



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y
COMERCIO EXTERIOR
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERAS EN COMERCIO EXTERIOR
MENCIÓN EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES**

TEMA

**“PLAN DE EXPORTACIÓN DE CUERO TERMINADO HACIA EL
MERCADO COLOMBIANO, CIUDAD DE BOGOTÁ, DE LA
EMPRESA ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A., DE LA
PROVINCIA DE COTOPAXI, CANTÓN SALCEDO”**

María Belén Adriano Jiménez

Leonor Jacqueline Montesdeoca Herrera

Riobamba - Ecuador

2012

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Ing. Juan Bladimir Aguilar Poaquiza.

DIRECTOR

Ing. Cesar Alfredo Villa Maura.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE AUTORÍA

Las ideas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de las autoras.

María Belén Adriano Jiménez.

Leonor J. Montesdeoca Herrera.

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Administración de Empresas, a la Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, Carrera de Comercio Exterior, a sus docentes y personal administrativo.

Al Ing. Juan Aguilar Director de Tesis, gracias por su esfuerzo y dedicación. Sus conocimientos y sus orientaciones han sido fundamentales para nuestra formación como profesionales. También nuestro agradecimiento al Ing. César Villa M. Miembro del Tribunal de Grado, gracias por los consejos y orientaciones recibidas para la culminación de la Tesis.

Al Ing. Santiago Raúl López Salazar Gerente General de la Empresa Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., por permitirnos realizar nuestra investigación, y a todo el personal de la empresa.

Queremos expresar nuestro agradecimiento a todas las personas que de una u otra manera nos ayudaron para alcanzar este gran objetivo en la trayectoria de nuestra carrera politécnica.

María Belén Adriano y Leonor Montesdeoca.

DEDICATORIA

Dedico esta Tesis a Dios porque está conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar.

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

A mi Esposo por su cariño y comprensión, a mis Hijos por ser mi gran fortaleza para culminar mi carrera y por enseñarme a enfrentar los obstáculos con alegría.

A mis Hermanos y Familiares, gracias por su apoyo total y por el aliento que día a día me motivo para cumplir con este gran objetivo.

Leonor J. Montesdeoca Herrera.

A Dios, ser Supremo por su ayuda silenciosa en cada instante de mi vida.

Con mucho amor y cariño a mis Padres por su comprensión y ayuda en todos los momentos de mi vida y por haberme enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi Familia, por su gran paciencia y esa gran dosis de amor que inculcaron en mí haciendo una persona con principios y valores, Gracias por su comprensión y apoyo.

María B. Adriano Jiménez.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág.
Contenido	
Portada	I
Certificación del Tribunal.....	II
Certificación de Autoría.....	III
Agradecimiento.....	IV
Dedicatoria.....	V
Índice General.....	VI
Índice de Gráficos.....	XI
Índice de Imágenes.....	XI
Índice de Tablas.....	XII
Índice de Anexos.....	XIV
Introducción.....	XV

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
CAPÍTULO I	
1. GENERALIDADES	1
1.1. El Comercio Internacional	1
1.1.1. Introducción.....	1
1.1.2. Concepto.....	3
1.1.3. Causas del Comercio Internacional.....	4
1.1.4. Origen del Comercio Internacional.....	5
1.1.5. Ventajas del Comercio Internacional.....	6
1.1.6. Barreras al Comercio Internacional.....	7
1.1.7. Organismos Internacionales.....	9
1.1.8. Acuerdos Comerciales.....	10
1.1.9. Acuerdos Comerciales Ecuador – Colombia.....	14
1.1.10. Libre Comercio o Proteccionismo.....	15
1.1.11. Modalidades de Comercio.....	16

1.2.	Las Exportaciones.....	16
1.2.1.	Definición.....	16
1.2.2.	El Mercado en la Exportación.....	20
1.2.2.1.	Satisfacción de los deseos de los clientes.....	21
1.2.2.2.	Variables del Mercado.....	21
1.2.2.3.	Estrategia para el producto de exportación.....	22
1.2.3.	Canales de Exportación.....	23
1.2.4.	Plan de Exportación.....	25
1.2.4.1.	Concepto.....	25
1.2.4.2.	Para qué sirve el Plan de Exportación.....	25
1.2.4.3.	Pasos para elaborar un Plan de Exportación.....	26
1.2.5.	Documentos Utilizados en la Exportación.....	27
1.2.5.1	Registro de Exportadores.....	27
1.2.5.2.	Licencia de Exportación.....	28
1.2.5.3.	Clasificación Arancelaria.....	28
1.2.5.4.	Certificado de Origen.....	28
1.2.5.5.	Certificado Sanitario.....	29
1.2.5.6.	Certificado Fitosanitario.....	29
1.2.5.7.	Permiso Zoosanitario.....	29
1.3.	Los Términos De Comercio Internacional – Incoterms	29
1.3.1.	Concepto.....	29
1.3.2.	Finalidad de los Incoterms.....	30
1.3.3.	Regulación de los Incoterms.....	30
1.3.4.	Importancia de los Incoterms.....	30
1.3.5.	Clasificación de los Incoterms.....	31
1.4.	La Industria Del Cuero.....	32
1.4.1.	Moda actual y tendencias.....	33
1.4.2.	Importaciones y Exportaciones.....	35
1.4.2.1.	La Industria de los Artículos de Cuero.....	35
1.4.3.	Distribución de la Producción Nacional de Cuero.....	37
1.4.4.	Países demandantes de Pieles y Cueros de Bovinos.....	38

CAPÍTULO II		
2.	LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A.	39
2.1.	Antecedentes.....	39
2.2.	Base Jurídica Legal.....	41
2.3.	Objetivos Y Finalidades.....	42
2.4.	Filosofía Institucional.....	43
2.4.1.	Valores.....	45
2.4.2.	Principios.....	46
2.4.3.	Políticas.....	48
2.4.4.	Logotipo.....	48
2.5.	Estructura Administrativa.....	49
2.5.1.	Niveles Jerárquicos.....	49
2.5.2.	Estructura Administrativa Interna.....	50
2.5.3.	Organigrama Estructural.....	50
2.5.4.	Funciones.....	53
2.6.	Productos.....	55
2.7.	Mercado Al Que Sirve.....	57
CAPÍTULO III		
3.	PLAN DE EXPORTACIÓN DE CUERO TERMINADO AL MERCADO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ	60
3.1.	Descripción Del País A Exportar: Colombia.....	60
3.1.1.	Generalidades.....	60
3.2.	Balanza Comercial Entre Colombia Y Ecuador.....	64
3.2.1.	Balanza Comercial Ecuador – Colombia.....	66
3.3.	Mercado Objetivo.....	67
3.4.	Identificación Del Producto A Exportar.....	69
3.4.1.	El producto a Exportar.....	69
3.4.2.	Lugar de Fabricación del Producto.....	71
3.4.3.	La Garantía del Producto.....	71
3.4.4.	Empresa dedicadas a la promoción del cuero.....	72
3.5.	Precio.....	73

3.5.1.	Forma de Negociación.....	74
3.5.2.	Ruta - Origen – Destino.....	79
3.5.3.	Conservación y Manejo del producto.....	79
3.6.	Estrategia De Marketing.....	82
3.6.1.	Estrategia de marca.....	82
3.6.2.	Estrategia de publicidad.....	84
3.6.3.	Estrategia de promoción.....	85
3.6.4.	Tipo de página WEB.....	86
3.7.	Estrategias De Exportación.....	87
3.7.1.	Ventajas y Riesgos de la Exportación.....	87
3.8.	Estrategias De Comercialización.....	88
3.9.	Otras Consideraciones Sobre El Mercado.....	94
3.9.1.	Políticas de protección a los consumidores.....	94
3.9.2.	Política del medio ambiente.....	94
3.10.	Proceso De Elaboración Del Cuero.....	95
3.10.1	Proceso de Producción.....	97
3.10.2.	Zonas en que se divide la piel.....	98
3.10.3.	Flujograma de Proceso de Producción.....	101
3.10.4.	Cadena de Valor del Cuero.....	102
3.11.	Consideraciones Básicas Para Exportar.....	104
3.11.1	Metodología de las estrategias de Exportación.....	104
3.11.2.	Durante el embarque.....	108
3.11.3.	Documentos para beneficiarse de las Preferencias Arancelarias	110
3.11.4	Cierre de la Exportación.....	112
CAPÍTULO IV		
4.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO DEL PLAN DE EXPORTACIÓN.....	
4.1.	Inversión Del Plan De Exportación.....	113
4.2.	Estudios De Costos.....	113
4.2.1.	Materia Prima.....	114
4.2.2.	Mano de Obra Directa.....	114

		115
4.2.3.	Costos Directos de Fabricación.....	115
4.2.4	Costos de Producción Proyectados.....	116
4.2.5.	Determinación del Costo de Venta Unitario.....	117
4.2.6.	Determinación del precio de Venta Unitario.....	117
4.2.7.	Presupuesto de Venta.....	118
4.2.8.	Presupuesto de Costos de Exportación.....	118
4.2.9.	Presupuesto de los Gastos de Administrativos.....	122
4.2.10.	Presupuesto de los Gastos Generales.....	123
4.2.11.	Presupuesto de Gatos de Ventas.....	123
4.2.12.	Presupuesto de Flujo de Caja.....	124
4.3.	El Valor Actual Neto.....	125
4.4.	La Tasa Interna De Retorno.....	127
4.5.	Relación Beneficio – Costo.....	130
4.6	Rentabilidad De Cada Año.....	131
	CAPÍTULO V	
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	132
5.1.	CONCLUSIONES.....	132
5.2	RECOMENDACIONES.....	133
	RESUMEN.....	134
	SUMMARY.....	135
	BIBLIOGRAFÍA.....	136
	ANEXOS.....	137

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	Título	Pág.
1	Filosofía Institucional.....	44
2	Organigrama Estructural Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A.	51
3	Organigrama de Posición Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A.	52
4	Comercio Ecuador-Colombia.....	66
5	Volumen de Exportaciones de Artículos de Cuero.....	67
6	Principales Departamentos Exportadores de Derivador de Cuero.....	67
7	Fuerza de Trabajo Disponible por Edades.....	69
8	Ruta-Origen-Destino.....	79
9	Fluograma del Proceso de Curtiembre.....	101
10	Cadena de Valor del Cuero.....	103

ÍNDICE DE IMÁGENES

No.	Título	Pág.
1	Logotipo.....	49
2	Mapa de Colombia.....	60
3	Selección del Embalaje.....	80
4	Tipo de Embalaje.....	81
5	Uso de Contenedores.....	82
6	Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A.....	85
7	Zonas.....	99
8	Media Piel.....	100
9	Desfaldado.....	100
10	Hoja Desfaldada.....	100

XI

ÍNDICES DE TABLAS

No.	Título	Pág.
1	Provincias Productoras de Cuero y Pieles	37
2	Países Importadores de Pieles	38
3	Identidad Empresarial.....	40
4	Contextualización de la Empresa.....	41
5	Tipos de Cueros y Pieles.....	56
6	Principales Demandantes de Cuero.....	57
7	Principales Productos de Exportación e Importación.....	65
8	Partida Arancelaria.....	70
9	Descripción del Producto a Exportar.....	70
10	Empresas Dedicadas a la Promoción del Cuero.....	72
11	Precios de la Competencia.....	74
12	Oferta de Cuero Terminado en Piezas de 4,5 m ²	89
13	Resumen de la Oferta de Cuero Terminado en Piezas de 4,5 m ²	89

XII

14	Calculo de la Proyección de la Oferta de Cuero Terminado en Piezas de 4,5 m ²	89
15	Proyección de Cuero Terminado en Piezas de 4,5 m ²	90
16	Demanda Histórica de Cuero Terminado en Piezas de 4,5 m ² en la Ciudad de Bogotá.....	91
17	Cálculo para la Demanda Proyectada de Cuero Terminado en Piezas de 4,5 m ² en la Ciudad de Bogotá.....	91
18	Demanda Proyectada de Cuero Terminado en Piezas de 4,5m ² en la Ciudad de Bogotá.....	92
19	Demanda Insatisfecha de Cuero Terminado en Piezas de 4,5 m ²	93
		XII
20	Capacidad Instalada para Producción de la Planta.....	93
21	Código.....	106
22	Inversión.....	114
23	Costo de Materia Prima.....	115
24	Costo de Mano de Obra.....	115
25	Costo Directo de Fabricación.....	115
26	Proyección de los Costos.....	116
27	Resumen de Costo Proyección de los Costos.....	117
28	Determinación del Costo de Ventas Unitario.....	117
29	Precios de Venta Unitario.....	118
30	Presupuesto de Ventas.....	118
31	Presupuesto Costos de Exportación.....	119
32	Resumen Presupuesto Costos de Exportación.....	122
33	Presupuesto de los Gasto Sueldo.....	122
34	Presupuesto de Gastos Generales.....	123
35	Presupuesto de Gastos de Transporte.....	123
36	Presupuesto de Flujo de Caja.....	124

37	Calculo del VAN.....	127
38	Calculo de La TIR.....	129
39	Relación Beneficio – Costo.....	130
40	Utilidad Neta.....	131
41	Rentabilidad de Cada Año Utilidad Sobre las Ventas.....	131

XIII

ÍNDICE DE ANEXOS

No.	Título	Pág.
1	Análisis FODA.....	137
2	Estructura Financiera.....	141
3	Origen de Embarque.....	154
4	Declaración Aduanera Única.....	155
5	Cuadro de Amortización de Préstamos.....	156

XIV

XIV

INTRODUCCIÓN

Las pieles y el cuero fabricados a partir de pellejos curtidos de animales se utilizan desde hace miles de años para confeccionar prendas de vestir. La industria de la piel y el cuero sigue siendo importante en la actualidad. Con las pieles se fabrican gran variedad de prendas exteriores, como abrigos, chaquetas, sombreros, guantes y botas, así como adornos para otros tipos de prendas. El cuero se utiliza para confeccionar prendas y puede emplearse en la fabricación de otros productos, como la tapicería para automóviles y muebles, y una amplia gama de artículos de piel, como correas de reloj, bolsos y artículos de viaje. El calzado es otro producto tradicional del cuero.

Las principales fuentes de cuero son el ganado vacuno, los cerdos, los corderos y las ovejas. En 1990, Estados Unidos era el principal productor de cueros y pieles de origen bovino. Otros importantes productores son Alemania, Argentina, Australia, China, Francia, e India. Los principales productores de pieles de cerdo son China, Europa Oriental y la antigua URSS.

El curtido es el proceso químico mediante el cual se convierten los pellejos de animales en cuero. El término cuero designa la cubierta corporal de los grandes animales (por ejemplo, vacas o caballos), mientras que piel se aplica a la cubierta corporal de animales pequeños (por ejemplo, ovejas). Los cueros y pieles son en su mayor parte subproductos de mataderos, aunque también pueden proceder de animales fallecidos de muerte natural.

Las curtidurías están situadas generalmente cerca de las zonas de cría de ganado; sin embargo, los cueros y pieles pueden prepararse y transportarse antes del curtido, por lo que la industria está muy esparcida. El proceso de curtido consiste en reforzar la estructura proteica del cuero creando un enlace entre las cadenas de péptidos.

El cuero consta de tres capas: epidermis, dermis y capa subcutánea. La dermis comprende aproximadamente un 30 a un 35 % de proteína, que en su mayor parte es colágeno, siendo el resto agua y grasa. La dermis se utiliza para fabricar la piel después de eliminar las demás capas con medios químicos y mecánicos. En el proceso de curtido se emplean ácidos, álcalis, sales, enzimas y agentes curtientes para disolver las grasas y las proteínas no fibrosas y para enlazar químicamente las fibras de colágeno entre sí.

En este contexto, la Tesis se plantea a través de cuatro Capítulos.

El Primer Capítulo trata sobre las Generalidades del Comercio Internacional, las Exportaciones, los Términos del Comercio Internacional y la industria del cuero.

El Segundo Capítulo, hace referencia al objeto de estudio, esto es la Compañía Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., detallando su historia, la filosofía institucional, la estructura administrativa y financiera, entre otros.

El Tercer Capítulo. Plan de Exportación de Cuero Terminado a la Ciudad de Bogotá, se presenta en el Tercer Capítulo, detallando cada fase que se debe realizar para exportar.

El Cuarto Capítulo. Ese es Estudio Económico Financiero del Plan de Exportación

Finalmente, en el Quinto Capítulo se presenta las conclusiones a las que se llegó a través de la investigación y las recomendaciones sugeridas para que el Plan de Exportación tenga éxito.

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES

1.1. El Comercio Internacional.

1.1.1. Introducción.

La importancia del buen desempeño de las relaciones internacionales en el desarrollo, político, comercial, cultural a nivel mundial es primordial hoy en día para el logro del desarrollo integral de las naciones.

No hay una sola nación que pueda considerarse autosuficiente así misma y que no necesite del concurso y apoyo de los demás países, aún las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen y que por medio de las negociaciones y acuerdos mundiales suplen sus necesidades y carencias en otras zonas.

Las condiciones climatológicas propias de cada nación la hacen intercambiar con zonas donde producen bienes necesarios para la supervivencia y desarrollo de áreas vitales entre naciones. El desarrollo del comercio internacional hace que los países prosperen, al aprovechar sus activos producen mejor, y luego intercambian con otros países lo que a su vez ellos producen mejor.

Para conocer cómo se desarrolló el Comercio Internacional, es necesario referirse a una serie de acontecimientos, los más importantes de un largo proceso que se remonta hasta los albores de la época medieval, cuando en Europa prevalecía la economía agraria basada en el autoconsumo y los intercambios, que se efectuaban con metales preciosos u otros bienes, los cuales eran tan insignificantes que, de hecho la actividad comercial no ocupaba un lugar destacado en la economía. No fue sino hasta mediado del siglo XV e inicios del

XVI, cuando el paso de naciones completamente fragmentadas en feudo, sin un poder central; a naciones unificadas como España y Portugal por ejemplo, con un poder central fuerte; fue de excepcional importancia para el advenimiento del mercantilismo.

El ensanchamiento del mundo, gracias al descubrimiento de nuevas tierras y rutas, amplió la perspectiva de los gobernantes de la época y dio lugar a la formación de imperios coloniales, por ejemplo el portugués y el español. Con las exploraciones y primeras factorías y zonas de colonización de ambos países ibéricos, se inició una fuerte recuperación no solo del comercio europeo, sino que al propio tiempo el verdadero comercio mundial. Sin embargo, aun con el control de extensos territorios (España) o factorías (Portugal), las dos naciones ibéricas no supieron o no pudieron convertirse en verdaderas metrópolis comerciales e industriales.

Razones de carácter histórico - monárquicas hicieron surgir a una nueva potencia comercial: Holanda, cuya capital Amsterdam pasó constituirse en el primer centro del comercio mundial donde inclusive, se creó el primer banco comercial de la historia (el "Banco Amsterdam") y en donde ya desde 1561 funcionaba la primera Bolsa de Valores.

Por otra parte, el deseo de enriquecimiento por parte de las naciones europeas se hacía cada vez más evidente, y no sólo tomó la forma de la fuga masiva de oro de las colonias sino que se hacía realidad por medio de imposiciones de países ajenos a la madre patria, veda a la exportación de materias, precios bajos a exportaciones coloniales, impuestos excesivos, etc. Esta situación marginante y deprimente en contra del beneficio de las colonias no podía prevalecer, lo que a la postre llevó a la independencia de la mayor parte de ellas.

En el presente trabajo desarrollaremos el Comercio Internacional, principalmente tomado en cuenta: Su definición, causas, origen, ventajas, organismos

relacionados, financiamiento internacional, etc., así como los principales acuerdos mundiales que rigen esta actividad.

1.1.2. Concepto.

La Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL) conceptúa al Comercio Internacional como: “La relación entre las empresas transnacionales y la inversión extranjera directa, así como el comercio que se realiza entre las empresas subsidiarias de una misma empresa transnacional. El comercio internacional es la expresión de la integración internacional de la producción, como resultado de las decisiones de las empresas transnacionales acerca de la localización de sus actividades productivas en diferentes regiones del globo.”

“Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante; el comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles.” Wikipedia. Enciclopedia Libre.

El Diccionario de Vocablos de Comercio Exterior, dice: “Es el Intercambio de bienes o servicios entre personas de distintos países. La diferencia esencial entre el comercio dentro de las fronteras nacionales y el comercio internacional es que este último se efectúa utilizando monedas diferentes y está sujeto a regulaciones adicionales que imponen los gobiernos: aranceles, cuotas y otras barreras aduaneras.

En el comercio internacional se benefician tanto la nación que vende, o exporta, como la que compra, o importa: ello sucede, al igual que en el comercio interno, porque cada una posee ventajas comparativas particulares que se traducen en

costos comparativos diferentes. Al incremento del comercio exterior, por lo tanto, hay que atribuir una buena parte del crecimiento económico contemporáneo.

En este sentido, se puede deducir que el Comercio Internacional es: “El intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países.”¹

1.1.3. Causas del Comercio Internacional.

Al analizar la economía debemos de revisar la dimensión que trasciende las fronteras de un país, es decir, la que aborda los problemas económicos con fines internacionales.

La importancia que tienen las relaciones internacionales en el campo comercial, político o cultural ha alcanzado, a nivel mundial, un profundo significado, a tal grado que no se puede hablar tan sólo intercambio de bienes sino de programas de integración.

La economía internacional plantea el estudio de los problemas que plantean las transacciones económicas internacionales, por ende cuando hablamos de economía internacional es vincular con los factores del comercio internacional.

Comercio internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países.

Los datos demuestran que existe una relación estadística indudable entre un comercio más libre y el crecimiento económico. La teoría económica señala convincentes razones para esa relación. Todos los países, incluidos los más

¹ Concepto de la Autora

pobres, tienen activos humanos, industriales, naturales y financieros que pueden emplear para producir bienes y servicios para sus mercados internos o para competir en el exterior. La economía nos enseña que podemos beneficiarnos cuando esas mercancías y servicios se comercializan. Dicho simplemente, el principio de la "ventaja comparativa" significa que los países prosperan, en primer lugar, aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor, y después intercambiando estos productos por los productos que otros países producen mejor.

El comercio internacional obedece a dos causas:

- a) Distribución irregular de los recursos económicos
- b) Diferencia de precios, la cual a su vez se debe a la posibilidad de producir bienes de acuerdo con las necesidades y gustos del consumidor.²

1.1.4. Origen del Comercio Internacional.

Los orígenes del comercio se remontan a finales del Neolítico, cuando se descubrió la agricultura. Al principio, la agricultura que se practicaba era una agricultura de subsistencia, donde las cosechas obtenidas eran las justas para la población dedicada a los asuntos agrícolas. Sin embargo, a medida que iban incorporándose nuevos desarrollos tecnológicos al día a día de los agricultores, como por ejemplo la fuerza animal, o el uso de diferentes herramientas, las cosechas obtenidas eran cada vez mayores. Así llegó el momento propicio para el nacimiento del comercio, favorecido por dos factores:

- a) Las cosechas obtenidas eran mayores que la necesaria para la subsistencia de la comunidad.
- b) Ya no era necesario que toda la comunidad se dedicara a la agricultura, por lo tanto parte de la población empezó a especializarse en otros asuntos, como la alfarería o la siderurgia.

² TACSAN CHEN, Rodolfo. "Comercio Internacional". 1a. Edición San José, Costa Rica. EUNED. 2008

Por lo tanto, los excedentes de las cosechas empezaron a intercambiarse con otros objetos en los que otras comunidades estaban especializadas. Normalmente estos objetos eran elementos para la defensa de la comunidad (armas), depósitos para poder transportar o almacenar los excedentes alimentarios (silos, etc.), nuevos utensilios agrícolas (azadas de metal), o incluso más adelante objetos de lujo (espejos, pendientes, etc.). Este comercio primitivo, no solo supuso un intercambio local de bienes y alimentos, sino también un intercambio global de innovaciones científicas y tecnológicas, entre otros, el trabajo en hierro, el trabajo en bronce, la rueda, el torno, la navegación, la escritura, nuevas formas de urbanismo, etc.. En la Península Ibérica este periodo se conoce como el “Orientalizante”, por las continuas influencias recibidas de Oriente. En este momento es cuando surge la cultura ibérica.

Además del intercambio de innovaciones, el comercio también propició un paulatino cambio de las sociedades. Ahora la riqueza podía almacenarse e intercambiarse. Empezaron a aparecer las primeras sociedades capitalistas tal como las conocemos hoy en día, y también las primeras estratificaciones sociales. En un inicio las clases sociales eran simplemente la gente del poblado y la familia del dirigente. Más adelante aparecieron otras clases sociales más sofisticadas como los guerreros, los artesanos, los comerciantes, etc.

En sí, se puede decir que el origen del Comercio Internacional se encuentra en el intercambio de riquezas o productos de países tropicales por productos de zonas templadas o frías. Conforme se fueron sucediendo las mejoras en el sistema de transporte y los efectos del industrialismo fueron mayores, el comercio internacional fue cada vez mayor debido al incremento de las corrientes de capital y servicios en las zonas más atrasadas en su desarrollo.

1.1.5. Ventajas del Comercio Internacional.

EL comercio internacional permite una mayor movilidad de los factores de producción entre países, dejando como consecuencia las siguientes ventajas:

- a) Cada país se especializa en aquellos productos donde tienen una mayor eficiencia lo cual le permite utilizar mejor sus recursos productivos y elevar el nivel de vida de sus trabajadores.
- b) Los precios tienden a ser más estables.
- c) Hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente y no sean producidos.
- d) Hace posible la oferta de productos que exceden el consumo a otros países, en otros mercados. (Exportaciones)
- e) Equilibrio entre la escasez y el exceso.
- f) Los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional.
- g) Por medio de la balanza de pago se informa que tipos de transacciones internacionales han llevado a cabo los residentes de una nación en un período dado.

1.1.6. Barreras al Comercio Internacional.

Para corregir los desequilibrios de la balanza de pagos, los gobiernos tratarán, lógicamente, de fomentar las exportaciones. Pero para ello, en algunos casos, se sentirán tentados a utilizar medidas perjudiciales para el resto de los países, por lo que pueden provocar reacciones indeseables. Además, siempre está la tentación de establecer barreras a las importaciones.

Hay varios tipos de barreras a las importaciones.

- a) Los contingentes son barreras cuantitativas: el gobierno establece un límite a la cantidad de producto otorgando licencias de importación de forma restringida.

- b) Los aranceles son barreras impositivas: el gobierno establece una tasa aduanera provocando una subida en el precio de venta interior del producto importado con lo que su demanda disminuirá.
- c) Las barreras administrativas: son muy diversas, desde trámites aduaneros complejos que retrasan y encarecen los movimientos de mercancías, hasta sofisticadas normas sanitarias y de calidad que, al ser diferentes de las del resto del mundo, impidan la venta en el interior a los productos que no hayan sido fabricados expresamente para el país.

Los acuerdos internacionales para derribar estas barreras no servirán de nada si no hay una voluntad liberalizadora clara y firme. La imaginación de los dirigentes políticos podrá siempre descubrir nuevos métodos "no prohibidos" de dificultar las importaciones. La barrera más reciente y sofisticada de las ideadas hasta ahora son las auto restricciones concertadas como las acordadas entre los Estados Unidos y el Japón en virtud de las cuales éste último país limita voluntariamente la cantidad de productos que envía a los americanos.

Los instrumentos de fomento a la exportación son de varios tipos: comerciales, financieros y fiscales.

- a) Los gobiernos prestan apoyo comercial a sus exportadores ofreciéndoles facilidades administrativas, servicios de información y asesoramiento e incluso promocionando directamente los productos originados en el país mediante publicidad, exposiciones y ferias internacionales.
- b) Las ayudas financieras a la exportación son principalmente los préstamos y créditos a la exportación, frecuentemente con tipos de interés muy bajo, y los seguros gubernamentales que cubren los riesgos empresariales incluso el riesgo derivado de perturbaciones políticas o bélicas. Entre las ayudas financieras hay que incluir las medidas de tipo monetario que actúan sobre el

tipo de cambio haciendo que los productos nacionales resultan más baratos en el extranjero.

- c) Los instrumentos fiscales consisten en las desgravaciones fiscales, la devolución de impuestos y las subvenciones directas. Estos instrumentos son los menos aceptados internacionalmente ya que pueden conducir a situaciones de dumping, a que el producto se venda en el extranjero a un precio inferior al nacional e incluso a precios inferiores a su coste.

En los últimos años se han multiplicado las denuncias contra el dumping ecológico y social. Se denomina dumping ecológico a las exportaciones a precios artificialmente bajos que se consiguen con métodos productivos muy contaminantes y perjudiciales para el medio ambiente. Se denomina dumping social a las exportaciones a precios artificialmente bajos que se consiguen mediante trabajadores mal pagado o esclavizado, trabajo infantil, trabajo de presos, etc.

Si no existieran barreras a las importaciones ni ayudas artificiales a las exportaciones, los movimientos internacionales de bienes y servicios se producirían exclusivamente por razones de precio y calidad. Esa es, en el fondo, la única forma sostenible de mejorar la posición internacional y la relación real de intercambio de un país: conseguir producir con mayor eficacia, más calidad, a menor coste.

1.1.7. Organismos Internacionales.

1. **Banco Mundial.**- Fundado en 1944, se compone de cinco instituciones afiliadas. Su misión es combatir la pobreza para obtener resultados duraderos y ayudar a la gente a ayudarse a sí misma y al medio ambiente que la rodea, suministrando recursos, entregando conocimientos, creando capacidad y forjando asociaciones en los sectores públicos y privados. Con sede en la ciudad de Washington, el Banco tiene oficinas en 100 países,

y cuenta con 8.168 empleados en la sede y 2.545 en el exterior. James Wolfensohn es el Presidente de las cinco instituciones del Grupo del Banco Mundial.

2. **Fondo Monetario Internacional (FMI)**, Se trata de una institución de cooperación en la cual han ingresado voluntariamente una gran cantidad de países porque reconocen las ventajas de poder consultar con los demás países en el foro del fondo a fin de mantener un sistema estable de compra y venta de sus respectivas monedas.

Actualmente los objetivos perseguidos por el FMI son facilitar la cooperación internacional, promover la estabilidad cambiaria y regímenes de cambios ordenados, ayudar al establecimiento de un sistema multilateral de pagos y a la eliminación de las restricciones cambiarias y ayudar a sus miembros al proporcionar temporalmente recursos financieros para que corrijan desajustes de sus balanzas de pagos.

1.1.8. Acuerdos Comerciales.

- **Mercado Común del Sur – MERCOSUR.**- Las raíces del MERCOSUR son los acuerdos firmados entre Argentina y Brasil en la declaración de Iguazú en 1985. La fase de integración se consolidó en 1998 con la firma del Tratado de Integración Cooperación y Desarrollo cuyo objetivo plantea la creación de un área económica común en un período de diez años; también se incluyó temas tales como: armonización de políticas sectoriales y la necesidad de coordinar políticas monetarias, fiscales, cambiarias y de capital.
- **Comunidad del Caribe – CARICOM.**- Organización establecida para promover la unidad regional y coordinar la política económica y exterior en el Caribe. Fundada el 4 de julio de 1973 por el Tratado de Chaguaramas (Venezuela), la CARICOM sustituyó a la Asociación Caribeña de Libre Mercado, que había sido creada en 1965. Los miembros de plenos derechos

son: Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas y Trinidad y Tobago. Las Islas Vírgenes británicas y las Islas Turks y Caicos son miembros asociados.

La sede de la CARICOM se encuentra en Georgetown, Guyana. La Comunidad del Caribe desarrolla tres actividades principales:

- a) La cooperación económica a través del mercado Común del Caribe,
 - b) La coordinación de la política exterior, y
 - c) La colaboración en áreas tales como agricultura, industria fiscal.
- **Mercado Común Centro Americano – MCCA.-** Organización supranacional de ámbito regional creada mediante el tratado de Managua de 1960 para lograr la integración económica entre Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica; que firmó el tratado en 1962.

El Mercado Común permite el libre comercio para la mayoría de los productos procedentes de los estados signatarios, establece regímenes especiales de intercambio para algunas mercancías y comprende los siguientes instrumentos de integración económica:

- Tratado Multilateral de Libre Comercio de Integración Económica Centroamericano.
- Convenio Centroamericano sobre Equiparación de Gravámenes a la Importación y su Protocolo sobre Preferencia Arancelaria Centroamericana.
- Tratados Bilaterales de libre comercio e integración económica suscritos entre gobiernos centroamericanos.
- Tratado de Asociación Económica firmado por Guatemala, El Salvador y Honduras.

El Mercado Común Centroamericano consta de los siguientes organismos: El Consejo Económico Centroamericano, el Consejo Ejecutivo y la Secretaría Permanente con sede en la ciudad de Guatemala.

- **Asociación Latinoamericana de Integración – ALADI.-** Es un organismo intergubernamental que, promueve la expansión de la integración de la región a fin de asegurar su desarrollo económico y social y tiene como objeto final el establecimiento de un mercado común. La ALADI se fundó en 1981 en sustitución de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio ALANC, creada veinte años antes, con el fin de ayudar a los miembros de menos recursos, la ALADI introdujo un programa de Preferencia Arancelaria Regional (PAR), organizado según el grado de desarrollo económico de cada país, clasificados en más desarrollados, intermedios y menos desarrollados. De esa forma esperaba fomentar la expansión mutua de los mercados y del comercio; y promover la solidaridad y la amistad.
- **Sistema de Preferencias Andinas – SPA.-** La Comunidad Andina es una organización subregional con personería jurídica internacional constituida por los países de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela y compuesto por los órganos e instituciones del (SAI) Sistema Andino de Integración. Agrupa a más de 109 millones de habitantes en una superficie de 4.700.00 kilómetros cuadrados y su Producto Bruto Interno asciende a más de 292 mil millones de dólares.

Los principales objetivos de la Comunidad Andina (CAN) son:

- a) Promover el desarrollo equilibrado y armónico de sus países miembros en condiciones de equidad;
- b) Acelerar el crecimiento por medio de la integración y la cooperación económica y social; y,
- c) Impulsar la participación en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano y procurar un mejoramiento persistente en el nivel de vida de sus habitantes.³

- **Área de Libre Comercio de las Américas – ALCA.-** Durante la Cumbre de las Américas, celebrada en diciembre de 1994 en Miami, los Presidentes de los 34 países democráticos de América acordaron iniciar la promoción y constitución del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), con el propósito de conformar una zona de libre comercio que abarque todo el continente y favorezca la eliminación progresiva de las barreras comerciales y de inversión en la región.

El fin orientador del ALCA es el logro de mayor bienestar y progreso para todos los ciudadanos americanos, como parte de una visión integral del futuro político, económico y social del Continente. Cuatro principios fundamentales orientan el ALCA:

- a) Preservar y fortalecer la comunidad democrática de las Américas.
- b) Promover la prosperidad a través de la integración económica y el libre comercio.
- c) Erradicar la pobreza y la discriminación en el hemisferio.
- d) Garantizar el desarrollo sostenible y conservar el medio ambiente para las generaciones futuras.

- **Unión Europea – UE.-** La Unión Europea es la primera potencia comercial, pues representa el 20% de las importaciones y exportaciones mundiales.

La liberalización del comercio entre sus Estados miembros fue clave en el éxito de la UE, constituida hace ya casi 50 años. La Unión es, por tanto, un protagonista esencial en los esfuerzos por liberalizar el comercio mundial en beneficio tanto de los países ricos como de los pobres.

El incremento del comercio impulsa el crecimiento mundial, lo que favorece a todos. Los consumidores disponen de una gama más amplia de productos. La competencia entre los productos locales y los importados hace que desciendan los precios y aumente la calidad. La liberalización del comercio

permite que los productores más eficientes compitan en condiciones de equidad con sus competidores de otros países, cuyos Gobiernos deben reducir los derechos de importación que protegen a las empresas nacionales.

- **Organización Mundial del Comercio – OMC.-** La Organización Mundial del Comercio (OMC) representa el principal foro internacional de negociaciones comerciales. En el marco de esta organización se definen normas y estándares que rigen el comercio internacional. Con la admisión de la República Popular China en noviembre pasado, la OMC agrupa en la actualidad a 144 países y territorios económicos.

1.1.9. Acuerdos Comerciales (ECUADOR – COLOMBIA)

- **Acuerdo de Complementación Económica MERCOSUR y Colombia.-** El Tratado de Libre Comercio entre Colombia, Ecuador y Venezuela (países de CAN) y Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay (miembros del MERCOSUR) entró en vigencia el primero de abril de 2004. Este Acuerdo impulsa la libre circulación de bienes y servicios y la eliminación de las restricciones arancelarias y no arancelarias, con lo cual, se esperan incrementos sustanciales en las exportaciones colombianas.

Las Partes firmantes conforman una Zona de Libre Comercio a través de un Programa de Liberación Comercial, que se aplicará a los productos originarios y procedentes de los territorios de las partes signatarias. Dicho programa consiste en desgravaciones progresivas y automáticas, aplicables sobre los aranceles vigentes para la importación de terceros países en cada parte signataria, al momento de la aplicación de las preferencias de conformidad con lo dispuesto en sus legislaciones.

- **Comunidad Andina de Naciones.-** El esquema de integración económica más importante para Colombia es el de la CAN que funciona bajo el amparo de la ALADI. En virtud de este Acuerdo, Colombia tiene libertad de intercambio comercial con Bolivia, Ecuador y Perú, países miembros de la CAN.

- **Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico.**- llamado también Club del Pacífico. Esta es una asociación no gubernamental conformada por los más importantes empresarios de países con costas sobre el Pacífico, cuyo propósito es el de incrementar el mutuo conocimiento, el flujo de negocios e inversión, la cooperación económica, la transferencia de la tecnología y el turismo, entre otros.

1.1.10. Libre Comercio o Proteccionismo.

Los intereses comerciales ahora se basaban sobre todo en las mayores facilidades para la importación y exportación. Pero mientras la exportación era favorable al desarrollo rural, la libre introducción de mercaderías oponía un obstáculo insalvable al desarrollo y mantenimiento de las industrias nacionales los gobiernos centrales tuvieron conciencia del problema e intentaron elevar los aranceles aduaneros a la importación para proteger los productos nacionales, pero esta política escollo el clamor de los comerciantes ingleses. Consecuencia de esta presión y de la falta de unidad y criterio de los escasos industriales para defender el proteccionismo, habría de ser el triunfo del sistema de libre cambio, que fue más una consecuencia de las circunstancias y condicionamientos exteriores que el resultado de una adhesión doctrinaria.

Las necesidades de la guerra origino fábricas de pólvora, fusiles y cañones en la modesta escala en que se desarrollaba la guerra misma, pero mucho más importante es que agravo la escasez de mano de obra por el reclutamiento de hombres libres y por la manumisión de esclavos por el servicio de guerra. También la guerra insumía casi todos los capitales disponibles. Los impuestos llegaron a niveles desconocidos en la época hispánica, los empréstitos se sucedían y se satisfacían de manera más o menos compulsiva y las contribuciones forzosas desarticulaban más de una empresa comercial o un establecimiento rural. El problema de las cargas impositivas se constituyó en uno de los grandes temas económicos de la época, sin que la realidad aportase ninguna solución.

1.1.11. Modalidades de Comercio.

El comercio para hacer frente a los cambios en materia económica, tecnológica y de interacción humana etc. ha tenido que adaptarse a los distintos cambios y modelos llevados a cabo por el hombre y es así como surgen las Modalidades de Comercio, que son las representaciones más comunes de las distintas formas en las que se lleva a cabo el intercambio de bienes y servicios. Entre estas modalidades tenemos al:

- a. Comercio Internacional de Bienes y Servicios.
- b. El Comercio Compensado.
- c. El Comercio Administrado, a través de contratos adelantados o forwards, donde el comprador se compromete a pagar en una fecha futura determinado el precio acordado por un bien o servicio.

1.2. Las Exportaciones.

1.2.1. Definición.

Existen muchas definiciones asociadas con este término. Como se explica en algunos casos, la exportación es simplemente la salida de un producto de un determinado país con destino a otro, atravesando las diferentes fronteras o mares que separan las naciones. Pero si vamos a un concepto mucho más técnico, la exportación, según la Aduana Ecuatoriana, es considerada como la salida de mercancías del territorio aduanero nacional hacia una nación extranjera o una zona franca industrial de bienes y/o servicios para permanecer en ella de manera definitiva.

A fin de comprender el concepto, lo deducimos de la siguiente manera:

- Primero, este concepto es tomado directamente de la definición que de exportación tiene la aduana ecuatoriana. Según la legislación aduanera, el territorio aduanero nacional es considerado como el espacio en el cuál se

encuentra ubicado el país incluyendo sus fronteras, tanto marítimas, como aéreas, como geoespaciales. Por tanto todo lo que comprende nuestro territorio es considerado como el territorio aduanero nacional. Ahora bien, en el término es claro que remite directamente a la salida de mercancías hacia una nación extranjera o una zona franca industrial de bienes y servicios.

- ¿Por qué esa distinción?: Precisamente porque la Zona Franca es considerada como un área extraterritorial dentro del territorio aduanero nacional, por tanto la Zona Franca es considerada como otro país dentro del país. Una Zona Franca recibe productos del exterior y en el momento en que los recibe es como si todavía permaneciera en el país de origen. Solamente hasta cuando esta mercancía sale de la Zona Franca, se convierte en una importación y por tanto requiere un proceso de nacionalización. En el caso de la exportación simplemente cuando el producto entra a la Zona Franca es como si entrara a otro país y por tanto recibe el mismo tratamiento aduanero que recibiera si entrara en un puerto.
- Debido a que la exportación puede presentarse de diversas maneras existen diferentes modalidades con las cuales puede asociarse el tipo de envío de mercancía que se desea realizar. Algunas de las modalidades más importantes en la legislación ecuatoriana son:
 1. **Exportación Definitiva:** Es el despacho en diferentes envíos y con diferentes documentos de transporte de mercancías amparadas en el documento que acredite la operación que dio lugar a la exportación. En este caso el ejemplo más concreto es la salida de mercancías bajo un contrato mensual donde se le garantiza al importador que se le cumplirá con la entrega del producto en diferentes envíos pero respondiendo a un solo contrato o factura comercial.
 2. **Exportación Temporal para el Perfeccionamiento Pasivo:** Es la modalidad de exportación que regula la salida temporal de mercancías nacionales o nacionalizadas del territorio aduanero nacional, para ser sometidas a transformación, elaboración, o reparación en el exterior o en una Zona Franca

Industrial de Bienes y de Servicios, debiendo ser reimportadas dentro del plazo que la Aduana autorice para cada caso antes de su exportación.

- 3. Exportación Temporal para reimportación en el mismo estado:** Es la modalidad de exportación que regula la salida temporal de mercancías nacionales o nacionalizadas del territorio aduanero nacional, para atender una finalidad específica en el exterior, en un plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, con excepción del deterioro normal originado en el uso que de ella se haga. El ejemplo más claro para esta modalidad es la salida de productos que van a ser expuestos en una feria internacional, simplemente la mercancía sale para cumplir una finalidad específica y solo se tiene en cuenta el desgaste de la misma en el exterior.
- 4. Reexportación:** La reexportación es la modalidad de exportación que regula la salida definitiva del territorio aduanero nacional de mercancías que estuvieran sometidas a una modalidad de importación temporal o a la modalidad de transformación y ensamble. También podrán declararse por esta modalidad los bienes de capital o sus partes, que encontrándose importados temporalmente, deban salir para ser objeto de reparación o reemplazo en el exterior o en una zona franca Industrial de bienes y servicios. Simplemente esta modalidad puede expresarse como la común maquila con la cual transformo o elaboro algún producto o realizo parte de la operación de Producción en Ecuador, con el fin de enviarlo nuevamente al exterior en un plazo determinado.
- 5. Reembarque:** Es la modalidad de exportación que regula la salida del territorio aduanero nacional de mercancías procedentes del exterior que se encuentren en almacenamiento y respecto de las cuales no haya operado el abandono legal ni hayan sido sometidas a ninguna modalidad de importación. No podrá autorizarse el reembarque de sustancias químicas controladas por el Consejo Nacional de Estupefacientes. En esta modalidad puede darse el caso de traer un producto del exterior, pero no coincidir con las características

del producto así que se reenvía nuevamente al país de origen o a otro país donde pueda ser utilizado.

- 6. Exportaciones Temporales Realizadas por Viajeros:** Serán objeto de esta modalidad de exportación las mercancías nacionales o nacionalizadas que lleven consigo los viajeros que salgan del país y que deseen reimportarlas a su regreso en el mismo estado, sin pago de tributos al momento de la entrada, por ser de carácter temporal. Los elementos personales que lleve el viajero no serán considerados para ser declarados. Las personas que deseen exportar bienes que formen parte del patrimonio histórico, artístico o cultural de la nación, o de la flora y fauna ecuatoriana, deberán cumplir con los requisitos previstos para la exportación de esta clase de mercancías por las autoridades competentes. En este caso los viajeros pueden o volver con lo que se fueron o dejarlo en el otro país pero debe modificar la declaración.
- 7. Exportación de Menajes:** Serán objeto de esta modalidad de exportación los menajes de los residentes en el país que salen del territorio aduanero nacional para fijar su residencia en el exterior. Para tal efecto, la persona que realiza en este caso como un "trasteo" o traslado de sus cosas a otro país, debe presentar ante la Aduana con las mercancías una relación en que indique la cantidad y la descripción de lo que se está llevando. Esta operación de exportación de menajes requiere la presentación de la declaración simplificada de exportación treinta (30) días calendario antes de la fecha de salida de la persona hacia el exterior o ciento veinte (120) días calendario después de haber viajado.
- 8. Programas Especiales de Exportación:** Programa Especial de Exportación - PEX - es la operación mediante la cual un residente en el exterior compra materias primas a un productor residente en Ecuador, disponiendo su entrega a otro productor tan bien residente en el territorio aduanero nacional, quien se obliga a laborar y exportar el bien manufacturado a partir de dicha materia prima, según las instrucciones que reciba del comprador externo.

9. Exportación de Servicios: Es la modalidad bajo la cual un servicio es exportado a otro país sin la necesidad de movilizar personas para suministrar el servicio, por tanto lo que viaja es el servicio. El caso o el ejemplo más claro es el tele mercadeo, los call centers, la interconexión eléctrica entre Colombia y Ecuador.

10. Movimiento de personas: Es la modalidad bajo la cual para prestar el servicio se tiene que desplazar el personal de manera temporal mientras cumple la función que va a desarrollar en el exterior. El ejemplo es lo que se refiere a consultoría o capacitación en el exterior.

11. Movimiento de consumidores: Es la modalidad bajo la cual para prestar el servicio, la persona del exterior tiene que movilizarse al país local para que se le suministre el servicio. El caso más concreto en este punto es cuando una persona del exterior viene a Ecuador a que se le preste un servicio médico u odontológico.

12. Presencia comercial: Es la modalidad bajo la cual para poder prestar el servicio, la empresa debe establecer una sede o sucursal en el país donde va a prestar el servicio. El ejemplo en este sentido son las empresas del sector financiero y de seguros, que necesariamente para poder operar en el exterior deben establecer la presencia comercial a través de sedes o sucursales.⁴

1.2.2. El Mercado en la Exportación.

La mentalidad del mercadeo consiste en orientar a satisfacer las necesidades de los clientes en vez de producir lo que es más conveniente para el proveedor. Por ejemplo, si nuestra empresa produce calzado negro de alta calidad, pero en el mercado hacia el que está orientada la demanda se inclina por los zapatos marrones de inferior calidad, ¿qué debemos hacer?, pues tendremos que empezar a fabricar y vender lo que el mercado demanda. El mercadeo es importante incluso cuando lo que vendemos es un artículo básico que todo el

⁴ CASTELLOT, Rafael, Exportaciones a la Unión Europea; Ed. Plaza y Valdez, México 2007.

mundo necesita. Y si los productos que producimos no tienen carácter imprescindible, o si el público puede comprar a otros fabricantes, entonces la mentalidad de mercadeo para a ser esencial.

Los problemas de mercadeo se vuelven más complicados cuanto más alejado está el cliente del fabricante y más difícil resulta hacer que el posible comprador se entere de la existencia del producto y de los beneficios que podría aportarle. Entonces es cuando se hace imprescindible el uso de las técnicas de mercadeo para dar a conocer los productos y apoyar el esfuerzo de la venta de los mismos.⁵

1.2.2.1. Satisfacción de los deseos de los Clientes

Los sistemas efectivos de mercadeo se basan en un análisis por parte del exportador de las necesidades y deseos que sus productos van a satisfacer. Los clientes no compran café, compran una bebida caliente y estimulante.

Casi siempre se podrán encontrar productos similares que satisfagan igualmente las necesidades, aunque sean totalmente distintos de nuestro producto en cuanto a su aspecto físico; por ejemplo, el chocolate, el té e incluso los licores, pueden sustituir al café.

El producto en sí es uno de los aspectos de la satisfacción de una necesidad o un deseo. La presentación del producto, el lugar de la venta, la imagen asociada al mismo en la mente del comprador, el envase, la persona que los vende, son otros tantos factores importantes. El producto podría fracasar si no ponemos tanto cuidado en estos aspectos como en la propia fabricación del producto.⁶

1.2.2.2. Variables del Mercadeo

Existen muchas variables en el mercadeo. A continuación reproducimos algunas de estas variables.

⁵ MENDOZA, G. Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios. Servicio Editorial IICA, San José, 2009.

- a) **Producto:** Funciones; diseño básico; cualidades; naturaleza.
- b) **Presentación:** Diseño (colores, detalles, elementos de diseño que inciden en el aspecto de un producto no en su funcionamiento), envase.
- c) **Medios de Comunicación de Mercadeo:** Estimulación de la demanda por medio de diversas técnicas: publicidad, relaciones públicas, ferias y exposiciones y venta personal.
- d) **Canales de Mercadeo:** Son intermediarios a través de los cuales el producto llega al usuario final.
- e) **Distribución Física:** La forma en que almacenamos y transportamos el producto.
- f) **Precios:** Esta variable dependerá en gran medida de los costos, el lugar de venta, el comprador y los precios de la competencia. Cada una de estas variables podrá ser modificada para conseguir la mezcla del mercadeo más adecuado, es decir el marketing mix.

1.2.2.3. Estrategia para el producto de Exportación

Se puede seguir dos estrategias que en sus formas puras pueden llamarse: Estrategia de Diferenciación del Producto y Estrategia de Segmentación del Mercado.

1. Concibe el mercado con mucha amplitud, minimizando la existencia de submercados o segmentos con necesidades y hábitos diferentes y también minimizando las diferencias geográficas dentro de un mismo país o entre países. Aunque esta estrategia reduce los costos de desarrollo y adaptación de productos, requiere un gran esfuerzo promocional para hacer converger una gran disparidad de necesidades, gustos y hábitos hacia el producto exportable.

2. Toma rigurosamente en cuenta la existencia de submercados con cierto grado de homogeneidad. Entonces es necesario adaptar los productos a esos mercados. Comparada con la primera estrategia, se involucran mayores costos de adaptación y desarrollo del producto, pero reduce el costo y objetivos de la estrategia promocional. El trabajo de promoción se orienta más a informar a los consumidores como el producto se adapta a sus necesidades y deseos que a modificar su comportamiento de consumo para adaptarse a la oferta.

1.2.3. Canales de Exportación.

Las maneras más comunes de exportar son la venta a través de intermediarios (exportación indirecta y la exportación directa.

- a. Exportación Indirecta, un intermediario (compañía trading), asume las tareas de encontrar los compradores en el extranjero, enviar los productos y cobrar.
- b. La principal ventaja de la exportación indirecta, es que esta es una manera de penetrar los mercados extranjeros sin tener que enfrentar la complejidad de la exportación directa.
- c. Exportación Directa, el exportador trata directamente con el cliente extranjero. Las ventajas que comporta la exportación directa son: mayor control ejercido sobre todo el proceso de exportación; potencialmente mayores ganancias; relación directa con los mercados y con los clientes.

Este tipo de exportación requiere esfuerzos desde el punto de vista de la organización, sobre todo a medida que las ventas crecen. Es posible que al inicio la empresa trate las ventas nacionales e internacionales de la misma manera, y con el mismo personal. Pero cuando las ventas comienzan a representar un cierto nivel de complejidad por el tipo de producto que se trata, por la cantidad de unidades vendidas o por los montos facturados es necesario diferenciar la administración de las ventas al extranjero de aquellas realizadas al interior del propio país.

Las ventajas de separar el negocio internacional del nacional incluyen la centralización de capacidades especializadas, necesarias para tratar

eficientemente con los mercados extranjeros, particularmente en términos de marketing. La experiencia muestra que el éxito de una compañía en los mercados extranjeros no depende sólo de los atributos de su producto, sino también de su organización y métodos de marketing.

Los canales de distribución más apropiados para la exportación al mercado extranjero incluyen: agentes, distribuidores, minoristas y consumidores finales.

- **Agentes.-** El agente es un "tomador de órdenes de compra". Presenta las muestras, entrega documentación, transmite las órdenes de compra, pero él mismo no compra mercadería. En general trabaja "a comisión", no asume la propiedad de los productos, no asume ninguna responsabilidad frente al comprador y posee la representación de diversas líneas de productos complementarios que no compiten entre ellos; opera bajo un contrato a tiempo determinado renovable según resultados, el cual debe definir territorio, términos de venta, método de compensación, causas y procedimientos de rescisión del contrato, etc. El agente puede operar con o sin exclusividad.
- **Distribuidores.-** El distribuidor es un comerciante extranjero que compra los productos al exportador y los vende en el mercado donde opera. Es regla general que el distribuidor mantenga un stock suficiente de productos y que se haga cargo de los servicios pre y post venta, liberando al productor de tales actividades. Los distribuidores que muy raramente llegan al consumidor final, sirviendo generalmente al mercado minorista suelen completar su oferta con otros productos y/o marcas complementarias, no competitivas entre sí.
- **Minoristas.-** El importante crecimiento comercial de las grandes cadenas minoristas ha creado excelentes oportunidades para este tipo de venta. El exportador contacta directamente a los responsables de compras de dichas cadenas. Se puede apoyar este tipo de venta a través del envío de catálogos, folletos, etc.

Existe hoy en día, a través de la informática, nuevos métodos que posibilitan llegar a un público extraordinariamente numeroso, reduciendo en cierta medida los gastos originados por viajes y por el pago de comisiones a intermediarios. Sin embargo, se debe tener presente que el contacto personal con el cliente sigue siendo la herramienta más eficaz.

- **Venta directa a consumidores finales.**- Una empresa puede vender sus productos o servicios directamente a consumidores finales de otros países. Este es un método utilizado por grandes empresas, puesto que exportar de esta manera requiere grandes esfuerzos de marketing y el exportador asume todas las actividades de envío de la mercadería, de importación en el mercado de destino, de prestación de servicios pre y post venta, de cobro, etc. Todas estas actividades se traducen en costos que a menudo pueden hacer perder competitividad al precio final de venta.

1.2.4. Plan de Exportación.

1.2.4.1. Concepto

Un plan de exportación es la herramienta apropiada para equilibrar los requerimientos vinculados a las oportunidades existentes en los mercados internacionales con las características inherentes al producto o servicio que la empresa desea ofrecer. Asimismo, provee de los elementos que le permitirán programar las adecuaciones tanto administrativas que deberán concretarse como los apoyos financieros necesarios para garantizar la viabilidad del proyecto.

1.2.4.2. Para qué sirve el Plan de Exportación

Por un lado sirve como herramienta de presentación de la empresa hacia el exterior. Es útil sobre todo para presentar a agentes externos que puedan tener una influencia importante en el proceso de exportación, por ejemplo a los bancos para obtener apoyo y financiación. Pero aún más importante, tener un plan de

exportación puede ser muy útil para la empresa misma ya que es una herramienta que ayuda al empresario a que se ordene, planifique el futuro y prevea amenazas y oportunidades para la misma.

El contenido de un plan de exportación debe ajustarse a cada empresa, los objetivos de la elaboración del mismo y el destinatario que lo va a usar.

1.2.4.3. Pasos para Elaborar un Plan de Exportación

Los pasos a seguir para un plan de exportación completo, son los siguientes, aunque solo se detallan los pasos más relevantes.

1. Análisis de la Empresa
 - a. Constitución legal
 - b. Misión Empresarial
 - c. Antecedentes
 - d. Estructura administrativa
 - e. Políticas
 - f. Instalaciones y otros activos
 - g. Cobertura de riesgos
 - h. Tecnología
 - i. Cumplimiento de obligaciones
 - j. Fortalezas y debilidades
 - k. Ejercicio de retroalimentación

2. Análisis del Producto/Servicio
 - a. Descripción del Producto/Servicio
 - b. Antecedentes del producto.
 - c. Origen del producto
 - d. Dispersión del consumo y cultivo
 - e. Mercado del producto
 - f. Consumo

- g. Ventajas competitivas
- h. Características del producto
- i. Naturaleza y uso del producto
- j. Normas y controles de calidad
- k. Normas internacionales
- l. Ciclo de vida del producto
- m. Proceso de elaboración
- n. Costos de fabricación
- o. Clasificación arancelaria
- p. Principales productos competidores directos e indirectos

3. País a exportar

- a. Selección del país a exportar
- b. Etimología
- c. Entorno Económico
- d. Gobierno y Política
- e. Acuerdos Arancelarios
- f. Política internacional
- g. Organización Territorial
- h. Geografía
- i. Clima
- j. Demografía
- k. Economía
- l. Moneda y bancos
- m. Comercio Exterior

1.2.5. Documentos Utilizados en la Exportación.

1.2.5.1. Registro de Exportadores

Obligatoriamente toda persona o compañía que realiza operaciones de comercio exterior debe registrarse en un banco corresponsal del Banco Central del

Ecuador, para lo cual debe utilizar la “Tarjeta de Identificación”, donde se consignan los datos necesarios y se adjunta los requisitos: copias del RUC y cédula para las personas naturales, y, copias del RUC, estatutos de constitución y referencias sobre dirección y directivos para el caso de empresas.

Para el caso específico de una microempresa, el primer paso es que cumpla con los requisitos que la legislación ecuatoriana establece, a saber: registro único de contribuyentes – RUC, Patente Municipal, Certificado de salud extendido por la Dirección Provincial de Salud, si la microempresa produce alimentos, registro micro empresarial en el Ministerio de Industrias y Competitividad; y, registro de marcas en el caso de ser necesario.

1.2.5.2. Licencia de Exportación

Autorización Administrativa de Exportación. Documento administrativo que autoriza la venta al exterior de una determinada mercancía en los términos comerciales y financieros declarados por los titulares y consignados en el mismo. Licencia que le confiere a su titular el derecho de exportar a determinados países sin que se le exija una solicitud adicional o una autorización escrita.

1.2.5.3. Clasificación Arancelaria

Es un sistema que permite la identificación de las mercaderías que se comercializan. Facilita el que las aduanas apliquen las medidas arancelarias y no arancelarias. Se le conoce como un Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, de aceptación internacional, cuya estructura obedece a la siguiente jerarquía: secciones, capítulos, sub-capítulos, partidas y sub-partidas. Como complemento a la identificación puede tener notas legales y reglas generales.

1.2.5.4. Certificado de Origen

Documento que acredita la procedencia de un producto. Debe ser extendido bajo una serie de formalidades y por una organización independiente como una Cámara de Comercio. Es un formato oficial mediante el cual el exportador de un

bien o una autoridad certifica que el bien es originario del país o de la región por haber cumplido con las reglas de origen establecidas.

1.2.5.5. Certificado Sanitario

Documento expedido por los organismos correspondientes del país de origen, en el que se hace constar que la mercancía analizada está exenta de elementos patógenos. Tags: tipos certificado sanitario, concepto de certificado sanitario, definición de certificado sanitario

1.2.5.6. Certificado Fitosanitario

Certificado oficial expedido por una autoridad sanitaria competente del país de origen, en el que se hace constar que el material vegetal inspeccionado se considera exento de plagas.

1.2.5.7. Permiso zoosanitario

Es un documento de presentación obligatoria para exportar mercancías de origen animal (vivos, productos y subproductos). El mismo es exigido igualmente en el país de destino, como en el país de exportación.

1.3. LOS TÉRMINOS DE COMERCIO INTERNACIONAL (INCOTERMS)

1.3.1. Concepto

La Cámara de Comercio Internacional – CCI, dice: “Son reglas internacionales uniformes para la interpretación de términos comerciales. Determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en un contrato de compra-venta internacional, solucionando los problemas derivados de las diversas interpretaciones que pueden darse según los países involucrados y reduciendo las incertidumbres derivadas de las múltiples legislaciones, usos y costumbres.”

1.3.2. Finalidad de los INCOTERMS.

La finalidad de los INCOTERMS es establecer un conjunto de reglas internacionales uniformes para la interpretación de los términos más utilizados en el comercio internacional, con objeto de evitar en lo posible las incertidumbres derivadas de dichos términos en países diferentes.

Además delimitan con precisión los siguientes términos del contrato:

- Reparto de gastos entre exportador e importador.
- Lugar de entrega de la mercancía.
- Documentos que el exportador debe proporcionar al importador.
- Transferencia de riesgos entre exportador e importador en el transporte de la mercancía.

1.3.3. Regulación de los INCOTERMS

Los Incoterms regulan exclusivamente los derechos y obligaciones de las partes respecto al contrato de compra / venta y a la entrega de las mercancías vendidas, considerando y reduciendo el riesgo de complicaciones legales, y para ello se toma en cuenta los siguientes elementos:

- a. La distribución de documentos
- b. Las condiciones de entrega de la mercancía
- c. La distribución de costes de la operación
- d. La distribución de riesgos de la operación.

1.3.4. Importancia de los INCOTERMS

La globalización de los mercados internacionales ha impulsado de manera dinámica la venta de mercancías en más países y en mayores cantidades, es así

como a medida que aumenta el volumen y la complejidad de las ventas, también crecen las posibilidades de malentendidos y litigios costosos cuando no se especifican de forma clara y precisa las obligaciones y riesgos de las partes.

Por ello, el adecuado uso y aplicación de los Incoterms, en las transacciones internacionales propenden en gran medida por:

- Facilitar la gestión de toda operación en comercio internacional.
- Delimitar claramente las obligaciones de las partes.
- Disminuir el riesgo por complicaciones legales.
- Establecer unas reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales más utilizados.

1.3.5. Clasificación de los INCOTERMS

Los INCOTERMS contienen un total de 13 posiciones o tipos de contratos diferentes y se clasifican en dos grupos:

1. Grupo de llegada, y
2. Grupo de salida.

A continuación se presenta un listado que contiene los tipos de INCOTERMS clasificados en sus grupos respectivos:

1. Grupo de salida:

Grupo E: **EXW:** “Ex Works” (“En fabrica”)

Grupo F: **FCA:** “Free Carrier” (“Franco transportista”)

FAS: “Free Alongside Ship” (“Franco al costado del buque”)

FOB: “Free On Board” (“Franco a bordo”)

- Grupo C:**
- CFR:** “Cost and Freight” (“Costo y flete”)
 - CIF:** “Cost, Insurance and Freight” (“Coste, seguro y flete”)
 - CPT:** “Carriage Paid To...” (“Transporte pagado hasta...”)
 - CIP:** “Carriage and Insurance Paid to...” (“Transporte y seguro pagados hasta...”)

2. Grupo de llegada:

- Grupo D:**
- DAF:** “Delivered At Frontier” (“Entregado en frontera”)
 - DES:** “Delivered Ex Ship” (“Entregado sobre el buque”)
 - DEQ:** “Delivered Ex Quay” (“Entregado en muelle”)
 - DDU:** “Delivered Duty Unpaid” (“Entregado sin pago de derechos”)
 - DDP:** “Delivered Duty Paid” (“Entregado con pago de derechos”)⁷

1.4. La Industria Del Cuero

La industria del cuero utiliza la piel animal que se produce como subproducto de las industrias cárnica y láctea, y que, de no ser por el curtido, habría que eliminar por otros medios, como a través de vertederos o mediante incineración. El cuero es el principal producto del sector industrial del curtido. Se trata de un producto industrial intermedio, con aplicaciones en sectores subsidiarios de la industria de bienes de consumo. Las industrias del calzado, la ropa, los muebles, la automoción y la marroquinería son los destinos más importantes para la producción de los curtidores europeos.

⁷ Ídem (36)

El procesado de las pieles genera igualmente otros productos derivados que encuentran salida en diversos sectores industriales como la producción de comida para animales y mascotas, la química fina (como fotografía y cosmética), el acondicionamiento del suelo y los fertilizantes.

Según datos del año 2006, el sector del cuero y el curtido en la UE-27 constaba de 3.700 empresas, facturaba 10.600 millones de euros al año y daba empleo a alrededor de 52.000 personas. Las curtidurías de la Unión Europea suelen revestir la forma de PYME de propiedad familiar. La concentración regional es muy fuerte, y la industria a menudo juega un papel fundamental en la economía local, en la que suele ser el principal creador de riqueza y empleo.

En un contexto de competitividad global como el que vivimos, se está prestando particular atención a las oportunidades y riesgos para la industria europea del curtido en una Unión Europea ampliada. La industria del cuero y el curtido tiene un carácter global, y los curtidores de la UE dependen en gran medida del acceso a las materias primas y a los mercados exteriores donde exportar. Aunque, en general, el porcentaje de la UE en los mercados mundiales tiende a disminuir como consecuencia del desarrollo de la industria del cuero en otras zonas del mundo como Asia y América, la industria comunitaria sigue siendo el mayor proveedor mundial de cuero en los mercados internacionales.

1.4.1. Moda Actual y Tendencias.

En los productos de cuero: carteras, zapatos, chaquetas, cinturones, billeteras todos los colores están de moda: los claros, los dorados y plateados, los ácidos, los grises y los tradicionales negro y marrón. Por eso la novedad radica en las mezclas con lana, algodón, lona, paño, yute, y pieles de conejo, cabrito, becerro, cocodrilo.

Ya no es extraño encontrar botas con cañas en lana o bordadas y la parte del empeine con yute, encauchetado. Por eso empresas como Lafayette y Textiles Romanos, que se han dado cuenta de que las telas estampadas pueden usarse

no sólo para los forros sino para el exterior, están fabricando telas con diseños especiales para mezclar cuero.

La evolución y las transformaciones de la industria del cuero responden fundamentalmente a dos factores. El primero, la escasez de ganado en el mundo. Aunque parezca increíble, países como Colombia, Argentina y la India están surtiendo al mundo de cuero. En segundo lugar, a las altas exigencias derivadas de los procesos industriales que son altamente contaminantes.

"Como los precios de las pieles están subiendo, los investigadores están trabajando en el desarrollo de materiales sustitutos y los tratamientos de las pieles son cada día mejores", explica Catalina Navia, directora del taller de conceptos de moda de la Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas, Asicam. Según Navia, en Colombia ya están empezando a trabajar con el concepto de ser amigables con el medio ambiente, sobre todo en Pereira y Barranquilla, y la facultad de Diseño de la Universidad Nacional tiene una cátedra que trabaja de la mano de la industria.

Por otro lado, las pieles colombianas, catalogadas como de baja selección o calidad mediana por las imperfecciones -cicatrices o estrías que deja el alambre de púas- y que tradicionalmente estaban en desventaja, hoy gracias a la moda y la investigación tienen ventajas competitivas. Como la moda, sobre todo en Estados Unidos, son las prendas con apariencia gastada, las estrías de las pieles colombianas sirven a ese propósito y por eso los diseñadores las están utilizando. "La idea es que no se pierda el aspecto de acabado natural -explica Navia-. Por eso los trabajos de texturas no tienen problema y son muy interesantes". De ahí que el aspecto rugoso y un poco acartonado de las pieles nacionales funcione muy bien.

El camino, entonces, es la mezcla con materiales como lanas y algodones, e incluso cueros distintos, lo cual hace diferentes los productos. Es el resultado de

la experimentación en los diferentes eslabones de la cadena productiva, desde los que desarrollan materiales, hasta los diseñadores industriales y de textiles.

El Internacional Footwear and Leather Show, que este año llega a su XVII versión, es la vitrina por excelencia de los mejores productos de la cadena del cuero, tanto de producto terminado como de insumos y maquinaria. Se realiza en Bogotá del 5 al 8 de febrero Bogotá en Corferias, donde más de 500 expositores que hacen parte de la cadena productiva del cuero, mostrarán lo mejor de la industria: desde calzado, carteras, artículos de viaje, prendas de vestir en cuero, hasta maquinaria e insumos. Se calcula que llegarán más de 15.000 compradores que podrán, además, ver las nuevas colecciones.

1.4.2. Importaciones y Exportaciones.

1.4.2.1. La industria de los artículos de cuero

Santa Ana de Cotacachi, ubicada en la sierra norte ecuatoriana (a 118 kilómetros de Quito), es reconocida no solo por sus bellezas turísticas, sino también por los innovadores diseño de chaquetas, carteras, sombreros y zapatos de cuero “hechos con el más fino gusto y con la mejor calidad”, como afirma Juan Hidalgo, uno de los propietarios de los cerca de 120 locales que existen en la ciudad.

La fabricación de artículos del cuero ha tomado fuerza por el incremento del turismo, aunque los propietarios de los almacenes creen que la promoción aún es escasa. “Cotacachi necesita darse a conocer al mundo, para eso necesitamos el trabajo del gobierno local y del gobierno central”, indicó Rosario Rueda, miembro de la Asociación de Artesanos de Santa Ana de Cotacachi.

Los locales de artículos de cuero se distribuyen, principalmente a lo largo de toda la avenida 10 de Agosto, en el centro de la ciudad. Las perchas muestran una gran variedad de diseños y colores de chaquetas, carteras, botas y cinturones. “Nosotros cuidamos mucho la calidad y el diseño de la prenda. Cada vez estamos

innovando en modelos y colores, aunque los que más salen son los tonos negro y café”, indicó Hidalgo.

Los precios fluctúan entre los 60 y los 150 dólares en chaquetas y 25 y 50 dólares las carteras. “Son precios razonables y competitivos con el mercado, sobre todo, hay que tomar en cuenta que nosotros trabajamos con cuero bien tratado, esa es una garantía”, indicó Julio Hidalgo, otra fabricante que trabaja en la industria desde hace 25 años.

La pequeña empresaria recordó que tras la dolarización el negocio sufrió un fuerte impacto por la caída de ventas hacia Colombia; sin embargo, en los últimos años se ha visto una recuperación gracias al crecimiento del turismo.

El cuero que se utiliza en la localidad llega desde Cuenca, Ambato, Ibarra y Cotacachi y también se importan a precios más altos que encarecen el producto final.

Frente a ello, el alcalde de la ciudad, Alberto Andrango, busca la firma de dos convenios para la provisión de cuero: uno con el departamento de Nariño en Colombia, y otro con la ciudad cubana de Camagüey. Para concretar el acuerdo con Colombia, el alcalde viajará el 25 de este mes a la ciudad colombiana de Pasto; mientras que para el acuerdo con Cuba podría concretarse el 6 de julio con ocasión de la visita de una misión cubana.

Andrango también destacó la realización de las ferias de exposiciones que ayudan a posicionar el producto. En este año se prevé realizarla en abril.

Pero los productos de cuero no solo se fabrican en empresas familiares, también se lo hace en las aulas. El Instituto Tecnológico de la Industria del Cuero Cotacachi (ITICC), es el primer centro de formación artesanal que, además, tiene su propia planta de producción.

Bajo la marca comercial Pichavi se fabrican y se comercializan artículos de calzado, marroquinería (correas, carteras, billeteras) y vestimenta hecha por los

alumnos que realizan pasantías y por un equipo de cinco personas que trabajan en el diseño, corte, armado y terminado de zapatos.

La comercialización de estos productos le ha permitido la autogestión de la entidad educativa. Actualmente, en esa institución se educan 215 alumnos que llegan principalmente de Ambato, Quito, Carchi y de la ciudad de Cotacachi.⁸

1.4.3. Distribución de la Producción de Cuero.

La industria del Cuero en Ecuador es un sector importante en la economía nacional. Unida a la línea de manufacturación representa el 14.78 % de la contratación de la mano de obra nacional, y solo en Tungurahua se concentra el 68% de la producción total del clúster.

A continuación se presenta un cuadro con las provincias más representativas en la producción nacional del cuero:

Tabla No. 1
Provincias Productoras de Cuero y Pieles

Provincia	Porcentaje
Tungurahua	68%
Cotopaxi	22%
Chimborazo	6%
Otras	4%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Las Autoras

⁸ Gobierno Municipal Descentralizado de Cotacachi, 2009.

1.4.4. Países Demandantes de Pieles y Cueros de Bovinos.

A nivel mundial existen países que importan pieles en bruto, frescos, salados y secos de bovinos, a continuación se presenta la lista de estos mercados:

Tabla No. 2
Países Importadores de Pieles

Importadores	Valor de las Exportaciones 2010 (en miles de US\$)	Participación en las exportaciones Ecuador (%)	Cantidad exportada en 2010
Mundo	547	100	601
Colombia	260	48	269
Hong Kong	124	23	189
Italia	49	9	68
México	44	8	23
Perú	33	6	12
EEUU	24	4	20
China	13	2	20

Fuente: Banco Central del Ecuador. Boletín No. 34

CAPÍTULO II

2. LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S. A.

2.1. Antecedentes.

La Compañía Ecuatoriana de Curtidos Salazar Sociedad Anónima, nace el 12 de Abril del año 1977, ante solicitud presentada al Notario del cantón Ambato Sr. Jorge Ruiz Albán por los esposos: Segundo Gabriel Salazar Castro y Mariana Gallo; y sus hijos: Carmela, Nelson, Yolanda, y Wilson Salazar Gallo. Sus primeros trabajos las inicio en un terreno de 1527 m² en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua

En el año de 1980 se inicia la construcción de su nave industrial en el Cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi en un terreno de 3 hectáreas. En 1986 se constituye como Sociedad Anónima, y se moderniza su maquinaria con el objetivo de mejorar la calidad y aumentar la producción. En ese mismo año gana el Premio al Mejor Cuero Novedad y Mejor Cuero Plena Flor a nivel Nacional.

En 1989 se hace acreedor al Premio Internacional de Calidad en San José de Puerto Rico y al siguiente año en Europa en París.

La Empresa Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A. tiene más de 34 años de vida empresarial y de servicio a la comunidad y siempre con el convencimiento de haber cumplido con sus objetivos, como el de haber entregado para el orgullo de la ciudad, de la provincia y del país a más de las personas que creyeron en ella, una empresa digna de todos por otro lado haber solucionado en buena parte del problema social respecto a crear plazas de empleo y haber obtenido un excelente producto de calidad, orgullosamente ecuatoriano. Esta planta, ubicada a sólo una media hora de la ciudad de Ambato en donde tiene su almacén de distribución, comercialización y venta de los productos terminados.

La planta de producción se encuentra en la ciudad de Salcedo, provincia de Cotopaxi, a aproximadamente 45 kilómetros de la ciudad de Ambato. Tiene un área total de 24,000 m² y una capacidad de producción de 1.000.000 p² por mes. Actualmente laboran alrededor de 200 personas en la empresa. La producción se basa en un 70% de pieles frescas nacionales y 30% de pieles importadas.

Los principales demandantes de estos productos son: China, Italia, República Dominicana, Estados Unidos, Centro América, Colombia y Perú.

Tabla No. 3
Identidad Empresarial

Nombre Oficial:	Ecuatoriana de Curtidos Salazar S. A.
Fecha de Fundación:	12 de abril de 1977
Oficinas Corporativas:	Salcedo Ambato Quito
Dirección electrónica:	ecssa@cys.com.ec
Gerente	Ing. Santiago Raúl López Salazar
Principales productos	<ul style="list-style-type: none"> - Plena flor - Corregidos - Grabados - Cerrajes o carnazas - Vestimenta - Forros - Tapicería - Forros de cerdo
Número de empleados	<ul style="list-style-type: none"> - 20 empleados - 125 trabajadores

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras.

2.2. Base Jurídica- Legal.

El día 12 de abril de 1977, el señor Segundo Gabriel Salazar Castro, solicita al Notario del Cantón Ambato señor Jorge Ruiz Albán a través de escritura pública la constitución de la Compañía Ecuatoriana de Curtidos Salazar Cía. Ltda., la Superintendencia de Compañías le otorga la personería jurídica el 28 de mayo de 1986 como una sociedad Anónima a través de la reforma y aprobación de sus estatutos y ordena la publicación del extracto en la prensa y la inscripción en el Registro Mercantil bajo el número once (11) en el Registro de la Propiedad de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.

Tabla No. 4
Contextualización de la Empresa

Razón Social:	Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A.
Fecha de creación:	12 de abril de 1977
Tipo de Empresa:	Sociedad Anónima
Accionistas:	Gabriel Salazar Castro Mariana Gallo de Salazar. Yolanda Salazar Gallo Nelson Salazar Gallo Carmela Salazar Gallo Wilson Salazar Gallo
Objeto Social:	Curtido de piel de bovinos en cuero terminado para la comercialización a nivel nacional e internacional
Capital Social:	\$ 600.000 dólares.

Duración:	100 años
Productos:	<ul style="list-style-type: none"> - Plena flor - Corregidos - Grabados - Cerrajes - Carnazas - Vestimenta - Forros - Tapicería - Forro de cerdo
Dirección:	Barrio Chipalo No. 329
Teléfono:	(593 3) 2 726325
Telefax:	(593 3) 2 726622
Celular:	092738633
E mail:	ecssa@cys.com.ec
Gerente General:	Santiago Raúl López Salazar
Mercado al que sirve:	Nacional e internacional
Puntos de Ventas:	Ambato: Primera Imprenta y Tomas Sevilla Salcedo: Barrio Chipalo Quito: Av. 10 de Agosto y Carrión

FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
 ELABORADO POR: LAS AUTORAS

2.3. Objetivo y Finalidad.

Ecuadoriana de Curtidos Salazar S. A., es una empresa dedicada a la elaboración del cuero, con proyección nacional e internacional, siempre con el afán de cumplir con los requerimientos y expectativas de los clientes, manteniendo el liderazgo del sector del curtidor.

Para cumplir con este objetivo cuenta con maquinarias, equipos y personal capacitado asegurando un mejoramiento continuo, protección del medio ambiente y una rentabilidad sostenible.

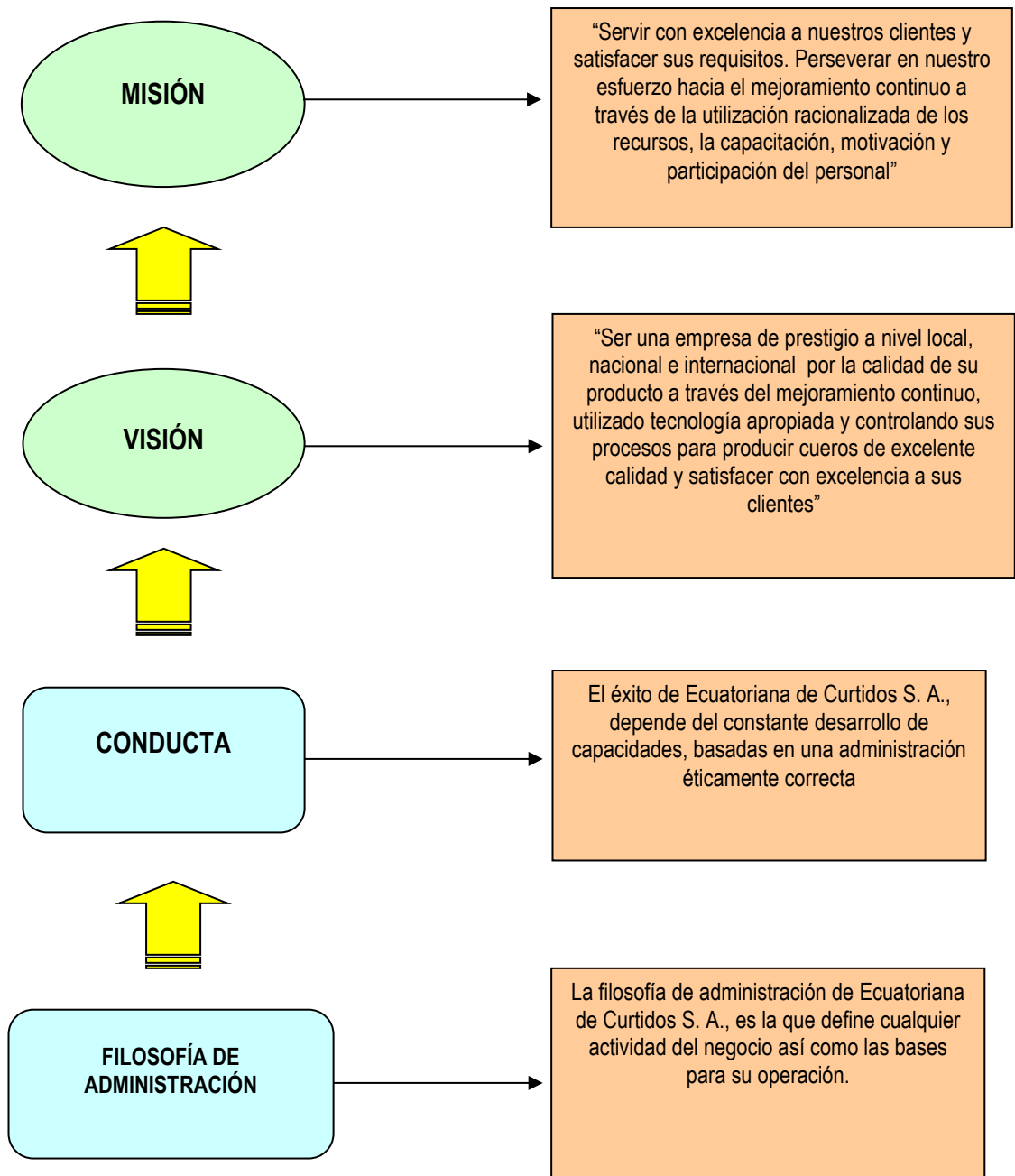
El objetivo principal de la empresa es:

- Elaboración de cuero terminado a través del proceso de curtido de pieles de bovinos, ovinos y porcinos.
- Distribución y comercialización de cuero terminado a nivel nacional e internacional.
- Cuidado y protección del medio ambiente, a través del uso racional de los recursos.
- Crear fuentes de empleo y dinamizar la economía de la localidad, región y país.

2.4. Filosofía Institucional.

La filosofía de Curtidos Salazar S. A., proyecta a la empresa hacia un ambicioso objetivo, mediante: "Una administración basada en principios, la creación de valor para los consumidores y el respeto a la dignidad humana".

Gráfico No. 1
Filosofía Institucional



¹ Plan de Desarrollo Empresarial 2009 – 2013.

Administración Basada en Principios

Es el método que tiene la empresa, para administrar la conducta ética de todo su personal, el cual es aplicable en todos los niveles de la organización desde los nuevos empleados hasta los más altos ejecutivos. Su éxito depende de la implementación de prácticas justas y el constante desarrollo de habilidades del negocio.

“En Ecuatoriana de Curtidos S. A., creemos que no existe ningún conflicto entre hacer lo éticamente correcto y tener un negocio exitoso.”

- Honestidad con nuestros consumidores
- Ofrecer un valor mayor a nuestros consumidores mediante la innovación constante y un desarrollo diestro.

CREAR VALOR PARA LOS CONSUMIDORES

- Igualdad de Oportunidades
- Trato justo basado en habilidades y resultados

ADMINISTRACIÓN BASADA EN EL RESPETO

FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

2.4.1. Valores

Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., se organiza teniendo como objetivo filosófico fundamental la satisfacción de las necesidades de la comunidad. Esta premisa implica que este objetivo elemental se base en la aceptación colectiva de principios éticos esenciales, respetados por quienes forman parte de la Empresa, como norma de convivencia y parámetro de conducta profesional.

Cuatro son los pilares sobre los que se asienta la estructura ético moral de la Empresa Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., y su dimensión organizacional.

- Respeto a la persona humana: Implica no solo el reconocimiento objetivo a las capacidades de los demás y de uno mismo, sino la dimensión de educación, trato respetuoso, colaboración, uso adecuado de la autoridad, atención esmerada al cliente, civismo, interés por el desarrollo de la comunidad.
- Prioridad del servicio al cliente: Regla de oro de una empresa líder, que asegura eficiencia y buen trato, así como un continuo afán de otorgar al cliente lo que éste necesita.
- Mejoramiento continuo: Este valor busca perfeccionar cada vez más los servicios de la empresa, lo que implica la optimización de los procedimientos tecnológicos y de gestión administrativa, un continuo proceso de aprendizaje y una productividad cada vez mayor.
- Filosofía Institucional: Valoramos a nuestro cliente por lo que es, más no por lo que tiene, considerando su talento y calidad humana como uno de los valores primordiales en el servicio.

2.4.2. Principios.

Los principios que tipifican a la Empresa Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., como empresa líder en el campo de la industria de las curtiembres, es decir, que se consideran elemento diferenciador de la organización y los que caracterizan sus relaciones externas, como son el desarrollo y crecimiento organizacional, la dinamización de la economía local, regional y nacional y la generación de empleo y fuentes de trabajo de manera directa e indirecta, así como el liderazgo y el compromiso con la comunidad, son:

- **Poner a los clientes primero.**- Cualquier toma de decisiones debe generar valor a los clientes. El punto de partida siempre será el análisis de la voz de los consumidores y los indicadores serán definidos por su reconocimiento.
- **Pensar diferente.**- La generación de nuevas ideas es el principal valor, por lo que se debe estar dispuesto a abrirse a ellas con la intención de romper paradigmas, alcanzar objetivos más ambiciosos y siempre juzgarlas desde la perspectiva del cliente para su mayor beneficio sustancial.
- **Trabajar como un sólo equipo.**- En una empresa global es necesario pensar que todos son parte de un mismo gran equipo. Las diferencias culturales deben ser usadas como una gran ventaja para fortalecer la toma de decisiones estratégicas y optimizar procesos, siempre con un total respeto a la dignidad humana y la diversidad cultural.
- **Trabajar inteligentemente.**- Es muy bueno alcanzar los objetivos, pero siempre es posible dar un poco más con organización, planeación, eliminando gastos innecesarios, optimizando los recursos y por supuesto el tiempo. Por esto la recompensa se basa en el desempeño a corto y largo plazo.
- **Definir objetivos comunes.**- Los objetivos comunes permiten logros más grandes, pero sólo es posible alcanzarlos si se respeta el ingenio y la autonomía de la gente como el principal valor de la empresa.
- **Ser justo.**- En todos los niveles de liderazgo, se debe actuar con un criterio amplio donde la verdad, la honestidad y la sinceridad impere, respetando la integridad y propiciando una competencia limpia y clara para el desarrollo de la gente.

2.4.3. Políticas.

Para el desarrollo de la Empresa, se ha establecido un conjunto de medidas e instrumentos disponibles para intervenir y mejorar determinados aspectos como: servicio y atención al cliente, laboral y social de la institución, ya que los problemas que se dan en torno a estos aspectos son de permanente preocupación por parte de la administración de la empresa.

En el ámbito administrativo, se encuentra en revisión la reformulación del Plan de Desarrollo Empresarial hacia el año 2015, los mismos que se han constituido en herramientas de gestión gerencial y guías de acción en la conducción de la entidad.

En el área financiera las políticas van orientada al fortalecimiento institucional, a través de la utilización de un programa denominado PEACH/TREE, que permite obtener información contable oportuna, confiable y veraz, para la toma de decisiones efectivas por parte de los directivos.

Se han establecido Políticas sobre la integración institucional como los talleres de intercambio de experiencias a través de círculos de lectura entre los distintos departamentos, en el ámbito de producción la capacitación técnica en la aplicación de nuevas técnicas de teñido y mantenimiento del producto que mejora la calidad y presentación del producto. Políticas que son fruto de las actividades llevadas a cabo por la gerencia de la Compañía; con el firme propósito que la capacitación de su gente como política general se extiende a todo el personal, con lo cual la implementación de medidas y planes de actuación son de fácil canalización, con el propósito de lograr el mejor funcionamiento de la institución.

2.4.4. Logotipo.

Cada empresa se identifica y caracteriza por su sello de calidad, Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., lo hace de igual manera a través de su Logotipo que lo

diferencia e identifica en el mercado de la industria de las cortineras como una de las mejores del país con sello de calidad:

Imagen No. 1
Logotipo



FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
ELABORADO POR: LAS AUTORAS.

2.5. Estructura Administrativa.

2.5.1. Niveles Jerárquicos.

Los niveles jerárquicos que conforman la empresa son:

- Nivel Legislativo
- Nivel Directivo
- Nivel de Control
- Nivel Asesor
- Nivel de Apoyo
- Nivel Operativo

2.5.2. Estructura Administrativa Interna

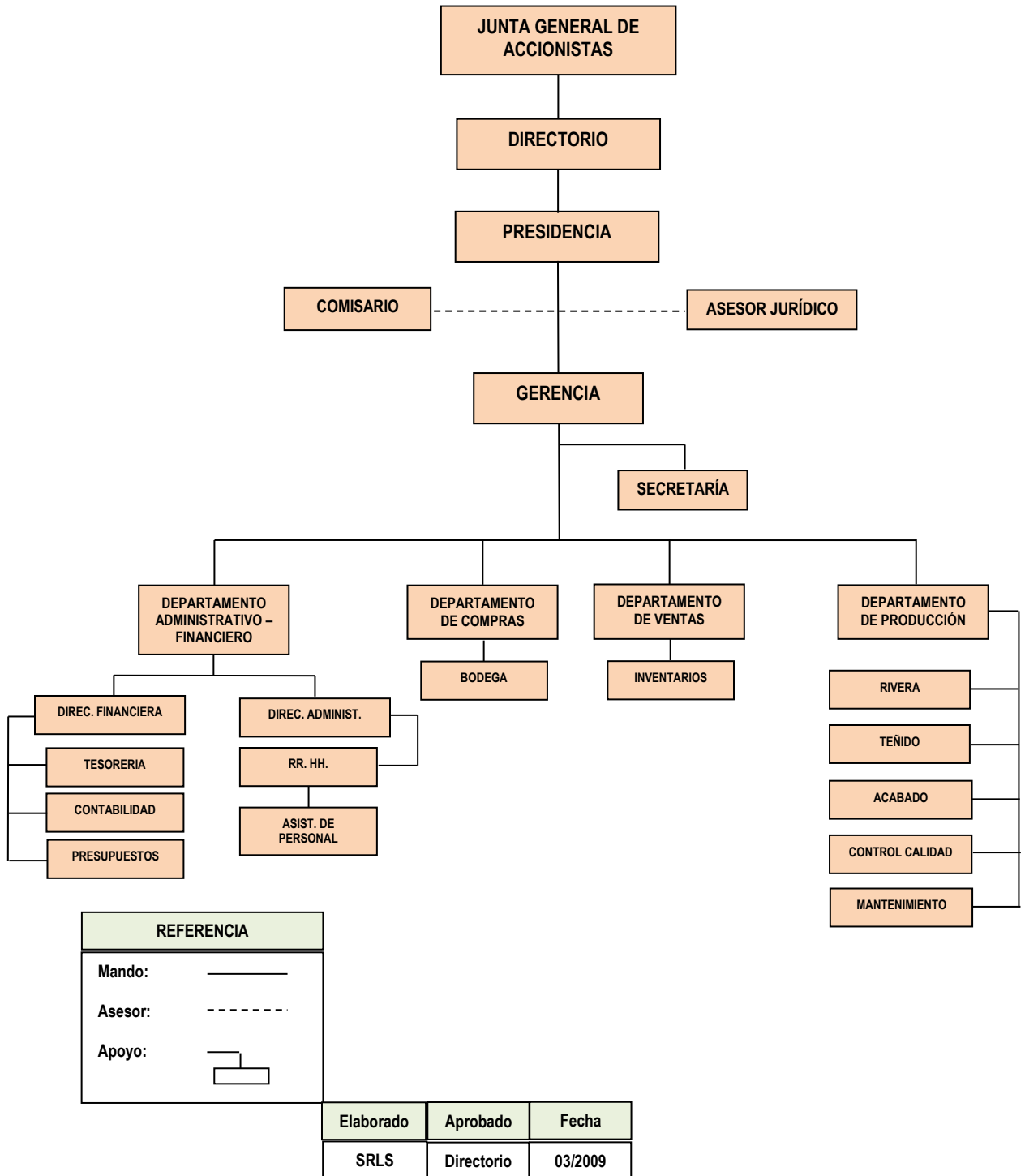
La estructura administrativa interna se conforma de la siguiente manera:

- Junta General de Accionistas
- Directorio
- Presidente
- Gerente General
- Asesor Jurídico
- Comisario
- Secretaria General
- Departamento Administrativo
- Departamento Contable
- Departamento de Compras
- Departamento de Ventas
- Departamento de Producción:
 - Sección Rivera
 - Sección Teñido
 - Sección Acabado
 - Mantenimiento
- Departamento de Relaciones Humanas
 - Enfermería
 - Servicio Social
 - Relaciones industriales

2.5.3. Organigrama Estructural

El organigrama estructural representa los diferentes niveles jerárquicos a través de los departamentos y unidades administrativas que conforman la empresa, a continuación se detallan cada uno de ellos:

Gráfico No. 2
Organigrama Estructural
Ecuatoriana de Curtidos Salazar S. A.

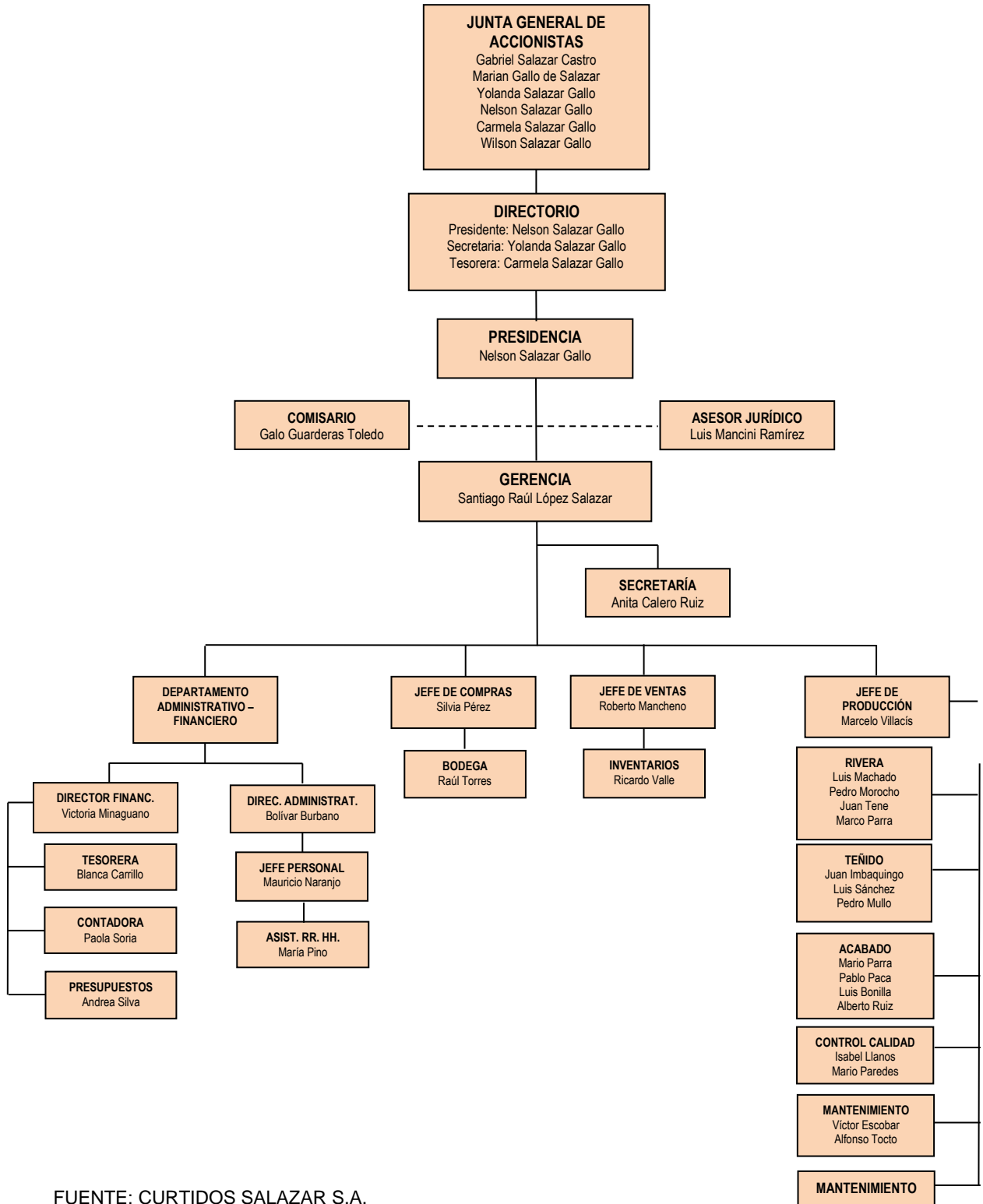


REFERENCIA	
Mando:	_____
Asesor:	- - - - -
Apoyo:	┌ └

Elaborado	Aprobado	Fecha
SRLS	Directorio	03/2009

FUENTE: CURTIDOS SALAZAR S.A.
 ELABORADO: E.C.S

Gráfico No. 3
Organigrama de Posición
Ecuatoriana de Curtidos Salazar S. A.



FUENTE: CURTIDOS SALAZAR S.A.
 ELABORADO: E.C.S.

2.5.4. Funciones.

- **Junta General de Accionistas.-** La Junta General de Accionistas, está conformada por todos los socios legalmente convocados y reunidos, es el código supremo de la Compañía, y tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y tomar cualquier decisión que juzgue conveniente para la mejor marcha de la misma.

Son atribuciones de la Junta General de Accionistas:

- a) Designar, nombrar y remover al Presidente y Gerente;
- b) Aprobar las cuentas y los balances que presente el Gerente;
- c) Resolver acerca de la forma de reparte de utilidades;
- d) Resolver acerca de la amortización de las partes sociales;
- e) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- f) Decidir acerca del aumento o disminución de capital y la prórroga del contrato social;
- g) Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- h) Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía;
- i) Acordar la exclusión del socio o de los socios de acuerdo con las causales establecidas en la Ley;
- j) Las demás que no estuvieren otorgados en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otro organismo.⁹

⁹ Estatuto vigente

- **Presidente.-** De acuerdo a lo que dispone el estatuto, las atribuciones del Presidente, son las siguientes:
 - a) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas;
 - b) Presidir las sesiones de la Junta General de Accionistas;
 - c) Suscribir conjuntamente con el Gerente los Certificados de Aportación y las actas de las Juntas Generales, siempre que este actúe como Secretario;
 - d) Intervenir con el Gerente en la compra venta o hipoteca de inmuebles. Previa autorización de la Junta General de Accionistas;
 - e) Supervisar las operaciones de la marcha económica de la Compañía;
 - f) Subrogar al gerente en caso de falta, ausencia o impedimento temporal de éste;
 - g) En general las demás atribuciones que le confiere la Ley, el estatuto y la Junta General de Accionistas.¹⁰

- **Gerente.-** La representación legal, jurídica y extrajudicial de la Compañía, es ejercida por el Gerente. El mismo que puede ser o no socio de la Compañía, y podrá durar en sus funciones cinco años, pudiendo ser reelegido por nuevos periodos indefinidamente. En caso de ausencia temporal o definitiva, lo reemplaza el Presidente con todas sus atribuciones.
Son atribuciones del Gerente:
 - Representar a la Compañía judicial y extrajudicialmente;
 - Realizar todos los actos administrativos que le corresponden;

¹⁰ Ídem (41).

- Presentar a consideración de la Junta General de Accionistas la proforma presupuestaria anual, para gastos generales, de sueldos y salarios y gastos de operación;
- Presentar una vez al año a consideración de la Junta General de Accionistas una memoria razonada sobre la situación de la Compañía, acompañada del balance, inventarios y cuenta de pérdidas y ganancias; así como la propuestas de distribución de beneficios;
- Manejar los fondos y bienes de la Compañía bajo su responsabilidad;
- Cuidar que se lleven los libros de contabilidad, de actas y de socios de la Compañía;
- Ejecutar conjuntamente con el Presidente toda clase de actos, contratos y operaciones con los bancos o con otras personas naturales o jurídicas, suscribir pagarés, letras de cambio y contraer toda clase de obligaciones, hasta por un monto de mil salarios mínimos vitales como gastos de administración, firmar, facturas y más comprobantes relacionados con las operaciones de la compañía, celebrar contratos de trabajo, etcétera;
- Responder por todos los valores, dineros, archivos y demás bienes de la compañía;
- Intervenir conjuntamente con el Presidente en la compra - venta e hipoteca de inmuebles, previa autorización de la Junta General de Socios; y,
- Actuar como Secretario en la Juntas Generales de Socios.

2.6. Productos.

Ecuatoriana de Curtidos Salazar S. A., a través de las diferentes técnicas de curtido elabora los siguientes tipos de cuero:

Tabla No. 5
Tipos de Cueros y Pieles

1. Cuero Crudo:	<ul style="list-style-type: none"> - Alfombras - Cordeles - Juguetes para perros - Tambores
h) Curtido con sesos	<ul style="list-style-type: none"> - Gamuzas - Plena flor - Corregidos - Napa
1. Curtido vegetal	<ul style="list-style-type: none"> - Talabartería - Artesanías - Grabados - Cerrajes
2. Curtido de Aluminio	<ul style="list-style-type: none"> - Pergaminos
3. Curtido con cromo	<ul style="list-style-type: none"> - Vestimenta - Calzado - Tapicería - Forros

Fuente: Curtidos Salazar S.A.
Elaborado por: Las Autoras

2.7. Mercado al que Sirve.

Ecuatoriana de Curtidos Salazar S. A. "ECSSA" orienta sus productos hacia el mercado nacional e internacional. Dentro del mercado nacional hacia los productores de zapatos y artículos de vestir de cuero. En el mercado internacional principalmente su producto es utilizado para la confección de ropa de hombre y de mujer, así como de carteras, bolsos, sombreros, billeteras, correas, calzado, etc.

Tabla No. 6
Principales Demandantes de Cuero

No.	Razón Social	Productos	Ciudad
1	Promecalza	Producción de zapatos	Ambato
2	El Alce	Vestimenta Portafolios Billeteras Carteras Sombreros Gorras Guantes	Riobamba
3	Equipaggio	Malatería Vestimenta	Quito
4	El Cuero	Vestimenta	Guano
5	Cuerotex	Vestimenta	Cuenca
6	Buestan	Calzado	Quito
7	Calital	Calzado	Guayaquil
8	Qiwa – Expertos en cuero	Chaquetas Cinturones Accesorios Calzado Carteras Guantes	Cuenca

9	Cueros Misión	<p>Carteras</p> <p>Billeteras</p> <p>Cinturones</p> <p>Gorras</p> <p>Botas</p> <p>Botines</p> <p>Zapatos para caballero</p> <p>Chequeras</p> <p>Monederos</p>	Cuenca
10	Nova Piel	<p>Calzado femenino</p> <p>Calzado masculino</p> <p>Carteras</p> <p>Bolsos</p> <p>Cinturones</p>	Ambato
11	Cotacachi Patrick's Ropa de Cuero	<p>Pantalones</p> <p>Chaquetas</p> <p>Chompas</p> <p>Chalecos</p> <p>Chaquetas de motos</p>	Cotacachi
12	Fabricuero	<p>Chaquetas de cuero</p> <p>Maletas ejecutivas</p> <p>Carpetas para seminarios</p> <p>Billeteras</p> <p>Chequeras</p> <p>Correas</p> <p>Calzados y afines</p>	Quito
13	Calza Karla	<p>Zapatos ejecutivos para damas</p> <p>Carteras</p> <p>Cinturones</p>	Guayaquil
14	Calzaty	<p>Calzado ejecutivo de hombre</p>	Ambato
15	Calzado Gaymo	<p>Calzado deportivo</p>	Ambato

16	Calzado Gladys	Zapatos de mujer	Ambato
17	Calzado JM	Zapatos de hombre	Ambato
18	Calzado Idan	Zapatos de mujer	Ambato
19	Calzado Cat	Calzado industrial	Ambato
20	Calzado Victory	Calzado femenino	Ambato
21	Creaciones Martha's	Calzado femenino	Ambato
22	Calzado Luigi Valdini	Calzado de mujer y varón	Ambato
23	Calzado Joselyn	Calzado femenino	Ambato
24	Fabrica Liwi	Calzado de hombre	Ambato
25	Creaciones Angelon	Abrigos en piel Chaquetas Chompas de cuero Pantalones Carteras Sombreros Gabardinas Correas Artesanías en cuero	Baños
26	Fabrica de Guantes de Cuero	Guantes cortos con refuerzo Guantes sin refuerzo en palma y dedos Guantes de operador	Ambato
27	Mueblina	Muebles de cuero	Quito
28	Eroz Collection	Accesorios en cuero Bolsos Portafolios Collares	Quito

Fuente: Ecuatoriana de Curtidos S.A.

Elaborado por: Las Autoras

CAPÍTULO III

3. PLAN DE EXPORTACIÓN DE CUERO TERMINADO AL MERCADO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ.

3.1. Descripción del País a Exportar: Colombia

3.1.1. Generalidades

La República de Colombia está ubicada en América del Sur. Limita al norte con el mar Caribe, con Panamá, con el Océano Pacífico, al suroeste con Ecuador y Perú, al noreste con Venezuela y al sureste con Brasil.

Imagen No. 2
Mapa de Colombia



FUENTE: <http://es.wikipedia.org/wiki/Bogot%C3%A1>
ELABORADO: LAS AUTORAS.

La cordillera de los Andes la divide en tres subcordilleras diferenciadas entre sí por una conformación geológica, étnica y cultural.

La costa colombiana tiene un clima tropical, mientras que la región andina posee un clima frío, y la región oriental cuenta con un clima húmedo y tropical. Colombia se caracteriza por conservar una de las biodiversidades más ricas del mundo, tanto desde el punto de vista de la flora como de la fauna. Sin embargo, el país afronta problemas de deforestación, contaminación ambiental, entre otras.

- **Colombia en Números y Datos:**

- Nombre oficial: República de Colombia
- Extensión: 1.141.748 km²
- Capital: Bogotá
- Forma de gobierno: Republica Presidencialista
- Gobernante: Juan Manuel Santos Calderón
- Ciudades principales: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Santa Martha.
- Idioma oficial: Español, quechua y chibcha
- Unidad monetaria: Peso colombiano
- Religión: Libertad de culto, predominio de la religión católica

- **Indicadores Demográficos:**

- Población: 44.050.000 habitantes
- Densidad: 38 habitantes por km²
- Población urbana: 61.1%
- Población rural: 39%
- Distribución por sexo: Masculino: 49.5%
Femenino: 50.5%

- Tasa de crecimiento: 5.1%
- Analfabetismo: 15.8%

- **Indicadores Económicos**

- PIB Nominal: \$ 230.844 millones
- PUB Percápita: \$ 5.055,00
- Balanza Comercial 2009: 681 millones de dólares
- Exportaciones 2010: 1.634,23 millones de dólares
- Importaciones 2010: 2.315,23 millones de dólares

- **Bogotá.-** Es la capital del país, es una ciudad de siete millones de habitantes, que se extiende por la sabana cundiboyacense, ubicada por encima de los 2.600 metros sobre el nivel del mar, y luce como telón de fondo a los imponentes cerros orientales que le dan carácter y una singular identidad a la ciudad.

Bogotá es una ciudad de grandes contrastes. En ella se encuentran barrios antiguos y coloniales, barrios de estilo inglés (a la manera Bogotána), como también grandes zonas de arquitectura moderna, zonas industriales, numerosos y amplios parques, suburbios campestres con grandes casonas de amplios y hermosos jardines.

Bogotá es hoy en día un centro internacional de primer orden en América Latina por su gran actividad económica y cultural. En la Bienal de Venecia de Arquitectura del año 2006, Bogotá fue distinguida como la ciudad ejemplo en el mundo por las notables transformaciones que ha tenido en los últimos quince años.

En los alrededores de Bogotá se encuentran varios de los más grandes y espectaculares páramos del mundo, numerosos humedales que son albergue de

gran variedad de aves (Colombia es uno de los países del mundo con mayor número de especies); lagos y lagunas; ríos y quebradas; y el valle del río Magdalena (el más importante del país) con sus poblaciones ribereñas a solo dos horas de la ciudad; así como pueblos y pueblitos de tierra fría y templada cada uno con su peculiar idiosincrasia y encanto.¹¹

La existencia del tipo de cambio es necesaria porque cada país tiene una política económica diferente, además de aplicar cada uno unas normas distintas que afectan al estado de la economía de cada país. Incluso podemos añadir que ya que no todos los países tienen el mismo nivel de desarrollo económico, existen diferencias notables, que hacen que su moneda oficial valga más o menos frente al resto de monedas de las demás economías de los otros países. Por tanto cada país debe conocer el tipo de cambio dólar de su moneda frente a la moneda de otro país de referencia, generalmente Estados Unidos de América, o incluso de Europa. Como el tipo de cambio es precio, varía y fluctúa a lo largo del tiempo, así se producen los diferentes valores para un tipo de cambio dólar, dependiendo del desarrollo de la economía y las finanzas de un país determinado. Por lo tanto vemos que esta información es de vital importancia para analistas y estudiosos de la economía de los países.

Transporte

Por ser la capital de Colombia, Bogotá es la ciudad con más conexiones internacionales y nacionales en el país. Cuenta con más de 450 frecuencias internacionales a la semana y dos aeropuertos principales:

Bogotá cuenta con más de 450 vuelos semanales internacionales y dos aeropuertos principales.

- Aeropuerto Internacional El Dorado
- Puente Aéreo de Bogotá

¹¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/colombia>

Ubicado a 11 km del centro de la ciudad, el Aeropuerto Internacional El Dorado recibe vuelos nacionales e internacionales y también conexiones, tránsito de vuelos y todos los procedimientos relacionados con entradas y salidas hacia y desde Colombia, que constituyen el 65% de las operaciones del país.

3.2. Balanza Comercial Entre Colombia y Ecuador.

Colombia, país andino ubicado al norte del Ecuador, es el tercer país más poblado de América del Sur y el cuarto con mayor superficie. Su economía es considerada una de las más sólidas de la región, superada únicamente por Brasil México y Argentina en el 2009, según el FMI. En la última década, las políticas fueron enfocadas en el establecimiento de condiciones favorables para la inversión extranjera y la apertura comercial con el resto del mundo.

Las relaciones comerciales de Ecuador y Colombia se sitúan dentro del marco de la zona de libre comercio existente entre los miembros de la Comunidad Andina (CAN), formada también por Perú y Bolivia.

Como complemento a esta relación se han creado Cámaras Binacionales y organizado en conjunto un sin número de ferias sectoriales internacionales, cuyo objetivo ha sido facilitar e impulsar el desarrollo comercial entre empresas ecuatorianas y colombianas.

En la actualidad, luego de la eliminación de las salvaguardias cambiarias impuestas en el 2009 por Ecuador y el mejoramiento de las relaciones políticas entre los dos países, se avizora que se alcanzarán nuevamente los niveles históricos tanto de exportaciones como de importaciones con el país norteño, que lo han convertido en uno de los principales socios comerciales del Ecuador.

Tabla No. 7

Principales Productos de Exportación e Importación.

Exportaciones	#	Importaciones
Vehículos Ensamblados	1	Energía Eléctrica
Café sin tostar	2	Medicamentos de uso humano
Aceite de Palma	3	Vehículos de Carga
Sardinas en conserva	4	Fungicidas
Atún en conserva	5	Tejidos de elastómero
Harina de pescado	6	Polipropileno
Alcohol etílico	7	Juegos de cables para medios de transporte
Calzado deportivo	8	Productos de higiene
Cocinas	9	Productos de hierro o acero sin alear
Sacos de polipropileno	10	Papel

Fuente: BCE

El intercambio comercial entre Ecuador y Colombia se ha desarrollado principalmente en industrias como la Automotriz, Productos del mar, medicamentos, textiles y Recursos energéticos.

Dentro de las exportaciones, el rubro más importante para el Ecuador, es el de Vehículos Ensamblados (de carga, urbanos y 4x4), sumando un 23,26% del total, en el 2009, alcanzando un valor FOB en conjunto de USD 157,40 millones.

Por su parte, el producto más importado durante el 2009 fue la Energía Eléctrica, que representó el 7,25% (USD 109.81 millones CIF), de las importaciones desde Colombia.

En total se exportan a Colombia productos de 967 partidas arancelarias distintas, mientras que la oferta colombiana hacia Ecuador agrupa más de 2.908 partidas.

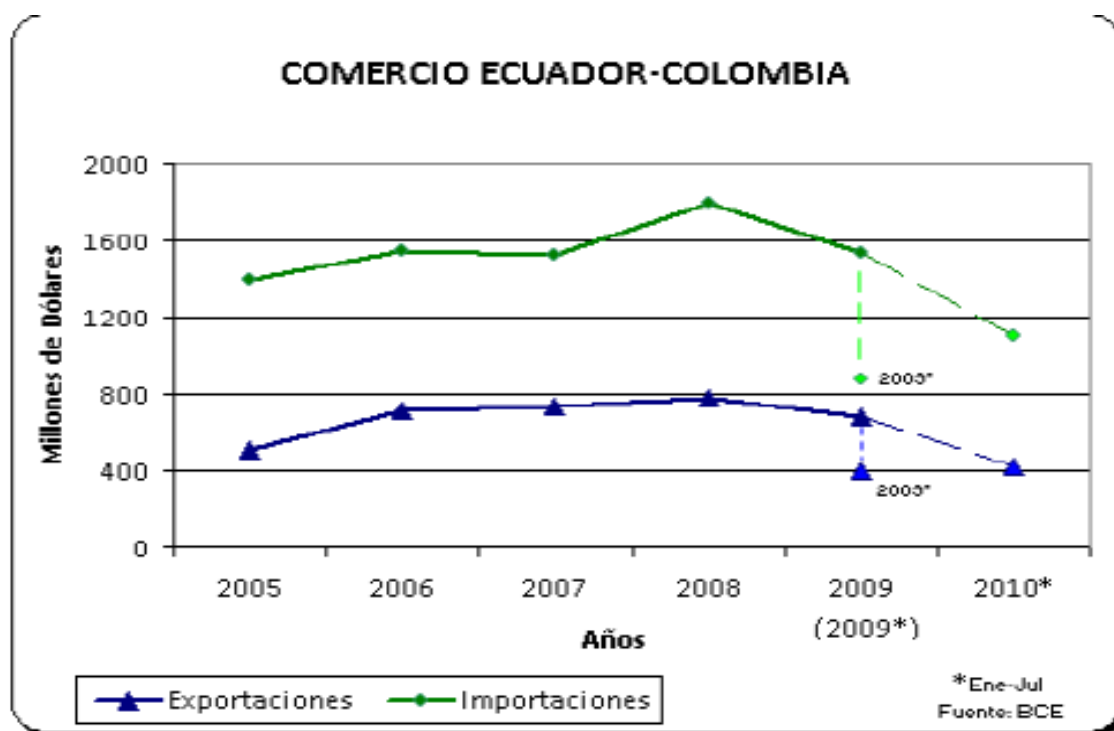
3.2.1. Balanza comercial Ecuador - Colombia.

La Balanza Comercial con Colombia ha mantenido históricamente saldos negativos.

En el 2009 el comercio entre ambos países se vio afectado por la aplicación de salvaguardias, reflejándose esto en una disminución del 14% de las importaciones con respecto al 2008. Por otro lado las exportaciones hacia el vecino país también se redujeron en un 13%.

En el 2010, junto con la eliminación progresiva de las salvaguardias, las exportaciones repuntaron en 6% y las importaciones en 26% considerando el período de enero a julio del presente año comparándolo con el mismo período del año anterior.

Gráfico No. 4



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

3.3. Mercado Objetivo.

El mercado colombiano, y en especial la ciudad de Bogotá presenta, distintas características, que lo convierte en un mercado potencial para nuestro producto. Entre las más importantes, la población cuenta con ingresos apropiados, que le permite adquirir productos derivados de cuero.

Las tendencias de moda que cambian constantemente. La gran mayoría de hombres y mujeres poseen algún artículo hechos de derivados de cuero. A continuación presentamos un gráfico e donde se puede observar que Bogotá es una de las principales ciudades exportadoras de artículos derivados del cuero.

Gráfico No. 5
Volumen de Exportación de Artículos de Cuero.

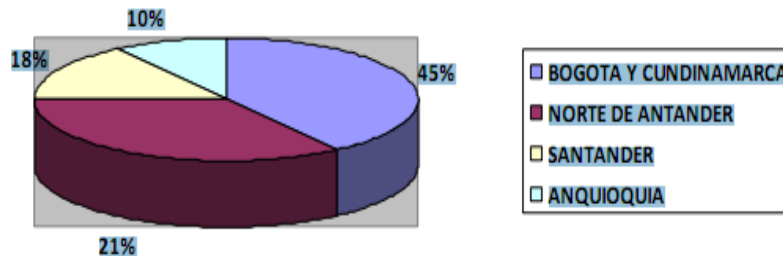
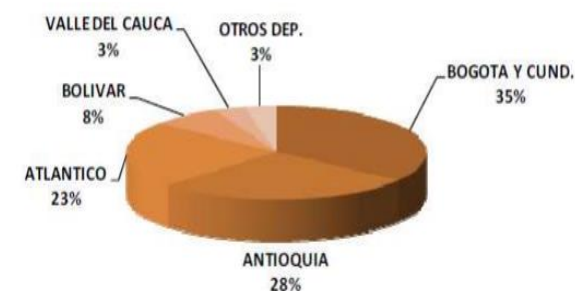


Gráfico No. 6
Principales Departamentos Exportadores de Derivados de Cuero por Departamento



FUENTE: DIAN. Cálculos de ACICAM

Las industrias colombianas son muy exigentes al momento de importar materias primas, ya que buscan las mejores materias primas con el fin de hacer los mejores artículos derivados de cuero y que estos sean de calidad.

Bogotá es una de las ciudades latinoamericanas que más atraen la inversión extranjera. Desde 2007, la ciudad ha escalado tres posiciones, para quedar en octavo lugar en la lista de "Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina", elaborada por la Cámara de Comercio de Bogotá.

La fuerza de trabajo de Bogotá está constituida por una población de cerca de cinco millones de personas en edad de trabajar, una industria con un alto nivel de desarrollo y un área rural de 129.815 hectáreas que la abastecen de materias primas, además de las que diariamente llega de todos los rincones del país.

Una de las razones más poderosas para ver el potencial de la capital en el desarrollo de las empresas extranjeras y sus inversiones consiste en su ubicación: está en el medio del país, del continente americano y con acceso a los océanos Pacífico y Atlántico. Esto le ha permitido tener numerosas conexiones aéreas con vuelos diarios hacia las principales ciudades del mundo.

El Fondo Monetario Internacional, en su informe "World Economic Outlook - 2010", destacó a Colombia como la quinta economía latinoamericana, gracias a su Producto Interno Bruto - PIB. El progreso de Bogotá en materia económica y empleo ha permitido en gran parte que esto sea así.

Ubicación geográfica privilegiada y alta frecuencia aérea a ciudades principales como Nueva York, Buenos Aires, Barcelona, Washington, Lima, París, etc. Acceso al mercado colombiano, que tiene un valor de US\$ 229 billones (millón de millones).

Acceso a un mercado global que tiene un valor de US\$36 trillones, gracias a los tratados de comercio en rigor con Mercosur, Comunidad Andina, México, Chile, Canadá y El Salvador, Guatemala y Honduras.

Una gran fuerza de trabajo, recurso humano capacitado y uno de los regímenes laborales más flexibles del continente.

Un excelente clima de negocios, dada la estabilidad del mercado, la baja volatilidad de la moneda y un régimen que estimula.

Atractivos incentivos para la inversión en Bogotá: 5 zonas libres de impuestos y bajos impuestos deducibles del ingreso, exenciones del impuesto de IVA (VAT en inglés) e ICA.

Gráfico No. 7

Fuerza de trabajo disponible por edades*



*Datos corresponden a enero - noviembre 2010

Fuente: Secretaría de Desarrollo Económico con base en DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares

3.4. Identificación del Producto a Exportar.

3.4.1. El Producto a Exportar.

El cuero es uno de los materiales más nobles, su versatilidad permite abrir un espectro que amplía cada vez más sus usos. El cuero puede ser utilizado para tapicería, en todas sus aplicaciones, sillones, almohadones, sillas, cabeceras de cama, entre otras cosas; alfombras y carpetas, objetos decorativos,

marroquinería, artículos para la industria, artículos para vestimenta, herramientas, artículos para la construcción, artículos para uso militar, encuadernación de libros, pergaminos, y así podría continuar una lista interminable.

Luego de haber identificado el país y la ciudad a la cual exportaremos, identificamos los productos potenciales de la empresa, debido a la demanda que tienen las industrias colombianas por la materia prima decidimos ofertar nuestro cuero terminado.

Tabla No. 8
Partida Arancelaria

Nombre del Producto	Partida Arancelaria	
Cuero Terminado	4112.02.91	Cuero Natural, regenerado, preparado después del curtido y secado.

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Tabla No. 9
Descripción del Producto a Exportar

Grosor de la piel.	0.9 a 4 ml
Proceso de curtación	Cromo natural, plenamente recortado, planchado.
Origen	Ecuador
Piel ignifugada.	Si, tratamiento específico.
Tamaño	Piezas de 4.5 m2
Tratamiento anti mancha	Si, específica.

FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

3.4.2. Lugar de Fabricación del Producto.

La planta de producción de Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., se encuentra localizada en la ciudad de Salcedo, provincia de Cotopaxi, por la gran facilidad que presta en cuanto a la infraestructura y servicios básicos para el proceso de producción de cueros terminados.

3.4.3. La Garantía del Producto

Para la elaboración de sus productos, Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., selecciona cuidadosamente la materia prima (cuero crudo), el mismo que no contiene cicatrices, manchas, marcas, estos procesos permite obtener cuero terminado de alta calidad para la confección de artículos de calzado, vestido, marroquinería y otras.



Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., imprime su sello de calidad en sus productos al ser tratados a través de técnicas vegetales y químicas que preservar el ambiente y la contaminación.

3.4.4 Empresas dedicadas a la promoción del cuero

En la ciudad de Bogotá se encuentran varias empresas dedicadas a la actividad de la curtiduría, entre ellas se destacan las más importantes:

Tabla No. 10

Empresas Dedicadas a la Promoción del Cuero

<p>NALSANI</p> 	<p>Fernando Morales Gerente General CI 2143ª-23 (57)(1)3350077 Colombia-Bogotá</p>	<p>U\$14.544.369 29.29% (Total de ventas en artículos de cuero).</p>	<p>Su marca comercial el totto, especializada en maletines, maletas, billeteras y artículos similares, altamente posesionada en el mercado nacional, produce y exporta de manera exclusiva para mercados externos.</p>
<p>CUEROS VELEZ</p> 	<p>Juan Raúl Vélez Gerente General Calle29#52-98 Tel.2653989 Colombia-Bogotá www.cuerosvelez.com</p>	<p>U\$12.239.746</p>	<p>Fabricante importador comercializador de de calzado y artículos e cuero para dama y caballero, con 30 años de trayectoria en el mercado Venta con 60 puntos de venta directa a nivel nacional, ubicados en el centro del país. Exporta a Bélgica, España, Alemania, México Estados Unidos con su marca comercial Vélez</p>
<p>OUR BAG</p> 	<p>Claudia Restrepo Gerente de mercado. Colombia-Bogotá Tel.2823155 www.bootsnbags.com</p>	<p>U\$4558.538</p>	<p>Su marca comercial boots y bags fabricante de bolsos, maletas, billeteras y accesorios destinados a mujeres de segmento alto, su valor agregado del producto se basa e el diseño cuenta con 22 pintos de venta directa, exporta a Venezuela, México, Perú y Brasil.</p>
<p>MESACE</p> 	<p>Martha Lucia Gonzales. Gerente comercial. Colombia-Bogotá www.mesacemoda.com</p>	<p>U\$2.132.363</p>	<p>Marca comercial mesase, cuenta con 8 puntos de venta directa a nivel nacional. Líder en fabricación de sillas de montar en todo el país y ventas vía internet.</p>

ELABORADO POR: Las autoras.

Dentro del mercado Colombiano encontramos varias industrias dedicadas, a la importación de cuero terminado, dentro de la ciudad de Bogotá, para esto hemos identificado a cuatro posibles compradores, los mismo que se encuentran en la búsqueda de materias primas de calidad y a precio más bajos, sin embargo el objetivo Ecuatoriana de Curtidos Salazar es llegar a cubrir la demanda de estas empresas dando a conocer su producto, conscientes de su volumen de producción y de sus necesidades, la selección deberá hacerla con la que mejor se adapte a su proceso pero sobretodo con la le brinde mayor garantía de crecimiento y reconocimiento del mercado.

3.5. Precios.

La industria curtidora destina alrededor del 80% de su producción a mercados externos que le aseguran estabilidad en la demanda y mejores condiciones de pago. El negocio exportador se concentra en las curtiembres de mayor tamaño, capaces de satisfacer los requerimientos de volumen y calidad. Más de la mitad de los cueros se exportan terminados hacia mercados desarrollados en donde se realizan las últimas etapas de transformación, aquellas que resultan menos contaminantes y de mayor valor agregado que las iniciales realizadas localmente.

Para esta línea se ha utilizado una determinación de precios que considerara las siguientes variables:

- Costos de producción más un costo de utilidad.
- Costo de transporte más envió.
- Análisis referencial del precio de los fabricantes de similares.
- La calidad de los artículos de la competencia vs la nuestra y el precio.
- Las regulaciones de los tratados internacionales que podrían afectar a nuestro producto.

Tabla No. 11

Precios de la Competencia

No.	Razón Social	Producto de cuero terminado	Precios en dólares
1	Promecalza	m ²	\$ 9
2	El Alce	m ²	\$ 12
3	Equipaggio	m ²	\$ 10
4	El Cuero	m ²	\$ 13
5	Cuerotex	m ²	\$ 12
6	Buestan	m ²	\$ 10
7	Calital	m ²	\$ 11

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
REALIZADO POR: LAS AUTORAS

3.5.1. Forma de Negociación

Los términos de la negociación se hallan descritos en el siguiente convenio, documento suscrito por los representantes legales de ambas empresas.

Convenio de Relación Comercial Entre Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A y Enkador S.A.

Se conviene celebrar el presente convenio entre ECUATORINA DE CURTIDOS SALAZAR S.A Y ENKADOR S.A. la legalmente representada por la SANTIAGO RAÚL LÓPEZ SALAZAR en calidad de Gerente General, entre ENKADOR S.A, y que en adelante para efecto del presente contrato se les denominara CURTIDOS SALAZAR S.A - ENKADOR S.A. respectivamente, el cual consta de las siguientes cláusulas:

Condiciones del Contrato

Primera.- Antecedentes

ECUATORIANA CURTIDOS SALAZAR S.A, Es una organización con reconocimiento legal desde el 12 de Abril de 1977

ENKADOR S.A. Empresa exportadora de hilos, textiles y cuero terminado, creada en 1975, en el año 2007 es la primera empresa exportadora textil.

Segunda.- Objetivo

Fortalecer la individualidad organizacional y el vínculo comercial entre ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A como proveedor de cuero terminado y ENKADOR S.A como empresa importadora de productos de cuero terminado.

Tercera.- Acuerdo Comercial

- Compromiso a mediano plazo: en el marco de los criterios del comercio justo, ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A se compromete en desarrollar una relación duradera con ENKADOR.

- Descripción del producto:
 - Volúmenes

25 TN, que contendrá 16.000 piezas de cuero terminado de 4,5 m², para el primer año. Estas cantidades se adecuarán en función del desarrollo de las ventas en BOGOTÁ - COLOMBIA y de las capacidades de producción en el Ecuador.

Cuarta.- Responsabilidades de las Partes

ENKADOR S.A

- ENKADOR S.A, pagará a ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A, un precio por cada exportación de acuerdo a los criterios de comercio justo y gastos incurridos en el mismo.
- ENKADOR S.A, cubrirá el costo de la cinta de embalaje, plástico adherente (stretch film) y sunchos con la debida oportunidad.
- ENKADOR S.A, pondrá por escrito a ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A, las órdenes de producción para cada exportación, por lo menos 45 días de anticipación.
- ENKADOR S.A, se encargara de la comercialización del producto a través del presente convenio, llevará el reconocimiento de ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A como organización proveedora.
- ENKADOR S.A, realizara un pago a ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR del 50% del valor a la firma de cada orden de producción y el 50% restante al momento de la entrega del producto en el puerto de Quito.

ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR

- ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR, asegurara la producción de la materia prima de conformidad a la cantidad, tiempos, especificaciones técnicas y normas de calidad exigidas por ENKADOR.
- ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR, entregara a ENKADOR la información sobre los procesos, puntos críticos y controles de calidad realizados; u otra información que sea necesaria para poder obtener un producto final con la calidad esperada y asegurar su comercialización.
- ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR, se responsabilizará de los costos de exportación hasta el AEROPUERTO DE QUITO.
- ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR, se compromete a entregar el pedido en el tiempo establecido y con la calidad requerida.
- ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR, se compromete establecer el precio de acuerdo a los criterios de Comercio Justo.
- ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR, facturará a ENKADOR S.A el valor del producto terminado para exportación.
- ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR, detallará el valor de la materia prima según los precios definidos por el sistema FLO.” Y los costos incurridos en sus procesos.

Quinta.- Duración del Convenio

El plazo de duración de este convenio es de un año contando desde la fecha de suscripción. Caso contrario cualquiera de las partes debería notificar con al menos 60días de anticipación de terminación del mismo.

El convenio se renovará automáticamente si no existiera notificación por escrito, en conformidad a la presente cláusula.

Sexta.- Terminación del Contrato

El presente convenio se dará por terminado por las siguientes consideraciones:

- Por vencimiento de plazo del convenio, si no existiera renovación.
- Por incumplimiento del convenio por cualquiera de las partes.
- Por voluntad de las partes.
- Por causas de fuerza mayor o caso fortuito

Séptimo.- Aspectos Legales.

En caso de controversia las partes se someten al arbitraje de la Cámara de Comercio de QUITO.

Las partes se ratifican en cada una de las cláusulas de este convenio y para constancia firman en tres copias de idéntico tenor, en Quito a.....del 2012.

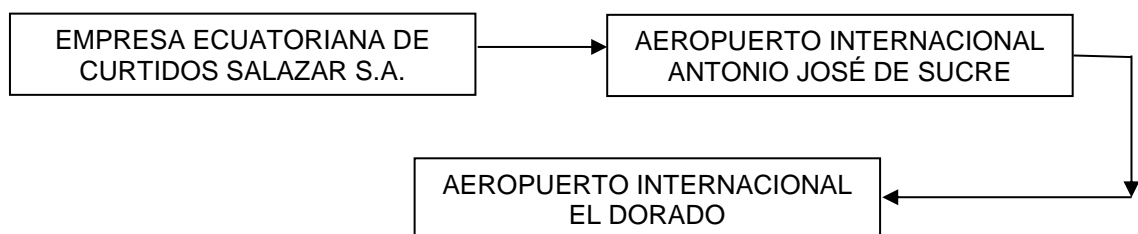
PRESIDENTE DE ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A.

REPRESENTANTE DE ENKADOR S.A.

3.5.2. Ruta-Origen-Destino

La Empresa Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A y la empresa ENKADOR, para la exportación de los diversos productos realiza la siguiente ruta: origen-destino.

Gráfico No. 8
Ruta-Origen-Destino



FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Sin embargo, cabe destacar que una vez producido el cuero terminado, se trasladará hasta el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de la ciudad de Quito, lugar donde se entregará a la empresa ENKADOR S.A; terminado ahí la responsabilidad de la Empresa Ecuatoriana de Curtidos Salazar.

3.5.3. Conservación y Manejo del Producto

Las mercancías deben protegerse de todos los riesgos a que estarán expuestas en el transcurso de un envío de exportación, desde el momento primero que salen de la fábrica hasta llegar a las manos del consumidor final, pues las mismas recorrerán cientos de kilómetros en una variada gama de medios de transporte.

Empacando y embalando adecuadamente las mercancías evitaremos costos innecesarios, logrando así, la entrega de un producto en óptimas condiciones de conservación y sin demoras al importador.

Es norma generalizada en los contratos de compra - venta especificar las características de los embalajes que se utilizan. En el supuesto de que no se mencione en el contrato conviene solicitar esa información al mismo importador o agente de aduanas, debido a que su experiencia resulta de gran ayuda.

1. **Elección del Embalaje más conveniente:** La protección del producto se comienza en el departamento de transporte de Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., se debe tener un conocimiento amplio sobre los tipos de embalajes más indicados y los elementos de amortiguación más convenientes y económicos, así como los reforzamientos y enflejamientos adecuados, la marcación, etc.

Al preparar el embalaje de exportación, es necesario tener en cuenta la palabra “unificación”. Los cajones grandes, generalmente sufren menos maltratos y son mejor cuidados que los cajones pequeños; por consiguiente, es útil que se unifique el tamaño de los embalajes de exportación.

Imagen No. 3
Selección del Embalaje



FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

2. **Tipos de embalajes.**- Para la exportación de los productos se utilizará cajas de cartón corrugado por su gran resistencia a la rotura por presión de 275 libras por pulgada cuadrada, y por ser flexible sobre la madera, y dar mayor amortiguación contra los golpes, las tasas de seguro por este tipo de embalaje son más bajas.

Imagen No. 4
Tipos de Embalaje



FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

3. **Uso de contenedores:** Para el transporte internacional del producto es recomendable el uso de contenedores, los cuales son equipos especializados hechos de acero para el transporte multimodal (por más de un medio de transporte) de las mercancías.

Este medio ofrece varias ventajas:

- Proveen un modo de movilización de carga, a través de diversos medios de transporte sin necesidad de desempacar y empacar nuevamente, siendo esto un ahorro en mano de obra y una disminución en el período de tránsito de las mercaderías.

- Añade protección mientras están en tránsito, pues generalmente, éstas permanecen dentro del contenedor durante todo el viaje.
- Se adaptan fácilmente a vehículos especializados, así como a los equipos utilizados para un mejor y eficiente modo de transporte.

Imagen No. 5
Uso de Contenedores



FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

4. **Aspectos Importantes:** Cualquiera sea el tipo de embalaje a utilizarse, conviene la protección adicional del producto, por medio de su envoltura en materiales impermeables o protectores, por ejemplo papel kraft, papel alquitranado, tela plástica, arpillera, etc.

3.6. Estrategias de Marketing

3.6.1. Estrategia de Marca

- **Registrable internacionalmente:** La marca debe estar disponible para ser utilizada en los mercados potenciales, lo ideal es poder registrar un nombre

que se encuentre libre en los principales mercados. En el caso del cuero terminado de Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., este nombre no se encuentra registrado, por lo tanto se puede registrar esta marca.

- **Internacionalizable:** Sin connotaciones negativas en los diferentes países. Un aspecto fundamental es que la marca se puede utilizar en los distintos mercados.
- **Fácil de pronunciar:** La marca se debe pronunciar fácilmente, con la finalidad de facilitar la difusión mediante comentarios de clientes, empleados de tiendas, asesores y otras personas que se relacionan con la marca. Y especialmente importante es disponer de una marca fácil de pronunciar cuando el producto tiene que pedirse a un vendedor.
- **Fácil de escribir:** En algunos casos, como las direcciones de Internet es fundamental una dirección fácil de escribir. En cualquier caso dado que puede ser necesario escribir los pedidos, es interesante que sea fácil de escribir la marca que identifica al producto.
- **Fácil de recordar:** Es una característica fundamental porque el consumidor suele comprar marcas que conoce y para que la comunicación comercial tenga efecto es necesario que se recuerde la marca.
- **Corta:** Es de especial interés para los productos pequeños que se venden en régimen de autoservicio, tener una marca corta de forma que las letras de etiqueta sean de mayor tamaño.
- **Evocadora:** Es la característica más importante, es decir que el nombre por sí mismo el consumidor lo asocie con atributos positivos del producto. La evocación de la marca debe estar relacionada con el posicionamiento y la imagen del producto.

La marca “Ecuatoriana de Surtidos Salazar S.A.” es la marca que se puede comercializar en los diferentes países de habla hispana. Pero para su comercialización en Europa necesitamos traducir este nombre a un similar.

3.6.2. Estrategias de Publicidad

Un plan de publicidad se basa en diseñar productos que busquen satisfacer los gustos o necesidades del cliente, establecemos precios de acuerdo a su capacidad económica, establecemos canales de venta o distribución que se encarguen de distribuir o vender nuestro producto en los lugares donde suele frecuentar, establecemos mensajes publicitarios para obtener mejores resultados en él.

Una de las estrategias de comunicación que se aplicará para la comercialización de cuero terminado es la de Cybermarketing a través del internet podemos aplicar diferentes estrategias de marketing, se puede decir que en la actualidad este medio de comunicación es el más rápido y uno de los más utilizados en el mundo ya que se ha convertido en una herramienta principal para la comercialización y el marketing de diferentes productos, ya que mediante este medio se puede promocionar, vender y establecer nuevos contactos.

Con el diseño de una página web se podrá encontrar el catálogo de los diferentes tipos de cuero con el que cuenta la empresa, el cual expondrá datos generales, textura, ventajas, características de los mismos, e incluso las personas que visiten la página web podrán solicitar muestras de nuestros productos, precios, solicitar cotizaciones y hacer pedidos.

Otra forma de promoción son las ferias nacionales e internacionales que a más de fomentar el turismo da a conocer los productos que oferta el Ecuador. La información de fechas y lugares de ferias a realizarse la proporcionan organizaciones de apoyo a las exportaciones como la CORPEI, Cámaras de Comercio y Gremios Artesanales.

La página web está elaborada para el comercio internacional como medio de comunicación y de marketing directo para nuestros compradores en donde se

muestra el portafolio de productos, precios y contactos para la comercialización directa.

Para dar a conocer el producto también se va utilizar un marketing visual ubicando afiches en nuestras oficinas y en los almacenes donde se venda el producto, incentivando a la compra del mismo.

Imagen No. 6 Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A



FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

3.6.3. Estrategias de Promoción

La promoción comercial que normalmente se utiliza para dar a conocer los productos es a través de los canales de distribución, que se detalla a continuación:

- El productor hace promoción fuertemente al producto a través de él o los importadores, el importador a través de los mayoristas, a su vez hacen lo

mismo respecto a los detallistas y estos hacen promoción muy decidida del producto con los consumidores.

- Planes de fidelización.- mediante este mecanismo es posible personalizar las compras, dando seguimiento al comprador con una base de datos en fin, todas las herramientas posibles que hagan que el comprador sea “creyente” de la marca.
- La estrategia de promoción más utilizada será la promoción informativa mediante el envío de muestras y búsqueda de contactos para de esta manera dar a conocer al cliente los atributos y ventajas que tiene el producto a diferencia de otros sacos.
- En el caso de los distribuidores nos manejaremos con promociones de descuentos, como una tentativa se podría dar el 5% cuando el pago sea en efectivo, dependiendo del monto de la compra.

La promoción debe cumplir siempre con las siguientes finalidades:

- Llamar la atención sobre la marca y el producto
- Mantener el interés y desarrollar el mercado
- Hacer nacer el deseo y la novedad por el producto
- Obtener la acción de compra y fidelidad
- Exhibición y muestras gratis en el punto de venta

3.6.4. Tipo de Página WEB

Por el diseño y texto de la página Web, ésta es una página de tipo publicitaria e informativa, con la cual se busca conseguir presencia e imagen de “Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A.” a nivel mundial, el diseño de la página es atractiva, interactiva y multimedia.

A través de esta página se conseguirá:

- Mayor presencia en el mercado Internacional
- Persuadir al cliente que compre productos de cuero Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A.
- Posicionar el producto en el mente del consumidor

Las condiciones de compra estarán vigentes al momento de la negociación vía electrónica.

3.7. Estrategias de Exportación.

3.7.1. Ventajas y Riesgos en la Exportación

❖ Ventajas:

- Ampliar la participación de la empresa en el mercado.
- Incrementar la producción, utilizando la capacidad ociosa.
- Reducir los riesgos, al no depender únicamente del mercado nacional.
- Se reducen los efectos en caso de estancamiento de la demanda nacional.
- La calidad de los productos se mejora considerablemente cuando éste se adapta a los estándares internacionales.

❖ Riesgos:

Por otro lado, así como exportar puede traer ventajas, también pueden presentarse riesgos potenciales, tales como:

- Lanzarse a ciegas. Uno de los riesgos más frecuentes y fáciles de evitar son aquellos que resultan de la inexperiencia. Entre estos podemos mencionar el pretender abarcar muchos mercados al mismo tiempo, sin considerar la capacidad de producción para atender las demandas de altos volúmenes. Es importante que aquí usted, amigo empresario, considere esto como un riesgo

si su producción o su proveedor no va a poder responderle a determinadas exigencias de volumen o bien de calidad.

- **Riesgos financieros:** Es posible que usted envíe la mercadería y no reciba su pago. Aquí pueden presentarse dos situaciones: Usted no cumplió con los requerimientos del comprador (empaquete, calidad, tiempo de entrega, etc.) o bien la persona con quien usted hizo la negociación es deshonesto. Antes de cualquier negociación se debe investigar los contactos y solicitar referencias.
- **Riesgos legales:** Usted puede involucrarse en negocios supuestamente “atractivos” que prometen hacerlo rico de la noche a la mañana, sin embargo, estos no siempre son legales.
- **Riesgos políticos:** Aquellos que pueden darse debido a cambios drásticos en la política de un país. Tales como, movimientos multitudinarios de la población, restricciones a la transferencia de divisas, restricciones sorpresivas a la importación de determinados productos, políticas de proteccionismo a productos locales, etc.

3.8. Estrategias de Comercialización.

- **La Oferta**

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores (oferentes) están decididos a poner a disposición del mercado en un precio determinado.

El propósito del análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, opera en función de una serie de factores, como el precio del producto en el mercado y otros. La investigación de campo deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolle el proyecto.

Tabla No. 12
Oferta de Cuero Terminado en Piezas de 4,5 m²

DETALLE	2007	2008	2009	2010	2011
ECUAEXPORT	830	920	1020	1130	1250
NOVIPIEL CIA. LTDA	1380	1530	1700	1890	2100
CUERONET	1280	1420	1580	1760	1950
TENERÍA PALMAY	230	260	290	320	350
CUTIDURÍA TUNGURAHUA	1180	1310	1460	1620	1800
CURIDURÍA CURILAN S.C	830	920	1020	1130	1250
HERNÁN DARQUEA E HIJOS	640	710	790	880	980
EL ALCE S.A	1090	1210	1340	1490	1650
CUEROS Y PIEL	1380	1530	1700	1890	2100
INCALVI	430	480	530	590	650
TOTAL	9270	10290	11430	12700	14080

FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Tabla No. 13
Resumen de la Oferta de Cuero Terminado en Piezas de 4,5 m²

AÑOS	OFERTA HISTÓRICA
2007	9270
2008	10290
2009	11430
2010	12700
2011	14080

FUENTE: CUADRO NO. 12
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Tabla No. 14
Calculo de Proyección de la Oferta de Cuero Terminado en Piezas de 4,5 m²

OFERTA	Y	X	Xy	x2
2007	9270,00	-2,00	-18540,00	4,00
2008	10290,00	-1,00	-10290,00	1,00
2009	11430,00	0,00	0,00	0,00
2010	12700,00	1,00	12700,00	1,00
2011	14080,00	2,00	28160,00	4,00
	57770,00	0,00	12030,00	10,00

FUENTE: CUADRO NO. 13
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

$$Y = a + bx$$

$$xy = ax + bx^2$$

$$57770 = 5a + b(0)$$

$$12030 = a(0) + b(10)$$

$$a = 57770/5$$

$$b = 12030/10$$

$$a = 11554$$

$$b = 1203$$

$$y = 11554 + (1203) (6)$$

$$y = 18772$$

$$y = 11554 + (1203) (7)$$

$$y = 19975$$

$$y = 11554 + (1203) (8)$$

$$y = 21178$$

$$y = 11554 + (1203) (9)$$

$$y = 22381$$

$$y = 11554 + (1203) (10)$$

$$y = 23584$$

CUADRO No. 15

PROYECCIÓN DE CUERO TERMINADO EN PIEZAS DE 4,5 m²

AÑOS	OFERTA PROYECTADA
2012	18772,00
2013	19975,00
2014	21178,00
2015	22381,00
2016	23584,00

FUENTE: CUADRO NO. 14
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

- **La Demanda**

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o reclama para lograr satisfacer una necesidad específica a un precio determinado. El propósito principal del análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan al mercado con respecto a un bien o servicio, así como establecer las posibilidades del producto proyectado en la satisfacción de dicha demanda, la cual opera en función de una serie de factores, como: el precio en términos reales, el nivel de ingresos de la población y los precios sustitutos o productos complementarios.

Tabla No. 16

Demanda Histórica de Cuero Terminado en Piezas de 4,5 m² en la Ciudad de Bogotá

AÑOS	DEMANDA HISTÓRICA
2007	32270,00
2008	35850,00
2009	39830,00
2010	44260,00
2011	47590,00

FUENTE: Curtidos Salazar
ELABORADO POR: Las Autoras

Tabla No. 17

Cálculo para la Demanda Proyectada de Cuero Terminado en Piezas de 4,5 m² en la Ciudad de Bogotá

AÑOS	Y	X	Xy	x2
2007	32270,00	-2,00	-64540,00	4,00
2008	35850,00	-1,00	-35850,00	1,00
2009	39830,00	0,00	0,00	0,00
2010	44260,00	1,00	44260,00	1,00
2011	47590,00	2,00	95180,00	4,00
	199800,00	0,00	39050,00	10,00

FUENTE: CUADRO No. 16
ELABORADO POR: Las Autoras

$$Y = a + bx$$

$$xy = ax + bx^2$$

$$199.800 = 5a + b(0)$$

$$39050 = a(0) + b(10)$$

$$a = 199800/5$$

$$b = 39050/10$$

$$a = 39960$$

$$b = 3.905$$

$$y = 39960 + (3905)(6)$$

$$y = 63390$$

$$y = 39960 + (3905)(7)$$

$$y = 67295$$

$$y = 39960 + (3905)(8)$$

$$y = 71200$$

$$y = 39960 + (3905)(9)$$

$$y = 75105$$

$$y = 39960 + (3905)(10)$$

$$y = 79010$$

Tabla No. 18

Demanda Proyectada de Cuero Terminado en Piezas de 4,5 m² en la Ciudad de Bogotá

AÑOS	Demanda Proyectada
2012	63390,00
2013	67295,00
2014	71200,00
2015	75105,00
2016	79010,00

FUENTE: CUADRO No. 17
ELABORADO POR: Las Autoras

- **Demanda Insatisfecha**

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

Tabla No. 19
Demanda Insatisfecha de Cuero Terminado en Piezas de 4,5 m²

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2012	18772,00	63390,00	44618,00
2013	19975,00	67295,00	47320,00
2014	21178,00	71200,00	50022,00
2015	22381,00	75105,00	52724,00
2016	23584,00	79010,00	55426,00

FUENTE: CUADRO No. 15,18
ELABORADO POR: Las Autoras

- **Capacidad Instalada.**

La empresa Curtidos Salazar, puede producir en su planta un 35,859% de la demanda insatisfecha para exportar piezas de cuero terminado de 4 m², con destino a la ciudad de Bogotá.

Tabla No. 20
Capacidad Instalada para Producción de la Planta

AÑO	DEMANDA INSAT.	35,859% MERCADO A CUBRIR
2012	44618,00	16000,00
2013	47320,00	16968,00
2014	50022,00	17937,00
2015	52724,00	18906,00
2016	55426,00	19875,00

FUENTE: CUADRO No. 19
ELABORADO POR: Las Autoras

3.9. Otras Consideraciones Sobre el Mercado.

3.9.1 Políticas de protección a los consumidores.

En los sistemas económicos abiertos basados en la libertad de competencia, como el que opera actualmente en Colombia, el mercado asume un papel de primer orden ya que constituye la estructura comunicativa de la oferta y de la demanda.

La política de protección al consumidor tiene su fundamento en el reconocimiento de la necesidad de acciones tendientes a reconocer los derechos de los consumidores, a la seguridad, la salud y protección de los legítimos intereses económicos, así como a la información y a la participación.

La Superintendencia de Industria y Comercio es responsable de vigilar la observancia de las disposiciones contenidas en el estatuto de protección del consumidor, hoy decreto 3466 de 1982, en tal virtud tramita las denuncias que se presentan e inicia investigaciones de oficio tendientes a establecer su contravención.

En este campo tiene facultades administrativas para ordenar la suspensión de conductas ilegales, sancionatorias para reprimir a los infractores y jurisdiccionales para resolver sobre la garantía mínima presunta.

Sin embargo, el panorama general de los colombianos es que la mayoría de estos no sabe que entidad los protege ni donde denunciar los abusos que día a día reciben.

3.9.2. Política del medio ambiente.

Las políticas son el conjunto de objetivos, principios, criterios y orientaciones generales para la protección del medio ambiente de una sociedad particular.

En Colombia, desde 1974 se ha expedido una política nacional ambiental. La política ambiental, contenida en el Plan Nacional de Desarrollo ordenó, entre otros, la creación del Ministerio del Medio Ambiente y la contratación de créditos con la banca multilateral con el fin de fortalecer la gestión ambiental.

Estableció la política ambiental denominada "Hacia el desarrollo humano sostenible". Plantea cinco objetivos básicos: promover una nueva cultura del desarrollo, mejorar la calidad de vida, promover una producción limpia, desarrollar una gestión ambiental sostenible y orientar comportamientos poblacionales. Formuló siete programas y acciones para el mejoramiento ambiental: protección de ecosistemas estratégicos, mejor agua, mares limpios y costas limpias, más bosques, mejores ciudades y poblaciones, política poblacional, y producción limpia. Y prevé siete acciones instrumentales para el desarrollo de los objetivos y programas: educación y concientización ambiental, fortalecimiento institucional, producción y democratización de la información, planificación y ordenamiento ambiental, y cooperación global.

3.10. Proceso de Elaboración del Cuero

La industria del curtido de pieles es una actividad estrechamente ligada a dos importantes sectores productivos del país, la industria del calzado y el faenamiento de animales, especialmente bovinos. Para el primero constituye su principal proveedor de materia prima, en cambio para el segundo, es un importante cliente para su subproducto: cuero.

Desde un punto de vista ambiental, el rubro curtiembre siempre ha sido mirado como una industria contaminante neta, sin tener en cuenta que aprovecha un subproducto altamente putrescible y de biodegradación lenta. Ahora bien, es cierto que el proceso del curtido genera una importante carga contaminante, sin embargo, tomando las medidas y precauciones necesarias, esta puede contrarrestarse adecuadamente.

3.10.1. Proceso de Producción

Luego de ser faenados los animales, los cueros son tratados con sal por el lado carne, con lo que se evita la putrefacción y se logra una razonable conservación, es decir, una conservación adecuada para los procesos y usos posteriores a que será sometido el cuero.

Una vez que los cueros son trasladados a la curtiembre, son almacenados en el saladero hasta que llega el momento de procesarlos de acuerdo a las siguientes etapas:

1. **Ribera:** En esta etapa el cuero es preparado para ser curtido, en ella es limpiado y acondicionado asegurándole un correcto grado de humedad. La sección de ribera se compone de una serie de pasos intermedios, que son:
 - Remojo: proceso para rehidratar la piel, eliminar la sal y otros elementos como sangre, excretas y suciedad en general.
 - Pelambre: proceso a través del cual se disuelve el pelo utilizando cal y sulfuro de sodio, produciéndose además, al interior del cuero, el desdoblamiento de fibras a fibrillas, que prepara el cuero para la posterior curtición.
 - Desencalado: proceso donde se lava la piel para remover la cal y luego aplicar productos neutralizantes, por ejemplo: ácidos orgánicos tamponados, azúcares y melazas, y ácido sulfoftálico.
 - Descarnado: proceso que consiste en la eliminación mecánica de la grasa natural, y del tejido conjuntivo, esencial para las operaciones secuenciales posteriores hasta el curtido.
 - Purga enzimática: el efecto principal del rendido tiene lugar sobre la estructura fibrosa de la piel, pero existen una serie de efectos secundarios sobre la elastína, restos de queratina de la epidermis y grasa natural de la

piel. Su acción es un complemento en la eliminación de las proteínas no estructuradas, y una acción sobre la limpieza de la flor, la que se traduce en lisura de la misma, y le confiere mayor elasticidad.

- Piquelado: El proceso de piquelado comprende la preparación química de la piel para el proceso de curtido, mediante la utilización de ácido fórmico y sulfúrico principalmente, que hacen un aporte de protones, los que se enlazan con el grupo carboxílico, permitiendo la difusión del curtiente hacia el interior de la piel sin que se fije en las capas externas del colágeno.

2. **Curtido:** El curtido consiste en la estabilización de la estructura de colágeno que compone al cuero, usando productos químicos naturales o sintéticos. Adicionalmente, la curtición imparte un particular "tacto" al cuero resultante. Una variedad de productos químicos son usados, siendo el cromo el más importante.

3. **Procesos mecánicos de post-curtición:** A continuación del curtido, se efectúan ciertas operaciones mecánicas que propenden a dar un espesor específico y homogéneo al cuero. Estas operaciones son:

- Desaguado mecánico para eliminar el exceso de humedad, además permite entregarle una adecuada mecanización al cuero para los procesos siguientes.
- Dividido o partido del cuero para separar el lado flor del lado carne de la piel.
- Raspado para dar espesor definido y homogéneo al cuero.
- Recortes, proceso por el cual se elimina las partes del cuero que no van a tener una utilización posterior.

4. **Procesos húmedos de post-curtición:** Esto consiste en un reprocesamiento del colágeno ya estabilizado, tendiente a modificar sus propiedades para adecuarlas a artículos determinados. Este objetivo se logra agregando otros curtientes en combinación o no con cromo.

En este grupo de procesos se involucra el neutralizado, recurtido, teñido y engrasado del cuero.

5. **Secado y terminación:** Los cueros, una vez recurtidos, son desaguados y retenidos para eliminar el exceso de humedad, además son estirados y preparados para luego secarlos. El proceso final incluye el tratamiento mecánico del lado flor y el descarne, seguido de la aplicación de las capas de terminación.

6. **La terminación:** consiste en anilinas o pigmentos dispersos en un binder, típicamente caseína o polímeros acrílicos o poliuretánicos, los que son aplicados por felpa, pistola o rodillo. Lacas nitrocelulósicas o uretánicas pueden ser aplicadas con solventes orgánicos como capas de superficie.

Los sistemas de terminación basados en el no uso de solventes, están siendo desarrollados rápidamente.

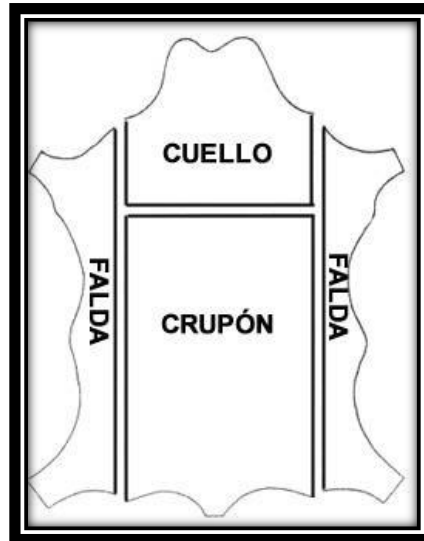
3.10.2. Zonas en que se divide la piel

En la piel fresca existen zonas de estructura bastante homogéneas de acuerdo a su espesor y grado de compactación.

Se pueden diferenciar tres grandes zonas:

Imagen No. 7

Zonas



FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR

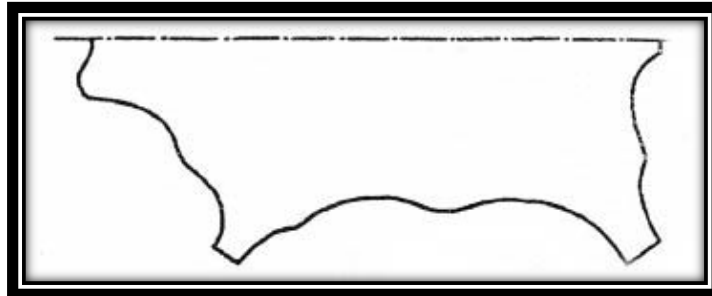
- Crupón: es la zona más homogénea tanto en espesor como en su estructura histológica; es la más compacta y valiosa. Se corresponde con la región dorsal y lumbar del animal y equivale al 45% del peso total de la piel fresca.
- Cuello: su espesor es irregular. Corresponde a la piel del cuello y cabeza del animal y representa el 25% del peso total de la piel fresca.
- Falda: Es la zona más irregular de la piel. Se corresponde con la piel que recubre el vientre y las patas. Esta zona equivale al 30% del peso total de la piel fresca.

Las pieles se pueden trabajar enteras ó cortadas en diferentes formas. Según sea la forma en que se corte tendremos las siguientes denominaciones:

- a. Media piel u hoja si la piel es cortada por el espinazo.

Imagen No. 8

Media Piel

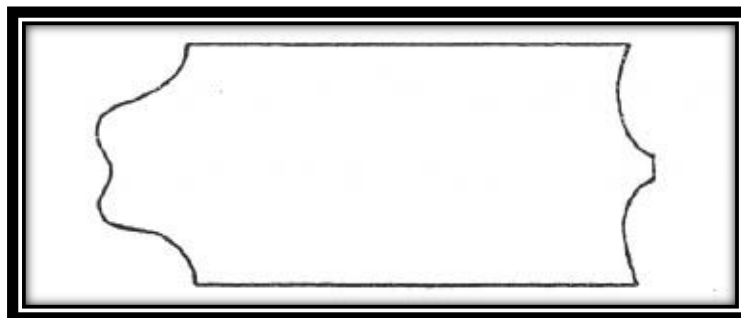


FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR.

- b. Desfaldado ó dosset cuando se separan las faldas.

Imagen No. 9

Desfaldado



FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR.

- c. Hoja desfaldada cuando primero se corta por el espinazo y a esa mitad se la desfalda.

Imagen No. 10

Hoja Desfaldada



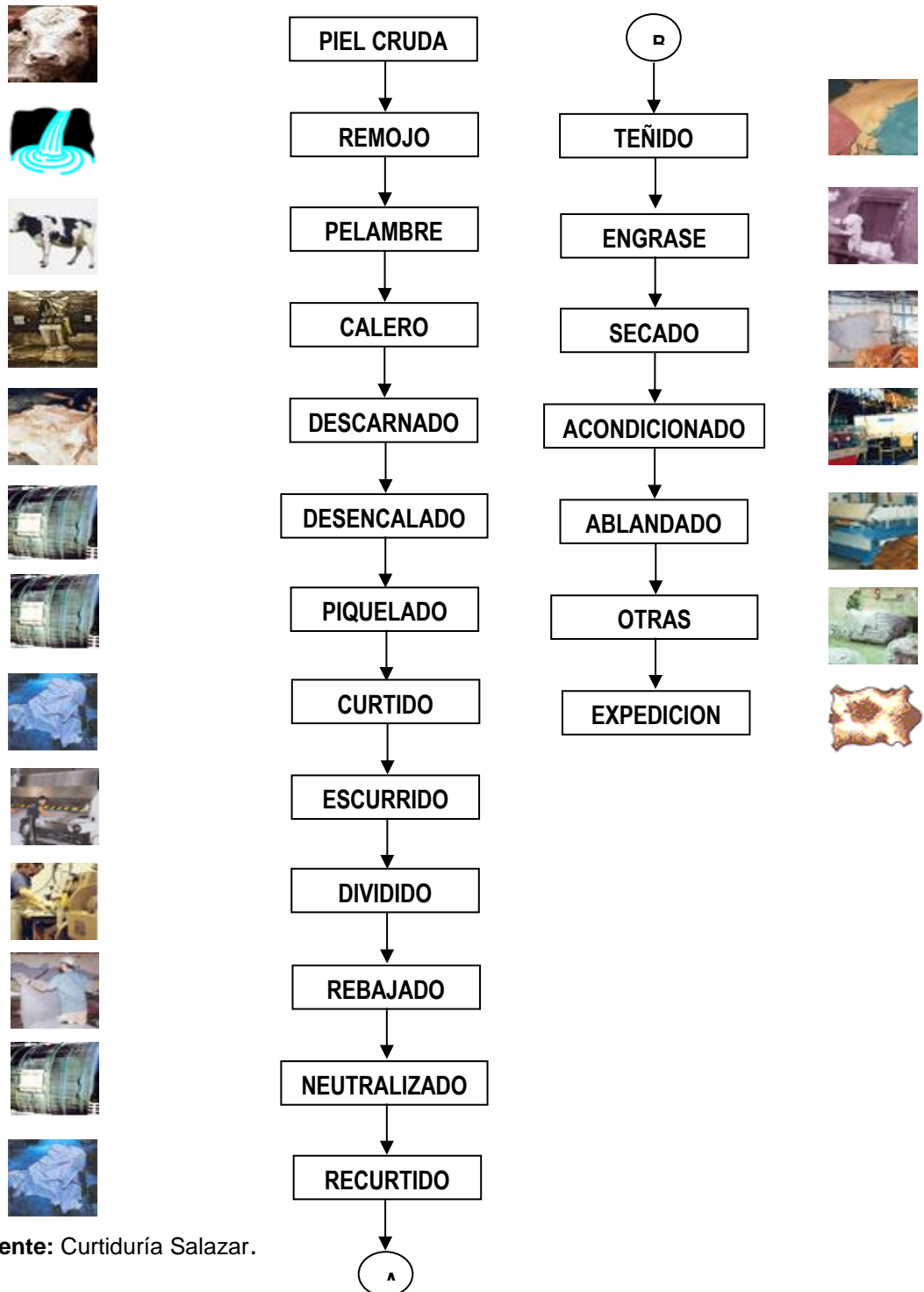
FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR.

3.10.3. Flujograma de Proceso de Producción

A continuación se presenta el flujograma de curtiembre:

Gráfico No. 9

Flujograma del Proceso de Curtiembre



Fuente: Curtiduría Salazar.

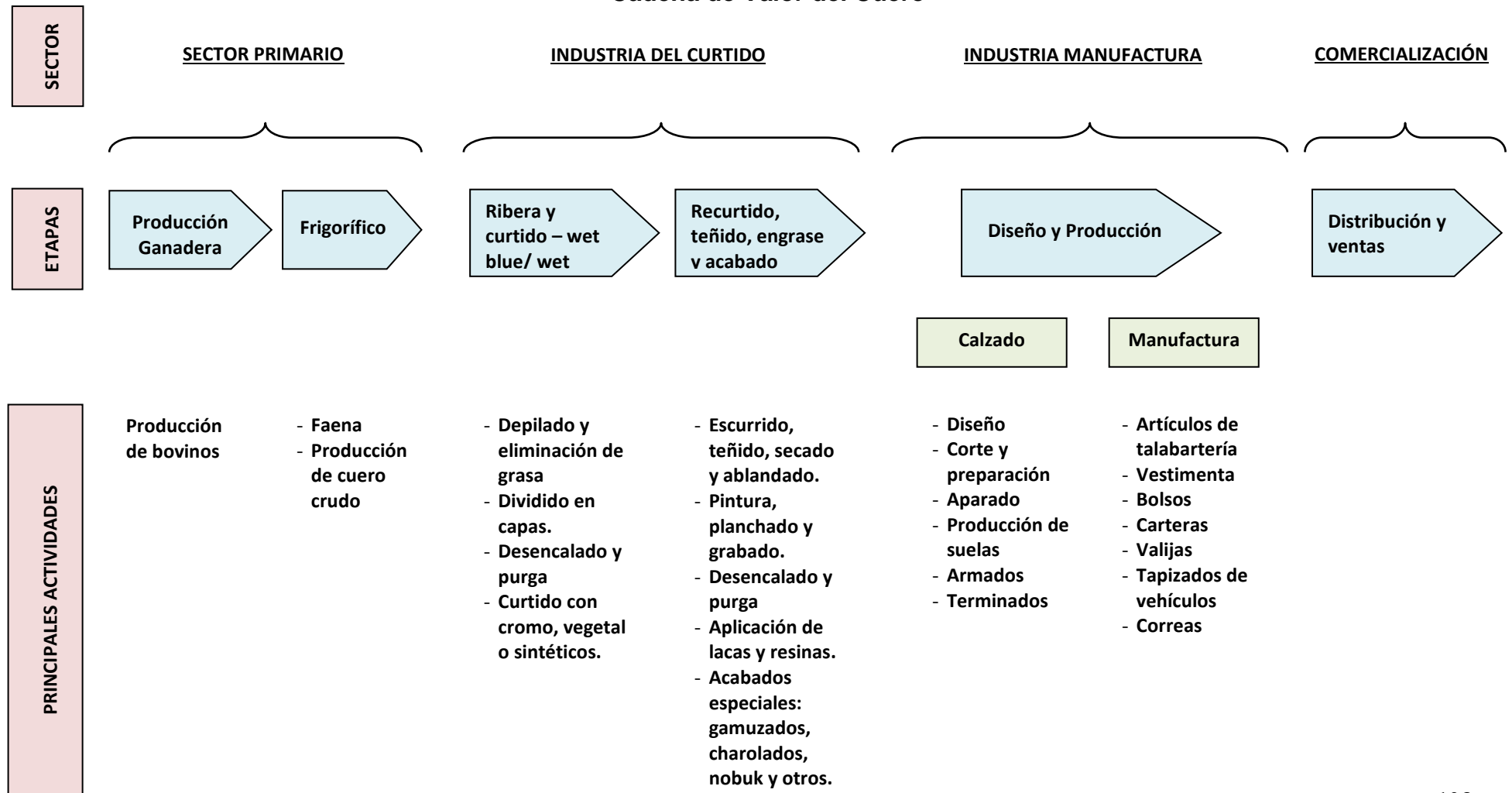
3.10.4.Cadena de Valor del Cuero

La cadena de valor del cuero tiene un enorme potencial de generación de valor en la medida en que avanza en sus diferentes etapas.

La cadena de valor del cuero, tiene que ver con los sectores que la conforman, en este caso:

- a) El sector primario en donde se encuentran los productores de ganado y los frigoríficos que vende la carne del ganado.
- b) El sector de la industria del curtido, en donde se realiza la ribera y curtido, el recurtido, el teñido, engrase y acabado.
- c) La industria de calzado y manufacturas, que corresponde a las etapas de diseño y producción de artículos de cuero.
- d) Comercialización, que corresponde a la distribución y venta de los artículos terminados a través de almacenes de exhibición y ventas.

Gráfico No. 10
Cadena de Valor del Cuero



3.11. Consideraciones Básicas para Exportar

Una respuesta rápida y concreta a que es exportar es: “simplemente, vender fuera de las fronteras”; parece simple, pero todo empresario que cotidianamente trabaja para producir, administrar y vender sus productos sabe que implica un esfuerzo permanente de empeño organizado, de entrega diaria a una labor que fructifica sólo con la aceptación del producto en el mercado externo.

Producir y vender en el mercado local requiere de gran esfuerzo y vender en el mercado externo implica uno mayor; se deben manejar otras técnicas, procedimientos y métodos.

Para exportar, lo primero y esencial es mantener y revalorizar la actitud positiva de todo empresario, teniendo en cuenta que esto generará un crecimiento económico para la empresa y por ende para el país.

3.11.1. Metodología de las estrategias de exportación

- **Régimen Aduanero**

De acuerdo a la Ley Orgánica de Aduanas se entiende como: “Exportación a Consumo.- La exportación a consumo es el régimen aduanero por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior

- **Requisitos para ser Exportador**

Para poder iniciar la actividad de exportación, se debe cumplir dos pasos previos, que son los siguientes:

En nuestra planificación; la empresa tiene previsto realizar dos exportaciones mensuales, con volúmenes variables, que dependerán mucho de la demanda en el exterior.

La investigación está realizada tomando el enfoque como persona jurídica, es decir una empresa privada y constituida legalmente.

- Registro de Exportador ante el SRI
- Registro de Exportador ante la CAE

- **Registro de Exportador ante el SRI**

En el Servicio de Rentas Internas se obtiene el Registro Único de Contribuyentes (RUC); que es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, y que generan obligaciones tributarias.

- **Requisitos para sacar el RUC**

- Llenar el formulario respectivo 01A, 01B
- Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación correspondiente; Ley de creación o acuerdo Ministerial de creación, según corresponda
- Nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil cuando la ley lo exija
- Copia de la cédula y papeleta de votación del Representante Legal,
- Copia de un documento que certifique la dirección en donde se desarrolla la actividad económica (factura de agua, luz o teléfono).

- **Proceso de la Orden de Embarque**

El Exportador con los datos de la factura comercial procede a realizar la orden de Embarque.

Una vez que se haya elaborado la orden de embarque el exportador procede a realizar el envío electrónico de la misma a la Corporación Aduanera Ecuatoriana.

Luego que se ha transmitido la Orden de Embarque el validador del SICE aprueba la misma y el exportador recibirá un mensaje de respuesta con el número de refrendo de la orden de embarque.

El número de refrendo tiene la siguiente estructura:

Tabla No. 21
Código

055-2010-15-000123-1	Donde
55	Código de Aduana Quito
2010	Año de la orden de embarque
123	Código que identifica a la orden de embarque
000123	Correlativo o número secuencial
1	Numero verificador.

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

- **Principales datos de la Orden de Embarque**

En la orden de Embarque se debe llenar los siguientes campos:

1. Datos del exportador: nombres, tipo de documento RUC, cédula, sector que pertenece la empresa
2. Aduana: tipo de tratamiento normal, solicitud de aforo código 01
3. Datos de comprador: nombres completos, forma de pago y moneda de transacción
4. Transporte: aéreo, marítimo, terrestre, fecha de embarque y agencia de carga
5. Factura: fecha, número de invoice, cantidad de facturas a declarar
6. Destino de la mercancía (COLOMBIA)
7. Ítems: se procede a detallar la factura comercial, cantidad precio unitario
8. Ítems se coloca la partida descripción comercial, tipo de unidades, marca de la empresa exportadora y como se está yendo la carga.
9. Liquidación de la mercancía: cantidad de bultos, peso, numero de series
10. Firma del declarante (VER ANEXO No. 2)

- **Ingreso y Presentación en Zona Primaria de la Orden de Empaque**

Ecuatoriana posteriormente ingresa al almacén temporal y la empresa de transporte realiza el embarque.

- **Declaración Aduanera Única**

La Declaración Aduanera (40) es la manifestación escrita que hace el exportador sobre las mercancías que van a salir del País. (VER ANEXO No. 3)

Principales datos de la DAU

- Numero de orden
- Aduana
- Régimen y Código del régimen
- Fecha
- Tipo de despacho
- Datos del Exportador, dirección, teléfono
- Declarante
- Datos del Consignatario Dirección, teléfono
- País de procedencia
- Forma de pago
- Vía de transporte
- País de destino
- Tipo de carga
- Valor FOB
- Moneda de transacción
- Partida, subpartida
- Descripción de la mercancía, nombre Peso neto, Peso bruto, Bultos, cantidad

- Unidades físicas y Comerciales
- Documentos de acompañamiento

- **Presentación de la DAU**

Una vez transmitida la declaración de exportación esta es impresa y presentada en el departamento de Exportaciones para su legalización definitiva conjuntamente con el pago del CORPEI. (VER ANEXO No. 4)

Los documentos de acompañamiento exigibles que deben constar en la Declaración

Aduanera de exportación a consumo definitivo constan los siguientes:

RUC de Exportador

Factura Comercial Original

Autorizaciones previas cuando el caso lo amerite

Certificado de origen cuando el caso lo amerite

Pago del CORPEI

Documentos de Transporte

3.11.2. Durante el Embarque

- **Aspectos Generales**

El transportista llega con el personal de operaciones de nuestra agencia; para entregar la carga se debe etiquetar las cajas a exportarse a fin de que la aerolínea pueda identificar la carga.

La etiqueta debe tener información tal como:

- País y Ciudad de destino,
- Número de Guía,
- Lugar de Origen.2010

- **Presentar documentos**

Luego de haber etiquetado la mercadería; el encargado de las operaciones de exportación de la Agencia de carga, debe dirigirse a las oficinas del transporte, en donde debe presentar:

- Orden de embarque
- Pre corte de la Guía
- Factura

- **Entregar la Carga**

Una vez que aceptan los documentos y dado el visto bueno del personal de la agencia de transporte; se procede a entregar la carga.

- **Revisión Antinarcoáticos.**

Para tener seguridad de que la mercadería contienen el producto declarado en los documentos; se debe realizar la inspección antinarcoáticos; en la que:

El inspector asignado tiene la potestad para revisar cada una de las cajas que están por ser embarcados; por lo que dependerá del inspector la cantidad de cajas que deberán abrirse; de acuerdo a la cantidad a ser embarcada- Puede ser el 10% de las cajas; Para un mejor resultado se hace una inspección con Canes.

- **Firmas de responsabilidad**

Aceptada la mercadería de su buen estado; nos emitirán el documento que avala a la mercadería por lo que deberán firmarlo las personas que han intervenido en dicha revisión:

- Firma el operador de la Agencia de Carga;
- El representante de INTERPOL
- El Bodeguero;
- El representante del transporte.

3.11.3. Documentos para beneficiarse de las Preferencias Arancelarias:

Las Normas de Origen constituyen los requisitos mínimos de producción, fabricación, elaboración o transformación que debe tener un producto para ser considerado originario del país, a fin de gozar de las Preferencias Arancelarias o no Arancelarias negociadas con otros países, en los distintos Acuerdos de Integración, Acuerdos Comerciales o los Esquemas de Donaciones Preferenciales otorgadas por los países desarrollados (Sistema Generalizado de Preferencias S.G.P.).

- ✓ El Perfil del Producto: Es la información técnica que debe presentar Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., ante el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, con la finalidad de verificar si cumplen con las normas de origen establecidas en los Acuerdos, Tratados o Esquemas de Preferencias.
- ✓ La Calificación de Origen: es un documento emitido por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, una vez analizado el Perfil de un producto, donde se indican las normas de origen que éste cumple, así como los mercados para los cuales puede obtener el Certificado de Origen tiene una vigencia o duración de dos (2) años a partir de su otorgamiento.
- ✓ Certificado de Origen. es un documento emitido por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, que demuestra que los bienes son originarios del país según las normas de origen establecidas en los diversos acuerdos suscritos por la República y en los esquemas preferenciales unilaterales de los países desarrollados.

El uso del Certificado de Origen, aun cuando no es un requisito obligatorio para el exportador, beneficia al exportador en los siguientes aspectos:

Permite que los productos que cumplan con las normas de origen, gocen de las preferencias arancelarias negociadas, haciéndolos más atractivos para los importadores, en relación al precio de productos similares de terceros países.

Incorporarse al Convenio de Créditos y Pagos Recíprocos de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALADI).

- ✓ Ejecutar una carta de crédito, cuando el certificado es uno de los documentos requeridos.

Ingresar sus productos a determinados mercados, donde estén aplicando medidas restrictivas a productos similares de otros países.

- **Otros documentos exigidos.**- Adicionalmente y dependiendo del tipo de exportación, las características del producto, los términos de negociación y las condiciones del mercado de destino, se podrían necesitar los siguientes documentos:

Licencia de Exportación: Documento exigido para todas las empresas que exportan productos al extranjero. Para obtener esta licencia se tiene que llenar la planilla de Solicitud de Licencia de Exportación y presentarla en el Centro de Atención Directa al Exportador (CADEX) del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, acompañada de carta de exposición de motivos y copia del Registro Mercantil.

- ✓ **Certificado Sanitario:** Documento obligatorio para los productos objeto de algún grado de elaboración, como son alimentos, bebidas, medicamentos y cosméticos. Es un registro exigido por el país de destino y lo otorga el Ministerio de Salud Pública, a través de la Dirección de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez.
- ✓ **Certificado Fitosanitario:** Documento que es exigido para los productos de origen vegetal y se obtiene ante la Dirección General Sectorial del Servicio Autónomo de Sanidad Agropecuaria de los puertos y aeropuertos del país con 72 horas de anticipación. Este requisito se exige tanto en las aduanas del Ecuador como en las del país importador.

- ✓ **Registro de Exportadores:** Este documento no es obligatorio para exportar, sólo es requerido para aquellas exportaciones que aspiran gozar del crédito fiscal correspondiente.

3.11.4. Cierre de la Exportación

El departamento de exportaciones procede a verificar que los datos de los documentos sean iguales es decir, que se procede a realizar una comparación de:

- La fecha del embarque: Esta debe ser la misma en la factura guía aérea, manifiesto de carga y principalmente debe coincidir con la fecha en que se apertura la orden de embarque o a su vez que la fecha este dentro de los quince días que tiene validez la orden.
- El número de factura debe coincidir con la orden
- El peso en kilos y en cajas declarados en la guía debe coincidir con la factura con el manifiesto.
- Los datos de los documentos deben ser los mismos, Nombre del exportador, nombre de cliente, agencia de carga y aerolínea.
- Ninguno de los documentos antes mencionados debe tener manchones, borrones, enmendaduras ni modificaciones.

En caso de no cumplir con alguno de estos requisitos los documentos serán devueltos para su rectificación, en caso de un cambio en la guía aérea se necesitara CCA y en cualquier caso se necesita una carta en la que justifique dicho cambio.

Además se deberá cancelar una multa de 26.28 USD, cabe recalcar que pasado los quince días también se tendrán una multa de 26.28 USD por la presentación tardía de los documentos.

Si no existe ninguna novedad por parte del Departamento de Exportaciones se procede a aceptar la Declaración aduanera ejecutando lo que se llama el cierre de aforo y genera automáticamente a través del SICE la liquidación final de la exportación.

CAPÍTULO IV.

4. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO DEL PLAN DE EXPORTACIÓN

4.1. Inversiones del Plan de Exportación

La inversión que requiere el presente proyecto da origen a tres clases de activos: el Activo Fijo que está formado por la construcción de cabañas rústicas, el Activo Diferido que se genera al inicio de las actividades y el Activo circulante que se requiere en el período de funcionamiento de la empresa.

Para que un proyecto de inversión sea factible y los inversionistas no duden en depositar su dinero en manos de las empresas debe haber:

- Una demanda no satisfecha por los turistas
- Una rentabilidad superior a la que se obtendría en actividades alternativas.

Existen tres tipos de inversión, a saber:

- Inversión en activos fijos,
- Inversión en activos diferidos,
- Inversión en capital de operación.

- Inversión Fija.

Comprende todos los bienes, propiedades de la empresa los cuales no se pueden desvanecerse fácilmente.

- Inversión Diferida.

Se caracteriza por su inmaterial, está constituido por servicios necesarios para los estudios e implantación del proyecto pues serán los gastos de organización, constitución e instalación.

- Capital de Trabajo.

Es la diferencia entre el activo y el pasivo circulante o corriente y es la suma de dinero que se requiere permanentemente para dar inicio al ciclo productivo y cubrir los gastos y costos del proyecto en la fase de preparación, es decir que el capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el proyecto.

Tabla No. 22
Inversión

ACTIVOS FIJOS	TOTAL
Descarnadora	\$ 20.000,00
Total de Activos fijos	\$ 20.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	
Materia Prima	\$ 72.000,00
Mano de obra directa	\$ 4.476,12
Costo directo de fabricación	\$ 6.213,60
Total Capital de Trabajo	\$ 82.689,72
Total Inversión	\$ 102.689,72

FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

4.2. Estudio de Costos

4.2.1. Materia prima

Es el elemento primario de la producción que sometido a un proceso es transformado a un bien final. Es medible y se puede fácilmente cargar a un artículo determinado.

La materia Prima Directa son los materiales que se identifican claramente con un artículo terminado, estas tienen la particularidad de ser fácilmente medibles en la cantidad, peso y volumen que forma parte del artículo terminado.

Tabla No. 23
Costo de Materia Prima

Producto	Piezas de 4,5 m2	Costo	Total Materia Prima
CUERO TERMINADO	16000	\$ 4,50	\$ 72.000,00

FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

4.2.2. Mano de Obra Directa

Es la que se utiliza para transformar las materias primas en productos terminados.

Tabla No. 24
Costo de la Mano de Obra

MANO DE OBRA DIRECTA			
TRABAJADORES	N° DE PERSONAS	COSTO POR MANO DE OBRA	COSTO TOTAL
OBRERO	1	\$ 373,07	\$ 4476,84
TOTAL			\$ 4476,84

FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

4.2.3. Costos Directos de Fabricación.

Forman parte auxiliar en la presentación del producto terminado, aquí se incluyen envases el precio en las etiquetas, etiquetas, etc.

Tabla No. 25
Costos Directos de Fabricación

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL
REMOJO	180,00	2160,00
Recurtido, teñido y engrasado	337,80	4053,60
TOTAL		6213,60

FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

4.2.4. Costos de producción proyectados

Para proyectar los costos de producción, se ha calculado de la siguiente manera desde el año dos se ha incrementado un 10% en los años venideros, únicamente se ha conservado el mismo valor para la mano de obra directa, porque no se avizora aumentos de sueldo por parte del gobierno.

Tabla No. 26
Costo Proyección de los Costos

Costo Primer Año	Total
MATERIA PRIMA	\$ 72.000,00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 4.476,84
COSTOS DIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 6.213,60
TOTAL	\$ 82.690,44
COSTO SEGUNDO AÑO	
MATERIA PRIMA	\$ 79.200,00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 4.476,84
COSTOS DIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 6.834,96
TOTAL	\$ 90.511,80
COSTO TERCER AÑO	
MATERIA PRIMA	\$ 87.120,00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 4.476,84
COSTOS DIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 7.518,46
TOTAL	\$ 99.115,30
COSTO CUARTO AÑO	
MATERIA PRIMA	\$ 95.832,00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 4.476,84
COSTOS DIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 8.270,30
TOTAL	\$ 108.579,14
COSTO QUINTO AÑO	
MATERIA PRIMA	\$ 105.415,20
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 4.476,84
COSTOS DIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 9.097,33
TOTAL	\$ 118.989,37

FUENTE: CUADRO No. 23,24,25
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Tabla No. 27

Resumen de Costo Proyección de los Costos

AÑOS	COSTO DE PRODUCCIÓN
2012	82690,44
2013	90511,80
2014	99115,30
2015	108579,14
2016	118989,37

FUENTE: CUADRO No. 26
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

4.2.5. Determinación del Costo de Ventas Unitario

La determinación del Costo unitario, se lo realiza tomando en cuenta el valor total de los costos de venta, estos valores se lo dividirá, para las unidades a producir.

Tabla No. 28

Determinación del Costo de Ventas Unitario

AÑO	Piezas de 4,5 m2	COSTOS DE PRODUCCIÓN	COSTO UNITARIO
2012	16000	82690,44	5,17
2013	16968	90511,80	5,33
2014	17937	99115,30	5,53
2015	18906	108579,14	5,74
2016	19875	118989,37	5,99

FUENTE: CUADRO No.20, 27
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

4.2.6. Determinación del precio de Venta Unitario

Con un incremento en el precio del costo unitario del 50% para solventar los costos de producción y posteriormente los costos de exportación.

CUADRO No. 29
Precio de Venta Unitario

AÑOS	COSTO UNITARIO	PRECIO DE VENTA UNITARIO
2012	5,17	14,47
2013	5,33	14,94
2014	5,53	15,47
2015	5,74	16,08
2016	5,99	16,76

FUENTE: CUADRO No. 28
ELABORADO POR: LA AUTORA

4.2.7. Presupuesto de Ventas

La venta es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen productos, en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen ésta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo.

Tabla No. 30
Presupuesto de Ventas

AÑOS	Piezas de 4,5 m2	PRECIO DE VENTA	TOTAL
2012	16000	\$14,47	\$ 231.520,00
2013	16968	\$14,94	\$ 253.501,92
2014	17937	\$15,47	\$ 277.485,39
2015	18906	\$16,08	\$ 304.008,48
2016	19875	\$16,76	\$ 333.105,00

FUENTE: CUADRO No. 20, 28,29
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

4.2.8. Presupuesto de Costos de Exportación

Los costos de exportación es la suma de los gastos que originan los diferentes actos encaminados a la exportación

Tabla No. 31
Presupuesto Costos de Exportación

AÑO 2012	COSTO DETALLADO	UNIDADES	COSTO TONELADAS	TOTAL
A	PRECIO DE VENTA	25 Tn	9260,80	\$ 231.520,00
B	COSTO POR TONELADA			
	COMISIÓN BANCO CENTRAL 1%	25 Tn	92,61	2315
	COMISIÓN BROKER 5%	25 Tn	463,04	11576
	EMBALAJE (550 CAJAS DE CARTÓN CORRUGADO)	550	3,00	1650
	ETIQUETAS INDIVIDUALES	550	0,25	138
	MARCADO DE CAJAS	550	0,25	138
	ENFLEJAMIENTO (550 FLETES PLÁSTICOS)	550	0,25	138
	TRANSPORTE 69 PALLETS AL CONTENEDOR	69	3,00	207
	TRANSPORTE CONTENEDOR AL AEROPUERTO DE SALIDA			650,00
	CERTIFICADO DE ORIGEN			50,00
	CERTIFICADO ZOOSANITARIO			120,00
	TOTAL B			16980,70
	HONORARIO AGENTE DE ADUANAS (1.5%)			254,71
	GASTOS ADMINISTRATIVOS (1,75)	25 Tn		297,16
	I. PRECIO FOB DE EXPORTACIÓN	25 Tn		249052,57
	FLETE INTERNACIONAL (0,62 XKG)	27.300	0,62	16926,00
	II. PRECIO CFR			265978,57
	SEGURO DE LAS MERCANCÍAS 1% CFR			2659,79
	III. PRECIO CIF			268638,36
AÑO 2013	COSTO DETALLADO	UNIDADES	COSTO TONELADAS	TOTAL
A	PRECIO DE VENTA	25 Tn	10140,08	\$ 253.501,92
B	COSTO POR TONELADA			
	COMISIÓN BANCO CENTRAL 1%	25 Tn	101,40	2535
	COMISIÓN BROKER 5%	25 Tn	507,00	12675
	EMBALAJE (550 CAJAS DE CARTÓN CORRUGADO)	550	3,00	1650
	ETIQUETAS INDIVIDUALES	550	0,25	138
	MARCADO DE CAJAS	550	0,25	138
	ENFLEJAMIENTO (550 FLETES PLÁSTICOS)	550	0,25	138
	TRANSPORTE 69 PALLETS AL CONTENEDOR	69	3,00	207
	TRANSPORTE CONTENEDOR AL AEROPUERTO DE SALIDA			650,00
	CERTIFICADO DE ORIGEN			50,00
	CERTIFICADO ZOOSANITARIO			120,00

	TOTAL B			18299,62
	HONORARIO AGENTE DE ADUANAS (1.5%)			274,49
	GASTOS ADMINISTRATIVOS (1,75)	25 Tn		320,24
	I. PRECIO FOB DE EXPORTACIÓN	25 Tn		272396,27
	FLETE INTERNACIONAL (0,62 XKG)	27.300	0,62	16926,00
	II. PRECIO CFR			289322,27
	SEGURO DE LAS MERCANCÍAS 1% CFR			2893,22
	III. PRECIO CIF			292215,50
AÑO 2014	COSTO DETALLADO	UNIDADES	COSTO TONELADAS	TOTAL
A	PRECIO DE VENTA	25 Tn	11099,42	\$ 277.485,39
B	COSTO POR TONELADA			
	COMISIÓN BANCO CENTRAL 1%	25 Tn	110,99	2775
	COMISIÓN BROKER 5%	25 Tn	554,97	13874
	EMBALAJE (550 CAJAS DE CARTÓN CORRUGADO)	550	3,00	1650
	ETIQUETAS INDIVIDUALES	550	0,25	138
	MARCADO DE CAJAS	550	0,25	138
	ENFLEJAMIENTO (550 FLETES PLÁSTICOS)	550	0,25	138
	TRANSPORTE 69 PALLETS AL CONTENEDOR	69	3,00	207
	TRANSPORTE CONTENEDOR AL AEROPUERTO DE SALIDA			650,00
	CERTIFICADO DE ORIGEN			50,00
	CERTIFICADO ZOOSANITARIO			120,00
	TOTAL B			19738,62
	HONORARIO AGENTE DE ADUANAS (1.5%)			296,08
	GASTOS ADMINISTRATIVOS (1,75)	25 Tn		345,43
	I. PRECIO FOB DE EXPORTACIÓN	25 Tn		297865,52
	FLETE INTERNACIONAL (0,62 XKG)	27.300	0,62	16926,00
	II. PRECIO CFR			314791,52
	SEGURO DE LAS MERCANCÍAS 1% CFR			3147,92
	III. PRECIO CIF			317939,43
AÑO 2015	COSTO DETALLADO	UNIDADES	COSTO TONELADAS	TOTAL
A	PRECIO DE VENTA	25 Tn	12160,34	\$ 304.008,48
B	COSTO POR TONELADA			
	COMISIÓN BANCO CENTRAL 1%	25 Tn	121,60	3040
	COMISIÓN BROKER 5%	25 Tn	608,02	15200
	EMBALAJE (550 CAJAS DE CARTÓN CORRUGADO)	550	3,00	1650
	ETIQUETAS INDIVIDUALES	550	0,25	138
	MARCADO DE CAJAS	550	0,25	138

	ENFLEJAMIENTO (550 FLETES PLÁSTICOS)	550	0,25	138
	TRANSPORTE 69 PALLETS AL CONTENEDOR	69	3,00	207
	TRANSPORTE CONTENEDOR AL AEROPUERTO DE SALIDA			650,00
	CERTIFICADO DE ORIGEN			50,00
	CERTIFICADO ZOOSANITARIO			120,00
	TOTAL B			21330,01
	HONORARIO AGENTE DE ADUANAS (1.5%)			319,95
	GASTOS ADMINISTRATIVOS (1,75)	25 Tn		373,28
	I. PRECIO FOB DE EXPORTACIÓN	25 Tn		326031,71
	FLETE INTERNACIONAL (0,62 XKG)	27.300	0,62	16926,00
	II. PRECIO CFR			342957,71
	SEGURO DE LAS MERCANCÍAS 1% CFR			3429,58
	III. PRECIO CIF			346387,29

AÑO 2016	COSTO DETALLADO	UNIDADES	COSTO TONELADAS	TOTAL
A	PRECIO DE VENTA	25 Tn	13324,20	\$ 333.105,00
B	COSTO POR TONELADA			
	COMISIÓN BANCO CENTRAL 1%	25 Tn	133,24	3331
	COMISIÓN BROKER 5%	25 Tn	666,21	16655
	EMBALAJE (550 CAJAS DE CARTÓN CORRUGADO)	550	3,00	1650
	ETIQUETAS INDIVIDUALES	550	0,25	138
	MARCADO DE CAJAS	550	0,25	138
	ENFLEJAMIENTO (550 FLETES PLÁSTICOS)	550	0,25	138
	TRANSPORTE 69 PALLETS AL CONTENEDOR	69	3,00	207
	TRANSPORTE CONTENEDOR AL AEROPUERTO DE SALIDA			650,00
	CERTIFICADO DE ORIGEN			50,00
	CERTIFICADO ZOOSANITARIO			120,00
	TOTAL B			23075,80
	HONORARIO AGENTE DE ADUANAS (1.5%)			346,14
	GASTOS ADMINISTRATIVOS (1,75)	25 Tn		403,83
	I. PRECIO FOB DE EXPORTACIÓN	25 Tn		356930,76
	FLETE INTERNACIONAL (0,62 XKG)	27.300	0,62	16926,00
	II. PRECIO CFR			373856,76
	SEGURO DE LAS MERCANCÍAS 1% CFR			3738,57
	III. PRECIO CIF			377595,33

FUENTE: ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Resumen de costos es el valor total monetario de todos los factores de exportación en la obtención del producto

Tabla No. 32
Resumen Presupuesto Costos de Exportación

Años	Gastos de Exportación
2012	\$ 37.118,36
2013	\$ 38.713,58
2014	\$ 40.454,04
2015	\$ 42.378,81
2016	\$ 44.490,33

FUENTE: CUADRO No. 31
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

4.2.9. Presupuesto de los Gastos Administrativos

Son todos los gastos que se generan por la actividad administrativa en una empresa. Estos gastos no están directamente ligados al proceso productivo.

Tabla No. 33
Presupuesto Gasto Sueldo

Descripción	Jefe Comercial	
		MENSUAL
SUELDO		\$ 500,00
DÉCIMO TERCERA REMUNERACIÓN	\$ 500,00	\$ 41,66
DÉCIMO CUARTA REMUNERACIÓN	\$ 264,00	\$ 22,00
FONDO DE RESERVA (12 ava parte)		\$ 41,66
COSTOS ADICIONALES		
APORTE DEL IESS		\$ 55,75
CNCF		\$ 2,50
IECE		\$ 2,50
VACACIONES (24 ava parte)		\$ 20,83
SUELDO MÁS BONIFICACIONES MENSUALES		\$ 686,90
SUELDO MÁS BONIFICACIONES ANUALES		\$ 8.242,80

FUENTE: Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A.
ELABORADO POR: LAS AUTORAS.

4.2.10. Presupuesto de gastos generales

Son las erogaciones que corresponden a las oficinas generales, el departamento de contabilidad, la oficina de personal, el departamento de crédito y cobranza y demás actividades distintas de la venta de mercancías.

Tabla No. 34
Presupuesto de Gastos Generales

DETALLE	TOTAL ANUAL
Luz	\$ 240,00
Agua	\$ 50,00
Teléfono	\$ 210,00
Total de servicios básicos	\$ 500,00
Útiles de oficina	\$ 500,00
TOTAL	\$ 500,00

FUENTE: Curtidos Salazar S.A.
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

4.2.11. Presupuesto de Gastos de Venta

Son las erogaciones que corresponden a los gastos incurridos en la venta del producto y demás actividades de la venta de mercancías.

Tabla No. 35
Presupuesto de Gastos Transporte

DETALLE	TOTAL ANUAL
Gasolina	\$ 1000,00
Llantas	\$ 2000,00
Lubricante	\$ 500,00
Total de gasto transporte	\$ 3500,00

FUENTE: Curtidos Salazar S.A.
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

4.2.12. Presupuesto de Flujo de Caja

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

Tabla No. 36
Presupuesto de Flujo de Caja

INGRESOS OPERACIONALES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 1	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN	102.690,44					
VENTAS		231.520,00	253.501,92	277.485,39	304.008,48	333.105,00
COSTO DE VENTAS		82.690,44	90.511,80	99.115,30	108.579,14	118.989,37
COSTOS DE EXPORTACIÓN		37.118,36	38.713,58	40.454,04	42.378,81	44.490,33
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		111.711,20	124.276,54	137.916,05	153.050,53	169.625,30
GASTOS ADMINISTRATIVOS		10.242,80	10.442,80	10.662,80	10.904,80	11.171,00
SUELDO MAS BENEFICIOS SOCIALES		8.242,80	8.242,80	8.242,80	8.242,80	8.242,80
DEPRECIACIONES		2.000,00	2.200,00	2.420,00	2.662,00	2.928,20
GASTOS GENERALES		1.500,00	1.650,00	1.815,00	1.996,50	2.196,15
SERVICIOS BÁSICOS		1.000,00	1.100,00	1.210,00	1.331,00	1.464,10
ÚTILES DE OFICINA		500,00	550,00	605,00	665,50	732,05
GASTOS DE VENTAS		3.500,00	3.850,00	4.235,00	4.658,50	5.124,35
TRANSPORTE		3.500,00	3.850,00	4.235,00	4.658,50	5.124,35
GASTOS FINANCIEROS		1.906,00	1.590,87	1.245,70	867,64	453,55
INTERESES		1.906,00	1.590,87	1.245,70	867,64	453,55
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA		94.562,40	106.742,87	119.957,55	134.623,09	150.680,25
15% UTILIDAD TRABAJADORES		14.184,36	16.011,43	17.993,63	20.193,46	22.602,04
25% IMPUESTO A LA RENTA		23.640,60	26.685,72	29.989,39	33.655,77	37.670,06
UTILIDAD OPERACIONAL		56.737,44	64.045,72	71.974,53	80.773,85	90.408,15
FINANCIAMIENTO	20.000,00					
CAPITAL DE LA DEUDA		3.306,75	3.621,89	3.967,05	4.345,11	4.759,20
FLUJOS DE EFECTIVO	82.690,44	53.430,69	60.423,83	68.007,48	76.428,74	85.648,95

FUENTE: CUADROS No. 22-35

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

- VER TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA (ANEXO No.5)

4.3. El Valor Actual Neto

Valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los *flujos de caja* futuros del proyecto.

Valor actual neto o Valor presente neto son términos que proceden de la expresión inglesa Net presentvalue. El acrónimo es NPV en inglés y VAN en español. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros. El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado. La obtención del VAN constituye una herramienta fundamental para la evaluación y gerencia de proyectos, así como para la administración financiera.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Presente Neto es:

$$VAN = \sum_{n=0}^N \frac{I_n - E_n}{(1 + i)^n}$$

El VAN puede ser un instrumento de toma de decisiones sobre invertir o no en el proyecto, el criterio para la toma de decisiones es el siguiente:

Si el VAN < 0, da como resultados que los beneficios generados por el proyecto no alcanzan a compensar los costos de oportunidad. El proyecto no es atractivo y no vale invertir, es recomendable invertir en otras alternativas, que a la larga sea más rentable.

Si el VAN = 0, implicaría que los beneficios del proyecto alcanzan únicamente a compensar los costos de oportunidad, en el supuesto no consentido que se presente este resultado lo más recomendable es reubicar la inversión por cuanto no existe un mayor incentivo monetario para insistir.

Si el VAN > 0, significaría que el proyecto posee un beneficio extra, esto quiere decir que se cubre totalmente el costo de oportunidad de las alternativas de inversión.

El Valor Actual Neto es un criterio financiero para el análisis de proyectos de inversión que consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión, tanto de los flujos positivos como de las salidas de capital (incluida la inversión inicial), donde éstas se representan con signo negativo, mediante su descuento a una tasa o coste de capital adecuado al valor temporal del dinero y al riesgo de la inversión. Según este criterio, se recomienda realizar aquellas inversiones cuyo valor actual neto sea positivo.

El Valor Actual o Valor presente, son calculados mediante la aplicación de una tasa de descuento, de uno o varios flujos de tesorería que se espera recibir en el futuro; es decir, es la cantidad de dinero que sería necesaria invertir hoy para que, a un tipo de interés dado, se obtuvieran los flujos de caja previstos.

El flujo neto de fondos se actualizó a la tasa de inflación anual del mes de abril del 2012 que es del 5,42% del 2012

VAN = Sumatoria del Valor actual de Flujos Netos – Inversión.

$$VAN = \sum FND - I_0$$

$$FND = FN * (1 + t)^{-n}$$

Dónde:

FN = Flujo Neto

FND = Flujo Neto Descontado

T = Tasa del costo de oportunidad

n = Número de períodos

I₀ = Inversión Inicial = 82.690,44 dólares.

Tabla No. 37
Calculo del VAN

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS D E EFECTIVO ACTUALIZADOS	FLUJOS D E EFECTIVOS ACTUALIZADO ACUMULADOS
0	-\$ 82.690,44	1		-\$ 82.690,44
1	\$ 53.430,69	0,95	\$ 50.759,16	-\$ 31.931,28
2	\$ 60.423,83	0,90	\$ 54.381,45	\$ 22.450,16
3	\$ 68.007,48	0,85	\$ 57.806,36	\$ 80.256,52
4	\$ 76.428,74	0,81	\$ 61.907,28	\$ 142.163,80
5	\$ 85.648,95	0,77	\$ 65.949,69	\$ 208.113,50
VAN				\$ 338.362,26

FUENTE: CUADRO No. 36
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Se define que el VAN a ser positivo el proyecto es viable; es decir el valor presente de los valores futuro; lo que cuesta actualmente el dinero. Del VAN de este proyecto es positivo y es de \$ 338.262,26

4.4. La Tasa Interna de Retorno

Se denomina Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (V.A.N.) de una inversión sea igual a cero. (V.A.N. =0).

Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R. mayor.

Las críticas a este método parten en primer lugar de la dificultad del cálculo de la T.I.R. (haciéndose generalmente por iteración), aunque las hojas de cálculo y las calculadoras modernas (las llamadas financieras) han venido a solucionar este problema de forma fácil.

También puede calcularse de forma relativamente sencilla por el método de interpolación lineal.

Pero la más importante crítica del método (y principal defecto) es la inconsistencia matemática de la T.I.R. cuando en un proyecto de inversión hay que efectuar otros desembolsos, además de la inversión inicial, durante la vida útil del mismo, ya sea debido a pérdidas del proyecto, o a nuevas inversiones adicionales.

La T.I.R. es un indicador de rentabilidad relativa del proyecto, por lo cual cuando se hace una comparación de tasas de rentabilidad interna de dos proyectos no tiene en cuenta la posible diferencia en las dimensiones de los mismos. Una gran inversión con una T.I.R. baja puede tener un V.A.N. superior a un proyecto con una inversión pequeña con una T.I.R. elevada.

La fórmula empleada para el cálculo de la TIR es la siguiente:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \frac{VAN_1}{(VAN_1 - VAN_2)}$$

Para el cálculo del VAN1, se toma la tasa de Inflación anual del mes de abril del año del 2012 que es 5,42

Para el cálculo del VAN2, se toma tasa de variación anual de la inflación del mes de abril del año del 2012 que es 8,85.

Tabla No. 38
Cálculo de la TIR

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS D E EFECTIVO ACTUALIZADOS	FLUJOS D E EFECTIVOS ACTUALIZADO ACUMULADOS
0	-\$ 82.690,44	1		-\$ 82.690,44
1	\$ 53.430,69	0,95	\$ 50.759,16	-\$ 31.931,28
2	\$ 60.423,83	0,90	\$ 54.381,45	\$ 22.450,16
3	\$ 68.007,48	0,85	\$ 57.806,36	\$ 80.256,52
4	\$ 76.428,74	0,81	\$ 61.907,28	\$ 142.163,80
5	\$ 85.648,95	0,77	\$ 65.949,69	\$ 208.113,50
VAN 1				\$ 338.362,26

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS D E EFECTIVO ACTUALIZADOS	FLUJOS D E EFECTIVOS ACTUALIZADO ACUMULADOS
0	-\$ 82.690,44	1		-\$ 82.690,44
1	\$ 53.430,69	0,92	\$ 49.156,23	-\$ 33.534,21
2	\$ 60.423,83	0,84	\$ 50.756,02	\$ 17.221,81
3	\$ 68.007,48	0,78	\$ 53.045,83	\$ 70.267,65
4	\$ 76.428,74	0,71	\$ 54.264,41	\$ 124.532,06
5	\$ 85.648,95	0,65	\$ 55.671,82	\$ 180.203,87
VAN 2				\$ 276.000,75

FUENTE: CUADRO No.37
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \frac{VAN 1}{(VAN 1 - VAN 2)}$$

$$TIR = 5,42 + (8,85-5,42) * (338.362,26/(338.362,26 - 276.000,75))$$

$$TIR = 5,42 + (3,46) * (338.362,26/62361,51)$$

$$TIR = 5,42 + (3,46) * (5,42)$$

$$TIR = 5,42 + 18,75$$

$$TIR = 24,17 \%$$

La “i” que satisface la ecuación anterior es del 24,17% que equivale a la TIR del proyecto de los recursos propios, que es mayor a la tasa pasiva referencial que otorga los bancos en inversiones que es del 4,53% para el mes de abril del año 2012 o de la tasa de inflación anual que para el mes de abril del 2012 fue de 5,42%

4.5. Relación Beneficio – Costo

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

Tabla No. 39
Relación Beneficio – Costo

AÑOS	INGRESOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	\$ 231.520,00	0,95	\$ 219.944,00	\$ 136.957,60	\$ 130.109,72
2	\$ 253.501,92	0,9	\$ 228.151,73	\$ 146.759,05	\$ 132.083,15
3	\$ 277.485,39	0,85	\$ 235.862,58	\$ 157.527,84	\$ 133.898,66
4	\$ 304.008,48	0,81	\$ 246.246,87	\$ 169.385,39	\$ 137.202,17
5	\$ 333.105,00	0,77	\$ 256.490,85	\$ 182.424,75	\$ 140.467,06
TOTAL			\$ 1.186.696,03		\$ 673.760,75

FUENTE: CUADRO No. 36
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Relación costo beneficio = Ingresos Actualizados / Egresos Actualizados

Relación costo beneficio = \$1.186.696,03/ \$ 673.760,75

Relación costo beneficio = 1,76

Por cada dólar invertido la empresa en esta exportación va a generar 0,76 ctv de ganancia.

4.6. Rentabilidad de Cada Año (Utilidad Sobre las Ventas)

Cada año representa una rentabilidad positiva, esto podemos comparar con la tasa anual del mes de abril del 2012 de la inflación del 5,42%, o si la comparamos con la tasa de la deuda del 9,50%; determinando que es mayor en nuestro proyecto.

Tabla No. 40
Utilidad Neta

INGRESOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 1	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN					
VENTAS	231.520,00	253.501,92	277.485,39	304.008,48	333.105,00
COSTO DE VENTAS	82.690,44	90.511,80	99.115,30	108.579,14	118.989,37
COSTOS DE EXPORTACIÓN	37.118,36	38.713,58	40.454,04	42.378,81	44.490,33
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	111.711,20	124.276,54	137.916,05	153.050,53	169.625,30
GASTOS ADMINISTRATIVOS	10.242,80	10.442,80	10.662,80	10.904,80	11.171,00
SUELDO MAS BENEFICIOS SOCIALES	8.242,80	8.242,80	8.242,80	8.242,80	8.242,80
DEPRECIACIONES	2.000,00	2.200,00	2.420,00	2.662,00	2.928,20
GASTOS GENERALES	1.500,00	1.650,00	1.815,00	1.996,50	2.196,15
SERVICIOS BÁSICOS	1.000,00	1.100,00	1.210,00	1.331,00	1.464,10
ÚTILES DE OFICINA	500,00	550,00	605,00	665,50	732,05
GASTOS DE VENTAS	3.500,00	3.850,00	4.235,00	4.658,50	5.124,35
TRANSPORTE	3.500,00	3.850,00	4.235,00	4.658,50	5.124,35
GASTOS FINANCIEROS	1.906,00	1.590,87	1.245,70	867,64	453,55
INTERESES	1.906,00	1.590,87	1.245,70	867,64	453,55
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	94.562,40	106.742,87	119.957,55	134.623,09	150.680,25
15% UTILIDAD TRABAJADORES	14.184,36	16.011,43	17.993,63	20.193,46	22.602,04
25% IMPUESTO A LA RENTA	23.640,60	26.685,72	29.989,39	33.655,77	37.670,06
UTILIDAD OPERACIONAL	56.737,44	64.045,72	71.974,53	80.773,85	90.408,15
FINANCIAMIENTO					
CAPITAL DE LA DEUDA	3.306,75	3.621,89	3.967,05	4.345,11	4.759,20
UTILIDAD NETA	53.430,69	60.423,83	68.007,48	76.428,74	85.648,95

FUENTE: CUADRO No. 36
ELABORADO POR: LAS AUTORA

Tabla No. 41
Rentabilidad de Cada Año Utilidad Sobre las Ventas

AÑOS	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
UTILIDAD NETA	53.430,69	60.423,83	68.007,48	76.428,74	85.648,95
VENTAS	231.520,00	253.501,92	277.485,39	304.008,48	333.105,00
	23,08%	23,84%	24,51%	25,14%	25,71%

FUENTE: CUADRO No.
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

CAPITULO V.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Una vez terminado el estudio del presente proyecto, a continuación se presentan las respectivas conclusiones:

- Según las investigaciones realizadas, en la ciudad de Bogotá capital de Colombia, presentan un desarrollo de mercado demandante de cuero terminado, con tasas de crecimiento en la utilización del cuero terminada para la confección de diferentes prendas de vestir y complementos, que justifica la necesidad de crear el presente plan de exportación.
- En el Estudio de Mercado se ha determinado que existe una demanda insatisfecha para la utilización del cuero terminada para la confección de diferentes prendas de vestir y complementos de 44.618 piezas de 4,5 m² para el año 2012.
- El tamaño óptimo del proyecto está dado por la capacidad de instalación, para el proceso de producción, con un 35,859% de la demanda insatisfecha en piezas de 4,5m² para el año 2012.
- Se ha establecido las inversiones necesarias para poner en marcha el proyecto, dicha inversión inicial asciende a \$102.689,72 dólares (en activos fijos, activos diferidos y Capital de Trabajo)
- Se ha realizado la evaluación económica en la que se ha obtenido resultados muy convenientes de rentabilidad; así tenemos del VAN de este proyecto es positivo y es de \$ 338.262,26. La TIR 24,17% que equivale a la TIR del proyecto de los recursos propios, que es mayor a la tasa pasiva referencial que otorga los bancos en inversiones que fue del 4,53 %,

para el mes de abril del 2012 o de la tasa de inflación anual que para el mes de abril del 2012 fue de 5,42%. La Relación Costo beneficio es 1,76 por cada dólar invertido la empresa en esta exportación va a generar 0,76 ctv de ganancia. La rentabilidad para cada año es positiva obteniendo para el año 2012 una rentabilidad del 23,08%.

5.2. RECOMENDACIONES

Luego de haberse expuesto las conclusiones a continuación se presentan las respectivas recomendaciones.

- El desarrollo económico y social de un país depende de la puesta en marcha de planes de exportación rentables y comprobados luego de su estudio y análisis para de ésta forma se trabaje con un mínimo de riesgo para promover las exportaciones del cuero terminado hacia el mercado colombiano específicamente su capital Bogotá.
- Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A. debe apoyar la creación de este plan de exportación, que será importante fuente de desarrollo y progreso para la exportación del cuero terminado hacia la ciudad de Bogotá.
- Es fundamental recordar que los indicadores económicos analizados en el capítulo de la evaluación son parámetros de decisión muy importantes: ya que de ello depende, que la empresa Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., asuma tomar el riesgo de invertir, puesto que los cálculos han sido efectuados con la mayor exactitud y precisión posible para que los resultados sean 100% reales y optimistas.
- Como recomendación final se puede decir que el presente proyecto es viable, pues cuenta con las condiciones de mercado, técnicas y financieras necesarias para su respectiva ejecución con una atractiva rentabilidad.

RESUMEN

Se ha elaborado un Plan de Exportación con la finalidad de exportar Cuero Terminado al mercado colombiano, específicamente a la ciudad de Bogotá para la Empresa Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A. de la ciudad de Salcedo, provincia de Cotopaxi. Para lo cual se realizó un análisis del Comercio Internacional, los Incoterms, las bondades y atributos del producto a exportar, así como también los procesos y el cálculo de los costos de exportación.

El plan de Exportación, propone ampliar la participación de la empresa en el mercado internacional además de incrementar la producción, utilizando la capacidad ociosa, reduciendo así los riesgos, al no depender únicamente del mercado nacional.

La calidad de los productos se mejora considerablemente cuando éste se adapta a los estándares internacionales que una adecuada planificación, ejecución y consecución de resultados a un costo y tiempo razonables, se logra a través de la eficiente y oportuna ejecución de procedimientos por parte de los involucrados dentro del área de comercialización y distribución, puesto que esta es la razón de ser de la compañía.

La implementación de estrategias de exportación, permitirá que el producto (cuero terminado) llegue a su destino en las mejores condiciones, lo que servirá para que la empresa posicione su marca y su nombre en el mercado internacional.

Se recomienda a la Empresa, poner en práctica el Plan de Exportación propuesto considerando los términos de comercio internacional, el transporte, el precio del producto, los seguros, la calidad del producto, etc. con el propósito de satisfacer plenamente los requerimientos de los clientes de manera oportuna y eficiente.

SUMMARY

A Plan of Export has been prepared for the purpose of exporting Leather Finished to the Colombian market, especially to the city of Bogotá for the Ecuadorian Company of Tanning (Tanned hides) Salazar S.A. of the city of Salcedo, province of Cotopaxi.

A requirement of the changing market, due to supply the leather in the market makes necessary this study.

The objectives of this project is to reduce costs that allow covering the demand of the product to export were made, as well as the processes and the calculation of export costs.

The Plan of Export, allowed to determine that an appropriate planning, execution and attainment of results at a cost and reasonable time, are achieved through the efficient and opportune execution of procedures on the part of those involved inside the commercialization area and distribution, since this it is the reason of being of the company.

The implementation of export strategies, will allow that the product (ended leather) it arrives to its destination under the best conditions, what will serve so that the company positions its mark and its name in the international market.

It is recommended that the Company implement the Plan of Export proposed the terms, the transport, the price of the product, the insurance, the quality of the product, etc. to satisfy entirely the requirements of the customers in a timely and efficient manner.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- STANTON, William; ETZEL, Michael; BRUCE. Walter: Fundamentos de marketing. 14 Ed, México. McGraw-hill,1998.
- RODNER, James. "El Crédito Documentario"; Editorial Sucre; Caracas,1989
- SALVATORE, Dominick; Economía y empresa; McGraw-Hill, Bogotá, 1993.
- MANUAL DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LAS MERCANCÍAS PARA LA EXPORTACIÓN, Centro de Comercio Internacional UNCTAD/GATT, 2005.
- CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES INVERSIONES; Manual de costos de exportación. Quito,(CORPEI),2007.
- ORIOL, Amat. Análisis Económico Financiero. Gestión 2000
- REVISTA GESTIÓN. Economía y sociedad. Pág. 90, Abril 2012

LINK

CORPEI TU NEGOCIO AL MUNDO (<http://www.corpei.org>)

CÁMARA DE AGRICULTURA (<http://www.agroecuador.com>)

COLOMBIA, Deposito de documentos de la FAO, (<http://www.fao.org>)

GUÍA DE NEGOCIOS ENTRE COLOMBIA Y ECUADOR

MERCADOS, realizado por: Laura Pfeifer Vélez 15 de diciembre de 2005.

(www.proexport.com)

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (<http://www.bce.fin.ec>)

Anexo No. 1
Análisis FODA

- **Fortalezas:**

- F1. Alta escala de producción
- F2. Fuerte orientación hacia el mercado externo
- F3. Prestigio en mercados internacionales por su calidad
- F4. Creciente inserción internacional

- **Debilidades:**

- D1. Estancamiento del stock ganadero
- D2. Problemas en la conservación del cuero crudo
- D3. Eventuales problemas ambientales
- D4. Falta de experiencia exportadora
- D.5. Atomización del sector
- D6. Alto nivel de informalidad
- D7. Necesidad de oferta nacional de alta calidad de materia prima
- D8. Bajo poder de negociación frente a grandes exportadores
- D9. Ausencia de financiamiento de exportaciones
- D10. Apoyo insuficiente para ferias y exposiciones

- **Oportunidades:**

- O1. Aumento de cantidad de cueros exportados transformados en manufacturas
- O2. Diversificación del mercado de exportación
- O3. Alianzas con productores internacionales
- O4. Aumento de producción de manufacturas de cuero
- O5. Expansión de cueros no bovinos (ovinos y caprinos)
- O6. Sustitución de importaciones
- O7. Especialización con productos diferenciados

- O8. Acuerdo entre productores nacionales y grandes tiendas internacionales
- O9. Turismo extranjero asocia al cuero con productos típicos
- O10. Penetración en mercados no tradicionales.

- **Amenazas**

- A1. Pérdida de materia prima por eventual salida de cuero crudo al exterior
- A2. Falta de tipificación de los cueros (valor del cuero)
- A3. Dificultad en asignación de beneficios a quienes mejoran la calidad
- A4. Alta competencia
- A5. Falta de mano de obra calificada
- A6. Exposición a competencia desleal interna
- A7. Importaciones de China y Brasil
- A8. Falta de financiamiento
- A9. Disminución de oferta local de materia prima
- A10. Ausencia de incentivos a la producción y exportación

1.2.2. Matriz de Prioridades

Tabla No. 6: Matriz de Prioridades de Factores Internos

Posibilidad de Ocurrencia	Alta	F1; F4; D2; D3; D6; D8; D9; D10;	F2; F3; D4;	
	Media	D7;	D5;	
	Baja			D1;
		Alta	Media	Baja
	Posibilidad de Impacto			

Fuente: Análisis FODA
Elaborado por: Las Autoras

Tabla No. 7: Matriz de Prioridades de Factores Externos

Posibilidad de Ocurrencia	Alta	O1; O2; O3; A1; A2; A4; A5; A6; A9; A10		
	Media	O4; O5; O7; O8; O10; A3; A7; A8	O6; O9;	
	Baja			
		Alta	Media	Baja
Posibilidad de Impacto				

Fuente: Análisis FODA

Elaborado por: Las Autoras

1.2.3. Estrategias de Exportación

Para Exportar un producto se debe considerar los siguientes aspectos:

2. La naturaleza del producto: El tipo de producto.
3. Dudas acerca de las oportunidades de tener éxito: Falta de un programa de exportación, problemas con el manejo del desarrollo de las estructuras.
4. Concepción general acerca de la competencia: Con que países se compite y en qué términos (precio, calidad, mercado,) etc.

Además se deberá tener muy en cuenta las siguientes estrategias:

1. Conocer bien el producto que se va a exportar: ventajas, atributos y beneficios.
2. Aprender acerca de la competencia en mercados extranjeros y las potenciales ventas de los productos
3. Lanzar una imagen de marca en el producto.

4. Posicionar el producto a través de un trabajo arduo y eficiente.
5. Construir una fuerte base de respuesta de los clientes y proveedores.
6. Exportar directamente y, no confiar en potenciales representantes para solucionar los problemas
7. Tener un representante de comercio internacional en la compañía que se encargue de todos los trámites.
8. Aprender de los consumidores y los protocolos comerciales de los países que se visitan.
9. Tener la autoridad para tomar decisiones y consejos en la compañía.
10. Estar preparado, planear.

Fuentes de Financiamiento

Ecuatoriana de Curtidos Salazar "ECSSA" S. A., es una Compañía que se dedica al procesamiento y comercialización de pieles terminadas de ovinos, bovinos y porcinos, y para su funcionamiento y operatividad el origen de capital es de tipo familiar.

Fuentes Internas

Las fuentes internas de financiamiento están confirmadas por el capital social aportado por cada uno de los accionistas, así como también por los aportes para futuras capitalizaciones originados por los dividendos (utilidades) sobre las acciones en los últimos cuatro años.

- Capital Social (aporte de socios)	\$ 600.000,00
- Utilidad del año 2008	\$ 121.345,45
- Utilidad del año 2009	\$ 145.671,28
- Utilidad del año 2010	\$ 180.431,21
- Utilidad del año 2011	\$ 205.654,75

Fuentes Externas

La Compañía ha tenido que recurrir a financiamiento externo a través de crédito de la Corporación Financiera Nacional – CFN para ampliar su infraestructura y mejorar la elaboración y calidad de sus productos para poder competir en el mercado nacional e internacional con sello de calidad.

- Monto del crédito a la CFN	\$ 250.000,00
- Tasa de Interés	16% anual
- Plazo	24 meses
- Forma de Pago del capital	trimestral
- Forma de pago del interés	Trimestral a partir del segundo trimestre
- Tiempo de gracia	Un Trimestre

EMPRESA ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A
Barrio Chipoalo No. 329 - Telf. (593 3) 2 726325
SALCEDO - COTOPAXI - ECUADOR
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011

Código	Descripción	Subparcial	Parcial	Total
1.	ACTIVO			
1.1.	CORRIENTE			
1.1.1.	DISPONIBLE		46.300,00	
1.1.1.1	Caja	300,00		
1.1.1.2	Bancos	46.000,00		
1.1.2.	EXIGIBLE		111.543,00	
1.1.2.1.	Documentos por Cobrar	65.890,00		
1.1.2.2.	Cuentas por Cobrar	45.653,00		
1.1.2.9	(-) Provisión Cuentas Incobrables			
1.1.3.	REALIZABLE		268.900,00	
1.1.3.1	Inventario de Materia Prima Directa	105.690,00		
1.1.3.2	Inventario de Materia Prima Indirecta	53.989,00		
1.1.3.6	Inventario de Productos Terminados	109.221,00		
	TOTAL ACTIVO CORRIENTE			426.743,00
1.2.	FIJO			
1.2.1.	DEPRECIABLE		602.833,00	
1.2.1.01	Muebles y Enseres	5.678,00		
1.2.1.02	Depreciación Acumulada Muebles y Enseres	(3.121,00)		
1.2.1.03	Muebles de Oficina	23.451,00		
1.2.1.04	Depreciación Acumulada Muebles de Oficina	(14.523,00)		
1.2.1.05	Equipos de Oficina	5.789,00		
1.2.1.06	Depreciación Acumulada Equipos de Oficina	(4.112,00)		
1.2.1.07	Equipos de Computación	18.934,00		
1.2.1.08	Depreciación Acumulada Equipos de Computación	(13.821,00)		
1.2.1.09	Edificios	657.000,00		
1.2.1.10	Depreciación Acumulada Edificios	(173.421,00)		
1.2.1.11	Vehículos	95.000,00		
1.2.1.12	Depreciación Acumulada Vehículos	(62.100,00)		
1.2.1.13	Maquinaria	137.600,00		
1.2.1.14	Depreciación Acumulada Maquinaria	(72.456,00)		
1.2.1.15	Herramientas de Mano	8.346,00		
1.2.1.16	Depreciación Acumulada Herramientas de Mano	(5.411,00)		
1.2.2.	NO DEPRECIABLE		286.145,75	
1.2.2.01	Terrenos	286.145,75		
	TOTAL ACTIVO FIJO			888.978,75
	TOTAL ACTIVO			1.315.721,75

Código	Descripción	Subparcial	Parcial	Total
2.	PASIVO			
2.1.	CORRIENTE			
2.1.1.	Corriente de Corto Plazo		43.699,00	

2.1.2.	Corriente de Largo Plazo		267.892,00	
	TOTAL PASIVO CORRIENTE			311.591,00
	TOTAL PASIVO			311.591,00
3.	PATRIMONIO			
3.1.	CAPITAL SOCIAL			
3.1.1	Capital Social		700.000,00	
3.1.2.	Reservas		98.476,00	
3.1.3	Utilidad del Período		205.654,75	
	TOTAL PATRIMONIO			1.004.130,75
	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			1.315.721,75

FUENTE: Curtidos Salazar S.A.

ELABORADO: E.C.S.

EMPRESA ECUATORIANA DE CURTIDOS SALAZAR S.A.
Barrio Chipoalo No. 329 - Telf. (593 3) 2 726325
SALCEDO - COTOPAXI – ECUADOR

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL
AL 30 DE JUNIO DEL 2011

4. VENTAS		2.052.663,00
almacén	656.212,00	
Pedido Clientes	<u>1.396.451,00</u>	
COSTO DE PRODUCTOS TERMINADOS Y VENDIDOS		<u>1.275.477,50</u>
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		777.185,50
5. GASTOS DE OPERACIÓN		323.344,00
Gastos de Personal	185.621,00	
Gastos de Transporte	28.453,00	
Gastos de Ventas	73.121,00	
Gastos de Depreciación	34.896,00	
Gastos de Amortización	<u>1.253,00</u>	
GASTOS FINANCIEROS		42.532,00
Intereses	41.367,00	
Gastos Bancarios	<u>1.165,00</u>	
UTILIDAD ANTES DE LA DISTRIBUCIÓN		411.309,50
25% IMPUESTO A LA RENTA	102.827,38	
15% TRABAJADORES	61.696,43	
10% RESERVA LEGAL	<u>41.130,95</u>	<u>205.654,75</u>
UTILIDAD DEL PERIODO		<u><u>205.654,75</u></u>

FUENTE: Curtidos Salazar S.A.
ELABORADO: E.C.S.

Análisis Financiero - Económico

El análisis económico permite determinar los costos y los beneficios de la gestión de la empresa y del talento humano, puede ser por tanto, un instrumento útil para fomentar prácticas correctas. También muestra en qué circunstancias los beneficios económicos no bastarían para impulsar actividades preventivas para corregir y evitar errores.

Análisis de la situación financiera

Para realizar el análisis de la situación financiera de la Empresa Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., se toma datos de los estados financieros, en este caso del Balance General de los cuatro últimos años.

Análisis de la variación del Capital de Trabajo (Activo Circulante – Pasivo Circulante)

Concepto	2008 (1)	2009 (2)	2010 (3)	2011 (4)
Activo circulante	225.679,00	298.678,00	349.345,00	426.743,00
Pasivo circulante	193.734,00	243.645,00	281.341,00	311.591,00
Capital de trabajo	31.945,00	55.033,00	68.004,00	115.152,00

Fuente: Departamento de Contabilidad "ECSSA"

Elaborado por: Las Autoras

Variación

Concepto	Variación (2-1)	Variación (3-2)	Variación (3-4)
Activo circulante	72.999,00	50.667,00	77.398,00
Pasivo circulante	49.911,00	37.696,00	30.250,00
Capital de trabajo	23.088,00	12.971,00	47.148,00

Elaborado por: Las Autoras

Del análisis anterior se observa un aumento en el capital de trabajo en el 2009 con relación al año 2008. Básicamente se evidencia un aumento en el Activo Circulante de 32.34% con relación al año anterior, por otra parte el Pasivo Circulante también crece en 25.76 % con relación al 2007, el resultado final, es decir el aumento del Capital de Trabajo, se vio afectado por ambas variaciones.

Este aumento del Activo Circulante se debe fundamentalmente al aumento de los Documentos y Cuentas por Cobrar a Corto Plazo.

En el año 2010 aumentó el Capital de Trabajo con relación al año 2009 debido a un aumento en el Activo Circulante en un 22.15 %. El Pasivo Circulante decreció en un 13.39%, en este decremento sobresalen los pagos anticipados de obligaciones, retenciones por pagar y préstamos recibidos. La Empresa logra un aumento en el Capital de Trabajo por las operaciones normales de la empresa en el año 2011 con relación al 2010 que se evidencia en el aumento en la cuenta del Efectivo en Caja, Efectivo en Bancos y en los Inventarios de Materias Primas.

Como se puede observar, en el año 2011 el pasivo circulante disminuye en 10.75%, debido al aumento desproporcional entre el Activo Circulante y el Pasivo Circulante. El Activo Circulante aumentó en 22.15%, mientras el Pasivo Circulante aumentó en 10.75%. Las partidas que aumentaron en el Pasivo Circulante considerablemente fueron las Cuentas por pagar a Corto Plazo, Cuenta por pagar Activo Fijo Tangible, Retenciones en la fuente por pagar y préstamos recibidos. El aumento del Activo Circulante se vio afectado por el efectivo en Caja, Cuentas por Cobrar a Corto Plazo, Inventario de Materias Primas y la Producción en proceso.

Liquidez General o Solvencia Técnica

(Activo Circulante / Pasivo Circulante)

2008 (1)	2009 (2)	2010 (3)	2011 (4)
225.679,00	298.678,00	349.345,00	426.743,00
----- 193.734,00	----- 243.645,00	----- -281.341,00	----- 311.591,00
1.16	1.22	1.24	1.36

Fuente: Departamento de Contabilidad "ECSSA"

Elaborado por: Las Autoras

Variación (2 -1)	Variación (3 - 2)	Variación (4 - 3)
0,06	0,02	0.12

Elaborado por: Las Autoras

Cuando analizamos la tabla anterior percibimos que la liquidez general de la empresa comienza a incrementarse a partir del año 2008 con respecto a los anteriores aunque el índice sigue siendo bajo. Se puede observar que dicho incremento fue por el resultado del crecimiento de los activos circulantes a partir de ese año, afectándose las Cuentas por Cobrar a Corto Plazo y los Documentos por Cobrar. El pasivo circulante creció de manera conservadora durante el período de análisis, aunque debido al aumento de las cuentas y obligaciones por pagar se vio afectado el resultado en dicho sentido.

Podría pensarse que entre más alta sea la razón corriente, será mejor la gestión financiera. Si se analiza objetivamente este caso, un indicador muy alto aunque sea estimulante para proveedores y entidades financieras, es también señal de una mala administración del efectivo y de un exceso en la inversión propia y afectara la tasa de rendimiento asociada a dicha inversión.

La empresa puede poseer altos niveles de inventarios en su almacén, esto contribuirá a un indicador de liquidez general mayor, aunque no necesariamente esto indique una mejor posibilidad para atender las obligaciones a corto plazo, pues puede existir una baja rotación de inventarios obsoletos cuya realización en el mercado no sea fácil de llevar a cabo.

Prueba Ácida o Liquidez Inmediata (Activo Circulante – Inventarios / Pasivo Circulante)

2008 (1)	2009 (2)	2010 (3)	2011 (4)
(225.679 – 175.890) ----- 193.734	(298.678 – 210.657) ----- 243.645	(349.345 – 201.321) ----- 281.341	(426.743 – 268.900) ----- 311.591
0.25	0.36	0.52	0.50

Fuente: Departamento de Contabilidad "ECSSA"

Elaborado por: Las Autoras

Variación (2 - 1)	Variación (3 - 2)	Variación (4 - 3)
0,11	0,16	(0.02)

Elaborado por: Las Autoras

Como se puede observar durante los años de análisis: 2008, 2009, 2010 y 2011 la empresa presenta una liquidez inmediata bien reducida, lo que implica que en caso de que se tenga que cubrir las obligaciones inmediatas con los proveedores y terceros la empresa solo estaría en capacidad de cubrir hasta un 50% de las mismas.

La liquidez inmediata aumenta año a año en porcentajes muy reducidos, si consideramos que la liquidez del año 2009 en relación con el año 2008 solo cree

en 0.11%, la del año 2010 en relación con la del 2009 crece en apenas 0.16% y la del 2011 en relación con la del 2010 decrece en 0.02%.

Resumidamente podemos indicar que la empresa no tiene liquidez inmediata.

Razón de Endeudamiento: (Endeudamiento = Pasivos Totales / Activos Totales)

2008 (1)	2009 (2)	2010 (3)	2011 (4)
(187.998 / 943.789)	(200.897 / 956.765)	(225.675 / 998.456)	(311.591 / 1.315.721,75)
0.19	0.20	0.22	0.23

Fuente: Departamento de Contabilidad "ECSSA"

Elaborado por: Las Autoras

Variación (2 -1)	Variación (3 - 2)	Variación (4 - 3)
0,01	0,02	0.01

Elaborado por: Las Autoras

Analizando la información que nos brinda el cálculo de este indicador podríamos decir que en el año 2008 la empresa financió sus activos con deudas en un 1 %, 2% en el 2009 y 1% en el año 2010.

Resumiendo podríamos referir que durante los años 2008 y 2010 la empresa utilizó más fuentes de financiamiento propio para cubrir sus obligaciones a corto plazo, y durante el año 2009, tuvo que recurrir a fondos de de terceros para cubrir estas obligaciones.

Estos indicadores son muy importantes porque demuestran que la empresa ha administrado de manera óptima sus recursos.

Razón de autonomía: (Capital o Patrimonio / Activos totales)

2008 (1)	2009 (2)	2010 (3)	2011 (4)
(790.543/943.789)	(856.893/956.765)	(875.456/998.456)	(1.004.130,75/1.315.721,75)
0.83	0.89	0.87	0.76

Fuente: Departamento de Contabilidad "ECSSA"

Elaborado por: Las Autoras

Variación (2 -1)	Variación (3 - 2)	Variación (4 - 3)
0,06	(0,02)	(0.11)

Elaborado por: Las Autoras

La tabla anterior muestra que hubo un aumento en el grado de independencia de la empresa Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., en el año 2008 con respecto a los años 2009 y 2010 debido a que la empresa financió sus deudas con recursos propios. En los años 2009 y 2010 la razón de autonomía disminuyó por el incremento de las cuentas por pagar y de los préstamos recibidos. A partir del 2009 disminuye la autonomía y continua constante, por tanto podemos afirmar basándonos en la razón de endeudamiento y confirmándolo con la razón de autonomía que la empresa no tiene independencia financiera ante sus acreedores.

- **Solvencia (Activo Real / Financiamiento ajeno)**

- Donde Activo Real = Activo Circulante + Activo Fijo

- **Financiamiento Ajeno = Pasivo Circulante + Pasivo a Largo Plazo**

$$\text{Solvencia} = (46.300 + 602.833) / 311.591$$

$$\text{Solvencia} = 649.133 / 311.591$$

$$\text{Solvencia} = 2.08$$

La empresa cuenta con 2.08 centavos de dólar en el año 2011, para garantizar \$1.00 de su deuda total.

Análisis de la Situación Económica

- **Razón de Rentabilidad Sobre Activos - Rentabilidad Económica (Utilidad Neta/ Activos Totales)**

$$\text{Rentabilidad Económica} = (205.654,75 / 1.315.721,75)$$

$$\text{Rentabilidad Económica} = 0.15$$

Del cálculo realizado, se puede determinar que el total de los activos generan una rentabilidad económica del 0.15. O sea por cada dólar invertido de activo en el año 2011, la empresa obtuvo 15 centavos de dólar de rentabilidad económica.

- **Rotación de Activos (Ventas / Activos Totales)**

$$\text{Rotación de Activos} = (2.052.663 / 1.315.721,75)$$

$$\text{Rotación de Activos} = 1.56$$

La rotación de activos mide la eficiencia con la cual se han empleado los activos disponibles para la generación de ventas; según el cálculo anterior se

ha generado \$ 1.56 en el año 2011 por cada unidad monetaria de activos disponibles.

- **Rentabilidad sobre Ventas (Utilidad Neta/ Ventas)**

$$\text{Rotación Sobre Ventas} = (205.654,75 / 2.052.663)$$

$$\text{Rotación de Activos} = (0.10 \times 100)$$

$$\text{Rotación de Activos} = 10\%$$

Por cada unidad monetaria de ventas se obtuvo 10% de utilidades en el año 2011, debido a que en este año se logró disminuir los gastos e incrementar otros ingresos, es decir, aumenta la capacidad para elevar su rendimiento, dado un nivel de ventas estable.

- **Rendimiento de Patrimonio – ROE Rentabilidad Financiera: (Utilidad Neta / Patrimonio).**

$$\text{ROE} = (205.654,75 / 1.004.130,75)$$

$$\text{ROE} = 0.20$$

$$\text{ROE} = 20\%$$

La Compañía Ecuatoriana de Curtidos Salazar S.A., obtuvo un 20 % de rendimiento de lo que habían invertido en el año 2011. Este 20% viene dado por el crecimiento de las Ventas, y por la gran demanda del producto al mercado nacional e internacional

ADUANA DEL ECUADOR		REPUBLICA DEL ECUADOR ORDEN DE EMBARQUE				C
A. ADUANA / BANCO						
01 No ORDEN	02 AÑO	03 ADUANA	04 REGIMEN	05 CODIGO	06 FECHA / HORA TX.	07 NUMERO
000999	2010	QUITO	055	15		
C. CONTRIBUYENTE / AGENTE						
08 IMPORTADOR/EXPORTADOR		09 TIPO Y No. DOC. BA		10 CIUDAD		FECHA RECEP
ECUEXPORT S.A.		1716929136001		QUITO		HORA
09 DIRECCION		10 TELEFONO		11 NIVEL COMERCIAL		AFORO
AV. ILALO		593-02-2869679		2		
12 DECLARANTE/AGENTE		13 ALMACEN / DEPOSITO		CODIGO		
VIZCARRA ESPINOZA FERNANDO RAMIRO		4943				
D. VALORES EN ADUANA						
14 FOB USD	15 FLETE USD	16 SEGURO USD	17 AJUSTE USD	18 CIF USD	19 VALOR ADUANA USD	
119 40.00	732.00	0.00		119 40.00	119 40.00	
E. AUTOLIQUIDACIÓN DE TRIBUTOS						
	CONCEPTO	LIQUIDACIÓN \$ (1)	LIQUIDACIÓN \$ (2)	CANTIDAD A PAGAR \$ (1-2)		
20	AD / VALOREM			0.00		
21	DERECHO ESPECÍFICO			0.00		
22	IMP. CONSUMOS ESPECIAL			0.00		
23	IMP. VALOR AGREGADO			0.00		
24	DERECHO ANTIDUMPING					
25	DERECHOS CONSULARES					
26	SOBRETIEEMPO PETROLERO					
27	ADICIONAL X BARRIL DE CRUDO					
28	TASA MODERNIZACIÓN			0.00		
29	TASA DE CONTROL			0		
30	TASA DE ALMACENAJE					
31	MULTAS (ART. 89 Y 91)			0.00		
32	INTERESES					
33	IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS					
34	FODINFA			0.00		
35	CORPEI			0.00		
36	OTROS					
37	SALVAGUARDA					
38	TOTAL AUTOLIQUIDACIÓN			0.00		
F. BANCO Y ADUANA						
G. DECLARANTE				FECHA		
VIZCARRA ESPINOZA FERNANDO RAMIRO				06/04/2010		
FRIMA DEL DECLARANTE						

Optimizoff Cia. Ltda. www.todocomercioexport.com.ec

Figura 5.14 DAU C
Fuente: Aduana del Ecuador

Anexo No. 4
Declaración Aduanera Única

**CUADRO DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMOS**

	Importe	20.000		PAGOS TOTALES	
	Años	5		PRINCIPAL	20.000,00
	comisión de apertura			INTERESES	6.063,76
	interés nominal	9,53%		COMISIÓN	0,00
	periodo de pago	1		TOTAL	26.063,76
	tipo amortización	1			
	Francés				
	coste efectivo	9,53%		www.economia-excel.com	
años	Cuota	Intereses	amortización	amortizado	Pendiente
0					20.000,00
1	5.212,75	1.906,00	3306,75	3.306,75	16.693,25
2	5.212,75	1.590,87	3621,89	6.928,64	13.071,36
3	5.212,75	1.245,70	3967,05	10.895,69	9.104,31
4	5.212,75	867,64	4345,11	15.240,80	4.759,20
5	5.212,75	453,55	4759,20	20.000,00	0,00