - Guata, fieltro y tela sin tejer; hilados especiales; cordele ...
- 57 - Alfombras y dem?s revestimientos para el suelo, de materia t ...
- 58 - Tejidos especiales; superficies textiles con mech?n insertad ...
- 59 - Telas impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas; ...
- 60 - Tejidos de punto
- 61 - Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto
- 62 - Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los ...
- 63 - Los dem?s art?culos textiles confeccionados; juegos; prender ...
- 64 - Calzado, polainas y art?culos an?logos; partes de estos art? ...
 - o 6401 Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o p ...
 - o 6402 Los dem?s calzados con suela y parte superior de caucho o pl ...
 - o 6403 Calzado con suela de caucho, pl?stico, cuero natural o regen ...
 - o 6404 Calzado con suela de caucho, pl?stico, cuero natural o regen ...

¿Olvidó su contraseña?
[click aquí](#)

[Ingresar al Sistema](#)

Uso exclusivo del
MIPRO

Ingrese para
observar el listado
de Importadores o
Exportadores
registrados ante el
MIPRO [Aqui](#)

Desea un curso de
capacitación del sistema.
Inscribase [Aqui](#)

- 54 - Filamentos sintéticos o artificiales; tiras y formas similar ...
- 55 - Fibras sintéticas o artificiales discontinuas ()
- 56 - Guata, fieltro y tela sin tejer; hilados especiales; cordeles ...
- 57 - Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia t ...
- 58 - Tejidos especiales; superficies textiles con mechón insertad ...
- 59 - Telas impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas; ...
- 60 - Tejidos de punto
- 61 - Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto
- 62 - Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los ...
- 63 - Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prender ...
- 64 - Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos art? ...
 - 6401 Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o p ...
 - 6402 Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o pl ...
 - 6403 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regen ...
 - 6404 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regen ...
 - 6404.11 - - Calzado de deporte; calzado de tenis, baloncesto, gimnas ...
 - ☐ 6404.11.10 - - - Calzado de deporte
 - ☒ 6404.11.20 - - - Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento ...
 - 6404.19 - - Los demás?
 - 6404.20 - Calzado con suela de cuero natural o regenerado
 - 6405 Los demás calzados.
 - 6406 Partes de calzado (incluidas las partes superiores fijadas a ...
- ☐ 5801.27.10.00 - - - Sin cortar (rizados) ()
- ☐ 5801.27.20.00 - - - Cortados ()

[Guardar y Continuar](#)



Ministerio
de Industrias
y Productividad

[Inicio](#) [Regístrese](#) [Registro de Exportadores](#) [Registro de Importadores](#) [Contáctenos](#) [Preguntas Frecuentes](#) [Conozca el sistema](#)

Zona de Usuarios

Si usted es un usuario
de nuestro portal por
favor ingrese su número
de RUC y Clave.

Si no lo es por favor
Regístrese.

No. RUC:

Clave de Acceso

¿Olvidó su contraseña?
[click aquí](#)

[Ingresar al Sistema](#)

Uso exclusivo del
MIPRO

Ingrese para
observar el listado
de Importadores o
Exportadores
registrados ante el

Registro de Importadores y Exportadores

Usted se ha registrado a las siguientes Partidas Arancelarias:

- 6404.11.20. - - - Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento ...

Usted como persona NATURAL debe traer los siguientes documentos incluido este formulario que son de carácter obligatorio para poder iniciar el trámite de registro

* Formulario de Registro Impreso



[Imprima aquí su Formulario](#)

* Documentos

Nombre

- ◊ * Matricula de Comerciante
- ◊ * Registro Unico de contribuyentes, vigente
- ◊ * Certificado de no tener obligaciones exigibles con el
Servicio de Rentas Internas

No. RUC:

Clave de Acceso

¿Olvidó su contraseña?
[click aqui](#)

Ingresar al Sistema

Uso exclusivo del MIPRO

Ingrese para observar el listado de Importadores o Exportadores registrados ante el MIPRO [Aqui](#)

Desea un curso de capacitación del sistema. Inscribase [Aqui](#)

Usted como persona NATURAL debe traer los siguientes documentos incluido este formulario que son de carácter obligatorio para poder iniciar el trámite de registro

*** Formulario de Registro Impreso**

 [Imprima aqui su Formulario](#)

*** Documentos**

Nombre

♦ * Matricula de Comerciante
 ♦ * Registro Unico de contribuyentes, vigente
 ♦ * Certificado de no tener obligaciones exigibles con el Servicio de Rentas Internas
 ♦ * Nombre del declarante autorizado que realizara los tramites de importacion
 ♦ * Descripción del tipo de producto que se va a importar, así como las subpartidas bajo las cuales se declarará ante la aduana
 ♦ * Nomina de Productos a ser importados bajo las subpartidas arancelarias objeto de este registro

[Registrar más Partidas](#) [Finalizar](#)

Mi Cuenta

Estimado usuario:

Su inscripción caducó hace 0 días

Nombres: JONATHAN FERNANDO
Apellidos: URRESTA ROSERO
Razón Social: MODADEPORTIVA S.A.
Actividad Principal: IMPORTACION DE ARTICULOS DEPORTIVOS
Actividad Secundaria: COMERCIALIZACIÓN DE ZAPATOS Y DEMÁS ACCESORIOS DEPORTIVOS

[Revise sus notificaciones aquí.](#)

Resoluciones a las que está inscrito:

IMPORTADOR

EXPORTADOR

401.-Registro de Importador de Textiles y Calzado.

[Ver Formulario](#)

Fecha de Registro	Fecha de Caducidad	Estado	Nº. Registro	Responsable	Agregar/Eliminar Subpartidas	Editar Países
	Indefinido por vigencia COMEXI	Inscrito			 	

Requisitos

Requisito	Estado	Observación
♦ * Matricula de Comerciante		
♦ * Registro Unico de contribuyentes, vigente		
♦ * Certificado de no tener obligaciones exigibles con el Servicio de Rentas Internas		
♦ * Nombre del declarante autorizado que realizara los tramites de importacion		

Anexo 6: Verificación de Rotulado y Etiquetado del Calzado.

VERIFICACIÓN DE ROTULADO PARA CALZADO REGLAMENTO TECNICO RTE INEN 013

Fecha:	Informe No. AVT 20 -
Local Comercial:	
Dirección:	
Producto: CALZADO para: Dama: ☐ Caballero: ☐ Niño: ☐	
Razón Social:	Marca Comercial:

EVALUACION

5.	Requisitos específicos	CUMPLE	OBSERVACIONES
5.9	Etiquetado de Calzado (todo tipo)		
5.9.1	Las etiquetas técnicas y de marca deben estar adheridas o cosidas a la prenda en un sitio que facilite su rápida observación. Pueden ser unificadas en una sola etiqueta.		Etiqueta Técnica: Adherida..... Cosida..... Etiqueta de Marca: Adherida..... Cosida.....
5.9.1.1	Información de la Etiqueta:		
a)	Indicación de la Talla (números enteros, tamaño de los caracteres ≥ 3 mm)		Declara:
b)	Identificar los materiales de las cuatro partes que componen el calzado (la capellada, el forro, la plantilla y la firme o suela) de acuerdo con los siguientes pictogramas: Capellada  Forro  Plantilla  Firme o suela   Cuero 1  Cuero con recubrimiento 2  Textiles naturales y/o sintéticos 3  Otros materiales 4		Observaciones:
c)	País de Origen (Hecho en; Fabricado en; Industria)		
d)	Identificación del Fabricante (Importador y/o Distribuidor)		
EVALUACIÓN: APROBADO ☐ RECHAZADO ☐			Fecha:
Notas:			
Inspeccionado por:		Aprobado por:	
_____		_____	

PROHIBIDA SU REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL
ESTE INFORME NO SIGNIFICA CERTIFICACION DE CALIDAD Y NO DEBE SER UTILIZADO CON FINES PUBLICITARIOS.

Anexo 7: Cotización

Buenas tardes Estimada

La partida 64041120 es la correcta es necesario MIPRO e Certificado INEN 1.

El Sr. debe registrarse en el Ecuapass como Importador, es decir;

1.- Si es persona natural ingresar a la pagina del Banco

Central www.bce.fin.ec opción Certificación Electrónica, Solicitud le piden lo siguiente.

Persona Natural

- Copia de Cédula o pasaporte a Color
 - Copia de Papeleta de votación actualizada, (exceptuando a personas mayores a sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, y las personas con discapacidad)
 - Copia de la última factura de pago de luz, agua o teléfono
- 2.- Una vez realizada la solicitud, debe ir al Banco a retirar el Token (\$72 dólares)

Si el Sr. trae el calzado de la ALADI o CAN no necesita MIPRO.

3.- La mercadería debe venir con las etiquetas bien adheridas o cosidas con los datos del importador y haciendo referencia al RTE INEN 080 PRIMERA REVISIÓN.

4.- Una vez la mercadería en bodega se realiza la solicitud a una verificadora para solicitar el certificado de conformidad del producto.

El calzado antes de despacharse debe cumplir con el RTE INEN 080:2013 y **además** el proveedor debe de producir con estándares de calidad para que la **OAE** le apruebe.

En el INEN estan por aprobar una modificatoria.

* La inspección ahora se realiza en destino y hay que contratar el servicio de una verificadora para la inspección el valor depende del monto hasta 25000 dólares es de \$ 220,40 dólares el valor por todo (inspección y emisión de certificado de conformidad).

* El valor del Certificado INEN es de \$ 247.60 dólares

* El valor del certificado emitido por la OAE es de \$ 15 dólares

* Se debe tener el token del cliente para realizar la solicitud del INEN.

* Por cierto el Sr. debe sacar el registro en el MIPRO, para lo cuál debe sacar la matricula de comerciante.

Adjunto el reglamento INEN 080:2013. y la primera modificatoria que aún no esta aprobada.

Saludos

Jonathan
Buenos días.

Después de su aclaración, tenemos los siguientes detalles:

La caja grande la cual contiene 48 pares de zapatos tendrá las siguientes medidas:

Largo: 89cm

Ancho: 66cm

Alto: 60cm

Ahora, yo necesito importar 480 pares de zapatos, por tal razón le mencionaba que eran 10 cajas.

Además, cada par de zapatos con su respectiva caja tiene un peso de 0,68Kg.

Los detalles de su carga serian:

Metros cúbicos: largo * ancho * alto (convertido a metros)

Metros cúbicos: 0.89*0.66*0.60

Metros cúbicos por caja es 0.35244

Metros cúbicos 0.35244*10 cajas

Total metros cúbicos 3,524

La cotización que aplicara es la siguiente

Flete internacional	USD 65*3,524	USD 229.06
Handling		USD 120.00

Costos locales incluido IVA

Manejo y administración

Transmisión de datos

THD

Des consolidación

Manipuleo de carga

Costo financiero

TOTAL de cotización

*note que la tarifa esta valida hasta el 31 de marzo de 2014

Si tiene alguna consulta no dude hacérmela conocer

Saludos

Thanks and best regards,

Karen Benavides

Shipment Coordinator

AcGroup WorldWide Ecuador S.A

Edif. Torres del Norte, Torre A, Piso 5 Of. 501 - 502

Guayaquil - Ecuador

' PBX : 593-4 - 2687514 (Ext.122)

7 Fax : 593-4-2687515

§ Email: customerservice3@acgroupecuador.com

p Web : www.acgroupecuador.com

	USD 112.00
	USD 56.00
	USD 56.00 (MINIMO)
USD 11.20/ cbm	USD 112.00 (MINIMO)
USD 22.40/cbm	USD 56.00 (MINIMO)
USD 11.20/ cbm	USD 51.66
5%+5 sobre el val flete	USD 797.72

Anexo 8: Proforma de Importaciones por empresas distribuidoras

MILDEPORTES S. A. RUC: 1792056047001	
Consignatario	MILDEPORTES S. A.
Dirección	AV. DE LOS SHYRIS N41-151 Y ISLA TORTUGA
Posición Arancelaria	6404.11.20.00
Descripción Posición	Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares
Tipo Unidad Posición	2 u, Par
Descripción Despacho	ZAPATO PUMA RUNNING
Marca	
Refrendo	046-2013-70-00011324
Item	152
Embarcador	FITBEST ENTERPRISES LIMITED
DAU	00000082
Fecha Despacho	07/01/2013
Fecha Embarque	04/11/2012
Fecha Llegada	21/12/2012
Fecha Liquidación	07/01/2013
Fecha Pago	07/01/2013
Fecha Salida Almacen	08/01/2013
Aduana	ESMERALDAS
Regimen	IMPO.- DEPOSITO ADUANERO COMERCIAL PUBLICO
Verificador	No Ingresado
Depósito	05903009-AUTORIDAD PORTUARIA DE ESMERALDAS
Aforador	ABERNAL-BERNAL PACHECO ANGELA MANUELA
Tipo Aforo	AFORO DOCUMENTAL
Fechar Aforo	07/01/2013
Agente Afianzado	01902909-MERO CHANCA Y JUAN FRANCISCO
País Procedencia	INDONESIA
País Embarque	INDONESIA
Puerto Embarque	IDJKT-JAKARTA, JAVA
Nave	NEDLLOYD JULIANA
Via Transporte	MARITIMO
Agencia Transporte	No Ingresado
Empresa Transporte	MAERSK DEL ECUADOR C.A.
Total Fob U\$S	76.067,93
Total Flete U\$S	4.011,00
Total Seguro U\$S	96,09

http://www.cobusecuador.ec/html2/ges_busca_ecuadv.html#

EQUINOX S.A.
RUC: 1790665437001

Consignatario	EQUINOX S.A.
Dirección	AV REPUBLICA DEL SALVADOR N34 299 Y MOSCU
Posición Arancelaria	6404.11.20.00
Descripción Posición	Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares
Tipo Unidad Posición	2 u, Par
Descripción Despacho	ZAPATO Entrenamiento Hombre adulto
Marca	
Refrendo	082-2013-10-00025211
Item	2
Embarcador	EQUIPERU S A C
DAU	00000138
Fecha Despacho	14/01/2013
Fecha Embarque	No Ingresado
Fecha Llegada	11/01/2013
Fecha Liquidación	14/01/2013
Fecha Pago	15/01/2013
Aduana	HUAQUILLAS
Regimen	IMPORTACION A CONSUMO
Verificador	No Ingresado
Depósito	05908902-TRANSPORTE Y COMERCIO INTERNACIONAL - TRANSCOMERIN
Aforador	LECHICA-CHICA SILVA LEINER MARIO
Tipo Aforo	AFORO DOCUMENTAL
Fechar Aforo	15/01/2013
Agente Afianzado	01902909-MERO CHANCA Y JUAN FRANCISCO
País Procedencia	PERU
País Embarque	PERU
Puerto Embarque	-
Nave	No Ingresado
Via Transporte	CARRETERA
Agencia Transporte	No Ingresado
Empresa Transporte	MADERO BECILLA FRANCISCO EMILIO
Total Fob U\$S	478.675,88
Total Flete U\$S	10.400,00
Total Seguro U\$S	586,89
Total Cif U\$S	489.662,75

http://www.cobusecuador.ec/html2/ges_busca_ecuadv.htm#

MUNDO DEPORTIVO MEDEPORT S.A.
RUC: 1792056055001

Consignatario	
Dirección	
Posición Arancelaria	6404.11.10.00
Descripción Posición	Calzado de deporte
Tipo Unidad Posición	2 u, Par
Descripción Despacho	ZAPATO DE GOLF DE HOMBRE ADULTO
Marca	TEXTIL CUERO-
Refrendo	046-2013-10-00658625
Item	104
Embarcador	ADIDAS LATIN AMERICA S.A.
DAU	00009770
Fecha Despacho	08/10/2013
Fecha Embarque	01/10/2013
Fecha Llegada	04/10/2013
Fecha Liquidación	08/10/2013
Fecha Pago	09/10/2013
Fecha Salida Almacen	13/10/2013
Aduana	ESMERALDAS
Regimen	IMPORTACION A CONSUMO
Verificador	No Ingresado
Depósito	05903009-AUTORIDAD PORTUARIA DE ESMERALDAS
Aforador	
Tipo Aforo	AFORO NO ESPECIFICADO
Fechar Aforo	10/10/2013
Agente Afianzado	01900013-ALAIRE CIA. LTDA.
País Procedencia	CHINA
País Embarque	PANAMA
Puerto Embarque	PABLE-BALBOA
Nave	SUSANNE SCHULTE
Via Transporte	MARITIMO
Agencia Transporte	No Ingresado
Empresa Transporte	MAERSK DEL ECUADOR C.A.
Total Fob U\$S	502.338,06
Total Flete U\$S	3.516,00
Total Seguro U\$S	607,02
Total Cif U\$S	506.461,06
Total Kgs Neto	11.268,380
Total Kgs Bruto	0,000

http://www.cobusecuador.ec/html2/ges_busca_ecuadv.html

Anexo 9: Formulario Registro MIPRO

LARIO DE REGISTRO http://aplicaciones.mipro.gob.ec/mushoq/frontEnd/impform.php?id_im...



REPÚBLICA DEL ECUADOR

SISTEMA DE INFORMACION EMPRESARIAL



MIPRO

Ministerio de
Industrias
y Productividad

FORMULARIO DE REGISTRO

No de Registro:

Datos Generales

RUC: 0401587324001
Razon Social: MODADEPORTIVA S.A.
Razon Comercial: MODADEPORTIVA.COM
Pagina Web: HTTP://
Año de Inicio de Actividades: 2014
Correo Electronico: jfur_89@hotmail.com
Tipo de Persona: NATURAL

Datos del Representante Legal

Apellido Paterno: URRESTA
Apellido Materno: ROSERO
Primer Nombre: JONATHAN
Segundo Nombre: FERNANDO
Genero: MASCULINO
Estado Civil: SOLTERO
Documento de Identificaci?n: C.C.
Numero de Identificacion: 0401587324
Cargo: GERENTE GENERAL
Nivel de Educaci?n: SUPERIOR
Area de Especialidad: COMERCIO EXTERIOR
Fecha de Nacimiento: 1989-04-26

Direccion de la Persona o Empresa

Provincia: CARCHI
Canton: TULCÁN
Ciudad: TULCÁN
Sector: PARROQUIA GONZÁLES SUAREZ
Calle: JORGUE MANRIQUE
Interseccion o Referencia: MANUEL MACHADO Numero: S/N
Edificio:
Departamento u Oficina:
Telefono 1: 2236545
Telefono 2: 0967419085
Fax: 2236545



Gremios a los que Pertenece:

Actividad Principal: Importacion de Articulos Deportivos

Actividad Secundaria: Comercialización de zapatos y demás accesorios deportivos

Países de los que importa

China

Panamá

Partidas

Usted se ha registrado a las siguientes partidas:

● **6404.11.20:** - - - Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares

Requisitos

Usted como persona **NATURAL** debe traer los siguientes documentos incluido este formulario que son de carácter obligatorio para poder iniciar el trámite de registro * Requisitos Obligatorios

Nombre

- ◇ * Matricula de Comerciante
- ◇ * Registro Unico de contribuyentes, vigente
- ◇ * Certificado de no tener obligaciones exigibles con el Servicio de Rentas Internas
- ◇ * Nombre del declarante autorizado que realizara los tramites de importacion
- ◇ * Descripción del tipo de producto que se va a importar, así como las subpartidas bajo las cuales se declarará ante la aduana
- ◇ * Nomina de Productos a ser importados bajo las subpartidas arancelarias objeto de este registro

Firma Representante Legal /Persona Natural

 Activar
Ir a Confir

ARTÍCULO CIENTÍFICO



JONATHAN FERNANDO URRESTA ROSERO

Egresado de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional; Estudios Primarios Escuela “Sucre N° 1”; Estudios Secundarios Instituto Tecnológico “Bolívar”; Participante en la gira técnica Académica a Zona Libre de Colón, Manzanillo, Panamá. Practicas Pre profesionales en Trancomerinter (TCI). Participante de los seminarios: I Jornada de Comercio Exterior, II Jornada de Comercio Exterior, III Jornada Internacional de Comercio Exterior, Seminario

Taller de Manejo Básico del Paquete Informático E-Comex, V Encuentro Binacional de Integración Fronteriza Colombo-Ecuatoriana, Manejo de Las Partidas Arancelarias, Análisis de Indicadores socioeconómicos de La Provincia del Carchi con SPSS, Perspectivas y Políticas Administrativas del Comercio Exterior para el Carchi, Suficiencia en el Idioma Ingles.

Demanda de Calzado Deportivo en marcas reconocidas, y su comercialización desde China.

(Entregado octubre 2014)

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)

jfur_89hotmail.com - urrestarosero.jonathanfernandomail.com

RESUMEN

Desde el punto de vista general a lo particular, la población que reside en el casco urbano de la ciudad de Tulcán, está dada por la cantidad de 53558 personas (INEC, 2010), 31.772 personas están comprendidas entre las edades de 18 65 años, la población de estrato económico medio típico corresponde al 38%, lo que representa una cantidad de 12.075 personas, considerados como posibles clientes potenciales, con los cuales se realizó una prueba piloto, demostrando gran interés en la adquisición de calzado deportivo en marcas reconocidas, de manera directa e indirecta están inmersos con la práctica de algún tipo de deporte sea este: fútbol, basquetbol, atletismo, running, tenis, entre otros. Por otro lado, los jóvenes se ven influenciados con la tendencia de moda en el uso diario de este tipo de producto, provocando un fenómeno de expansión comercial para este tipo de calzado deportivo, generando la necesidad de adquirir este tipo de producto satisfaciendo las necesidades en los posibles consumidores de la ciudad de Tulcán.

Determinando el cálculo de demanda insatisfecha considerando oferta potencial menos demanda potencial, resultando un porcentaje del 25,3%; del mercado real al cual estará dirigido la nueva comercializadora, lo que representa una cantidad total de 480 pares de calzado deportivo a importar de manera trimestral. Asimismo, los consumidores muestran preferencia por el calzado deportivo tipo soccer, futsala, running, basquetbol, de ayor a menor el más demandado.

La implementación de una empresa comercializadora del calzado deportivo en marcas reconocidas es viable pero poco rentable, reflejo de los siguientes valores: Valor Actual Neto (VAN) \$3428,92 dólares, lo que implica la sustentabilidad del proyecto; Tasa Interna de Retorno (TIR) 15,51% con relación a la tasa referencial del 11,30%; el Costo Beneficio (CB) es de \$1,08 dólares es decir por cada dólar invertido se obtiene un costo beneficio de 0.8 centavos.

ABSTRACT

From a general point of view to the particular, the population living in the urban area of the city of Tulcan is given by the number of 53558 people (INEC, 2010), 31 772 people are between the ages of 18 to 65, population typical middle economic stratum corresponds to 38%, representing a total of 12,075 people, considered as possible leads, with which a pilot test was conducted, showing great interest in the acquisition of athletic footwear brands, from are directly and indirectly involved with the practice of some kind of sport is this: football, basketball, athletics, running, tennis, among others. On the other hand, young people are influenced by the fashion trend in the daily use of this type of product, causing a phenomenon of trade expansion for this type of athletic footwear, creating the need to purchase this type of product to meet the needs potential consumers Tulcan city.

Determining the unmet demand calculation considering potential supply less demand potential, resulting in a percentage of 25.3%; real market which will run the new marketer, representing a total amount of 480 pairs of sports shoes imported quarterly. Consumers also show a preference for the type soccer sports shoes, indoor surfaces, running, basketball, ayor Low of the defendant.

Implementing a marketer of athletic footwear brands is feasible but uneconomical, reflecting the following values: Net Present Value (NPV) \$ 3,428.92 dollars, which involves the sustainability of the project; Internal Rate of Return (IRR) 15.51% relative to the benchmark rate of 11.30%; Cost Benefit (CB) is \$ ie \$ 1.08 for every dollar spent at a cost of 0.8 cents profit is obtained.

1. Introducción

Problema del presente proyecto de tesis: “El desconocimiento de la demanda de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán, limita su comercialización desde China”.

Esta investigación intenta determinar la demanda real de calzado deportivo en marcas reconocidas, la cual permitirá la comercialización desde Putian, Fujian, China; al mercado de la ciudad de Tulcán - Carchi - Ecuador. Delimitado de la siguiente manera: objeto de estudio es la demanda de calzado deportivo en marcas reconocidas y, el sujeto de estudio es la comercialización, con un tiempo de desarrollo de 12 meses y en el área de conocimiento de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

2. Materiales y Métodos

Para el desarrollo de esta investigación se aplicó la modalidad de investigación cualitativa y cuantitativa, además se utilizó el método deductivo e inductivo. Se hizo uso de otros recursos como páginas web, revistas, libros, documentos, y otras fuentes las cuales proporcionaron la información secundaria en lo que respecta al tema de investigación. El método deductivo permitió realizar un análisis de forma general, considerando en primera instancia, los puntos de mayor relevancia sobre el comportamiento en gustos, preferencias, ingresos económicos, poder adquisitivo de las personas al momento de comprar de calzado deportivo en marcas reconocidas, de tal manera este indicador permitió realizar un análisis de sub-indicadores necesarios para recabar la información sobre la demanda de este tipo de producto en los habitantes de la ciudad de Tulcán.

Para el desarrollo del presente tema de investigación se consideró de investigación bibliográfica, de campo.

Para analizar la oferta se tomó en cuenta a las empresas dedicadas a la comercialización de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán para obtener información real y relevante, datos como tipo de calzado ofertado, precios, estrategias de comercialización, proveedores, competencia y otros aspectos importantes. Con respecto a la demanda, la población fue segmentada de tal forma; la población de la ciudad de Tulcán, económicamente activas, que residan dentro del

casco urbano, de sexo masculino y femenino, entre las edades de 18 – 65 años. La muestra de la investigación fue de 373 personas.

3. Resultados y Discusión

Partiendo desde el punto más importante de la investigación, tal como lo plantea el objetivo general: “Determinar la demanda real de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán, para su comercialización desde China”, para lo cual se analizó uso de calzado deportivo en marcas reconocidas, el lugar donde adquiere este producto, considerando locales establecidos en la ciudad, fuera de la ciudad y hasta en locales comerciales fuera del país Ipiales - Colombia.

Además, se investigó sobre la frecuencia de compra de este producto, las marcas de calzado más demandadas, los aspectos tomados en cuenta a la hora de adquirir calzado deportivo, el tipo de calzado deportivo de acuerdo al deporte practicado con más frecuencia, dinero invertido en la última compra de calzado deportivo en marcas reconocidas y por último, la disposición de adquirir este tipo de producto en un nuevo local comercial establecido en la ciudad de Tulcán, sin dejar de lado las tendencias en gustos y preferencias de compra, moda, el perfil de los posibles clientes potenciales en la ciudad.

3.1. Demanda insatisfecha de calzado deportivo

Una vez realizada el análisis de oferta como demanda, se procede a determinar la demanda insatisfecha de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán, para obtener este dato se procede a calcular la siguiente fórmula: $Di=Dp-Op$

Donde:

Di = demanda insatisfecha;

Dp = demanda potencial,

Op = oferta potencial.

Reemplazamos valores establecidos en la tabla N° 1, para obtener la cantidad en USD de la demanda insatisfecha para los años proyectados.

Tabla N° 1 Demanda Insatisfecha

Año	Demanda potencial (Dp)	Oferta potencial (Op)	Demanda insatisfecha (Di)
2014	1.262.851,70	359.650,86	903.200,84
2015	1.262.916,74	385.077,12	877.839,62
2016	1.262.981,78	410.503,38	852.478,40
2017	1.263.046,82	435.929,64	827.117,18
2018	1.263.111,87	461.355,90	801.755,97

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

Como se puede apreciar en la presente tabla, para el año 2014 se muestra un valor de \$ 903.200,84, dato relevante e importante para medir la magnitud real en cuanto se refiere a la demanda insatisfecha del calzado deportivo en marcas reconocidas en dólares para cada año proyectado.

De tal manera, se presenta el mercado real al cual estará dirigido la nueva comercializadora, ver tabla N°2.

Tabla N° 2 Mercado Real

Variables Discriminantes	%
Si conocen las marcas	65
Si compran marcas	54,9
Si comprarían en nuevo comercial de Tulcán.	70,8
Vida útil del proyecto	25,3

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

De la cantidad de demanda insatisfecha para el año 2014, dada por la cantidad de 903.200,84 USD, del cual se cubrirá un 25% como porcentaje del mercado real del proyecto, cubriendo parcialmente la demanda insatisfecha.

3.2. Determinación de cantidad del calzado a importar

La interpretación de los datos se realizó a través de tablas elaboradas bajo rango de edades y género de las personas, resultados representados en gráficas de barra y pastel procurando una óptima segmentación para obtener datos claros y precisos, los cuales serán de mucha importancia al momento de la toma correcta de decisiones.

A continuación presentamos datos detallando el porcentaje de preferencia para cada tipo de calzado deportivo en marcas reconocidas, ver tabla N° 3.

Tabla N° 3: Tiempo, dólares disponibles y preferencia según tipo de calzado

Tipo	Preferencia		Tiempo	
	%	USD	Año	Trimestre
Soccer	41%	93.559,34	795	199
Running	26%	59.330,31	466	116
Basketball	15%	34.229,03	255	64
Futsala	18%	41.074,83	400	100
TOTAL			1917	480

Fuente: Consumidores Tulcán.

Elaborado por: Jonathan Urresta.

De acuerdo al porcentaje de preferencia para cada tipo calzado según el deporte, se determinó la cantidad anual de 1917 pares y una cantidad trimestral de 480 pares a importar, la importación se realizará trimestralmente.

En lo que respecta al mercado meta, la ciudad de Tulcán, se concluye que: la oferta está dado por tres empresas comercializadoras de este producto como son: Carlyn, Time Sport y Sporto. De las cuales, la empresa que mayor nivel de participación tiene en el mercado es Time Sport seguido de la empresa Carlyn y por último la empresa Sporto.

Además, se realizó una matriz de logística para la importación de calzado deportivo en marcas reconocidas desde origen, China, en donde se detalla paso a paso las actividades y procesos incluyendo recursos como el tiempo y costos hasta el lugar de destino, determinando el precio en todos los términos de negociación comercial internacional, en donde también se detalla al final del proceso de importación, cuál sería el costo de venta al público en la ciudad de Tulcán.

3.3. Información Básica del producto

Tabla N° 4: Información Básica del Producto

Nombre técnico o comercial del producto	Calzado de deporte
Posición arancelaria en China	6402990000
Posición arancelaria en Ecuador	6404112000
Unidad comercial de venta	Pares
Moneda de transacción.	USD
Valor ex-work de la unidad comercial (precio promedio).	15.357,10
Término de Negociación	FOB
Flete Internacional	332,28 USD

Elaborado por: Jonathan Urresta

La posición arancelaria del calzado deportivo en marcas reconocidas es 6404.11.20.00, la importación se la realizará en termino FOB y el valor por el embarque en lugar de destino está dado por la cantidad de 15367,10 USD; el costo del flete internacional desde el puerto de Xiamen hasta Guayaquil es de 332,28 USD.

3.4. Inversión Inicial

El presupuesto del total de la inversión está dado de tal manera, ver tabla N° 5.

Tabla N° 5: Presupuesto de Inversión

Descripción		Financiamiento	
Presupuesto de Inversiones		Capital	Préstamo
Total Activos Fijos	2.138	2.138	X
Total Activos Realizables	27.839	18.839	X
Total Activos Intangibles	1.713	1.713	X
Total Capital de Trabajo	1.584,5	1.585	X
Total Inversión	33.274	24.274	9.000
Porcentaje de Asignación	100	73	27
Elaborado por: Jonathan Urresta.			

La inversión inicial para el presente proyecto es de 33.274,00 USD, de los cuales un valor de \$ 9000,00 es financiado por una entidad financiera de la localidad.

3.5. Indicadores Financieros

3.5.1. Valor Actual Neto (VAN)

Se analiza la posibilidad de autofinanciamiento, es decir, que la implementación de una empresa comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas pueda generar un flujo de capital positivo necesario para cubrir la inversión inicial

Con una tasa de descuento referencial del 11,30%; el valor dado para el VAN es de 3.428,92 dólares, valor que se hace referencia, mientras más alto sea este valor resultara más beneficioso para la empresa, este valor positivo muestra que el proyecto es viable pero poco rentable.

3.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Con la finalidad de identificar la rentabilidad del capital invertido en la comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas, es decir, la tasa

interna de retorno que deberá tener la empresa deberá ser mayor a la tasa de descuento actual manejado por las instituciones financieras.

La TIR para este proyecto es de 15.51%, tasa superior a la de descuento (11.30%), por lo tanto, se puede apreciar un rendimiento superior al tasa de las instituciones financieras, lo que asegura poca rentabilidad.

3.5.3. Relación Costo – Beneficio

La relación costo beneficio de la empresa comercializadora de calzado deportivo en marcas reconocidas es de 1,08, es decir, que por cada dólar invertido obtengo un beneficio de 0,08 centavos, asumiendo el proyecto como sustentable pero poco rentable.

3.5.4. Punto de equilibrio

Determina el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder, ni ganar. En la tabla N° 89, se presenta el punto de equilibrio en cuanto a la cantidad mínima de comercialización del calzado deportivo en marcas reconocidas y su valor en dólares.

Tabla N° 6: Punto de Equilibrio

Concepto	Costo Total	Fijo	Variable
Compra de calzado	27.800,83		27.800,83
Activos fijos	1.143,00	1.143,00	
Gastos de nómina personal	2.040,00	2.040,00	
Gastos décimos	482,46	482,46	
otros gastos administrativo	2.774,15	2.774,15	
Gastos de venta	150,00		150,00
Depreciaciones	53,63	53,63	
Amortizaciones	85,65	85,65	
Gastos financieros	2.396,77	2.396,77	
	Total	8.975,65	27.950,83
Zapatos a vender	480,00		
Precio unitario promedio	93,20		
Costo variable unitario	58,23		
Precio Unitario Promedio - Costo Variable Unitario			
Punto de equilibrio - Pares	257	Pares trimestralmente.	
Punto de equilibrio dólares	23.923,76	Dólares trimestralmente.	

Fuente: Gestipolis.com

Elaborado por: Jonathan Urresta.

El punto de equilibrio para la empresa comercializadora de calzado es de 257 pares trimestralmente, de un total de 480 pares importados. Dicha cantidad permitirá equilibrar los ingresos con los gastos dados para la empresa en función de cada periodo de tiempo.

4. Conclusiones:

La demanda insatisfecha de calzado deportivo en marcas reconocidas en la ciudad de Tulcán, que se importará desde origen es de 480 pares en periodos trimestrales.

El valor del embarque es de \$15.357,10, en lo que respecta compra de 480 pares de calzado deportivo en marcas reconocidas, valor en origen.

Se concluye que el costo por transporte marítimo es más económico con relación al costo aéreo; a utilizar desde China, considerando que la consolidación de carga optimiza los costos aún más por concepto de flete internacional.

La no aplicación de estrategias de comercialización limita una mayor posesión de las empresas en el mercado.

La existencia de intermediarios en la comercialización de este producto, ocasiona que el precio al consumidor final sea aún mayor, causa principal para que no se aplique estrategias de venta.

El punto de equilibrio para que la empresa sea estable, es decir, no gane ni pierda en el mercado es de 257 pares de calzado deportivo en marcas reconocidas; con un valor de \$ 23923,76 USD.

5. Recomendaciones:

Dar un seguimiento a las empresas registradas en la ciudad de Tulcán, Carlyn, Time Sport y Sporto, manteniendo la actualización de precios de venta al público, sirviendo de referencia para la nueva comercializadora.

Revisar minuciosamente las restricciones a las importaciones de aquellos productos que no afectan la industria nacional, en el país no existen empresas dedicadas a la elaboración de calzado deportivo en marcas reconocidas.

Realizar un análisis FODA, obteniendo una serie de estrategias que se aplicará en la nueva comercializadora.

Importar 480 pares de calzado deportivo en marcas reconocidas, resultado del estudio de mercado, con la frecuencia trimestral.

Optimizar en lo posible los costos por comercio exterior, utilizando el medio de transporte marítimo, realizando una consolidación de mercancías, minimizando aún más el costo de flete internacional desde el puerto de Xiamen hasta Guayaquil.

Minimizar el número de empresas intermediarias en lo posible en la comercialización del producto, utilizando como estrategia competitiva la importación directa desde país de origen.

6. Bibliografía

Flores, J., *Como crear y dirigir la nueva empresa 2ª* (Ed.). Colombia.: Ecoe.

Charles, H. (2011). *Negocios Internacionales* (8ª Ed.), México D.F: McGraw-Hill Interamericana S.A.

Kotler, P. y Lane, K. (2006). *Dirección del Marketing*. México, Pearson Education.

Lamb, C., Hair, J. y Mc Daniel, C. (2006). *Marketing*. México.: Thomson.

McDaniel, C. y Gates, R. (2005). *Investigación de Mercados*. (6ª Ed.), México.: Thomson.

Steimberg, F. (2004). *La nueva Teoría del Comercio Internacional y la Política Estratégica Comercial*. España, Eumed.net.

7. Linkografía:

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010), *Estadísticas Sociales y Económicas*. Consultado el 5 de marzo del 2013, de <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>.

Banco Central del Ecuador (BCE), *Importaciones de Calzado de Deporte*. Consultado el 16 de febrero del 2014, de http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/seguridad/ComercioExteriorEst.jsp.

Servicio de Rentas Internas (SRI), *Depreciaciones y Amortizaciones*. Consultado el 7 de junio del 2013, de <http://www.sri.gob.ec/web/quest/depreciacion-acelarada-de-activos-fijos>.

Banco Mundial (BM), *Indicadores Financieros*, Consultado 20 de marzo del 2014, de <http://datos.bancomundial.org/indicador>.

Reyes, A., (2004). *Segmentación de Mercados*. Consultado el 18 de noviembre 2012, de <http://www.emagister.com/curso-introduccion-marketing-social/segmentacion-mercados>.

Constitución de la República del Ecuador (2008), *Política Comercial*, consultado el 8 de agosto del 2012, de <http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/Constitucion-2008.pdf>.