



## **ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **TEMA:**

**ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA EXPORTAR CALZADO DE CABALLERO PRODUCIDO POR UNA PYMES DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA A SANTIAGO DE CHILE**

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial

### **Línea de investigación:**

Calidad, Productividad, Eficiencia y/o Competitividad

### **Autor:**

Marco Vinicio Vásquez Cifuentes

### **Director:**

Eco. Joyce Beatriz Mora Rivera, Mg

**Ambato – Ecuador**

**Mayo 2022**

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
SEDE AMBATO  
HOJA DE APROBACIÓN

**Tema:**

**ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA EXPORTAR CALZADO DE CABALLERO  
PRODUCIDO POR UNA PYMES DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA A  
SANTIAGO DE CHILE**

**Línea de Investigación:**

Calidad, Productividad, Eficiencia y/o Competitividad

**Autor:**

Marco Vinicio Vásquez Cifuentes

Joyce Beatriz Mora Rivera, Eco. Mg.

**CALIFICADOR**

f. 

Proaño Córdova Telmo Diego, Eco. Mg.

**CALIFICADOR**

f. 

Cisneros Martínez Marco Jacobo, Ing. Mg.

**CALIFICADOR**

f. 

Barragán Ramírez Christian Andrés, Ing. Mg.

**DIRECTOR DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

f. 

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr.

**SECRETARIO GENERAL PUCESA**

f. 

 Pontificia Universidad  
Católica del Ecuador  
SECRETARÍA GENERAL  
PROCURADURÍA

Ambato-Ecuador

Mayo 2022



BIBLIOTECA

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, **MARCO VINICIO VÁSQUEZ CIFUENTES**, con **CC. 180343805-8**, autor del trabajo de graduación intitulado: "ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA EXPORTAR CALZADO DE CABALLERO PRODUCIDO POR UNA PYMES DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA A SANTIAGO DE CHILE", previo a la obtención del título profesional de **INGENIERO COMERCIAL**, en la escuela de **DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Ambato, mayo 2022



**MARCO VINICIO VÁSQUEZ CIFUENTES**

**CC. 180343805-8**

## **DEDICATORIA**

A mis padres, hermanos y novia que supieron guiarme en el buen camino y siempre en búsqueda del éxito; muchos de mis logros han sido por sus palabras de apoyo y su confianza.

A mis maestros que supieron forjarme como un próximo colega por todas sus enseñanzas profesionales como humanas.

## **AGRADECIMIENTO**

Deseo agradecer a Dios que siempre ha sido mi sustento en los momentos más difíciles, que me cuida y provee a mi familia sin ellos no podría realizar mis sueños, con su esfuerzo y dedicación por los años que me cuidaron y me brindaron sus enseñanzas.

A mis profesores que supieron y llegaron con sus enseñanzas a fortalecer mis necesidades de aprendizaje y a esta noble institución que busca siempre la excelencia académica como personal.

## RESUMEN

La presente investigación se desarrolla con la finalidad de implementar en la empresa de calzado Torino, un estudio de factibilidad para medir la viabilidad de exportar calzado de caballero hacia Chile. Se realizó un estudio que determina la oferta en base a la producción de la empresa y del calzado a nivel nacional; así como la demanda existente en Chile segmentada en el consumo de calzado para hombre en edades de 25 a 60 años que es la población económicamente activa; se detalla el consumo y oferta de tres modelos o diseños como es el deportivo, clásico y botas o botines. En la propuesta se elabora el detalle de la situación actual de la empresa, así como los factores que intervienen en las exportaciones estas son: aranceles, leyes e incluso el precio del embarque en la aerolínea mediante el uso de fórmulas para el cálculo. Se estima que para solventar los costos de producción que se utiliza para la exportación, la empresa produciría 1000 pares de calzado mensuales diferenciados de la siguiente forma: 500 para el mercado local y 500 para la exportación, es decir, 12000 pares de calzado anuales. Se considera los valores utilizados en el estado de resultados del año 2017, pero a este se le añade los gastos de exportación y la suma del doble de producción que realiza la planta, con el uso de indicadores de validez sobre proyectos como el VAN y TIR se determina que el proyecto si es viable.

**Palabras Claves:** Exportación, Factibilidad, Calzado, Costos, Producción.

## **ABSTRACT**

This research is carried out in order to implement in the shoe company Torino, a feasibility study to measure the feasibility of exporting footwear of Knight to the country of Chile. For this, a study was conducted by determining the offer on the basis of the production of the company and of footwear at the national level; as well as the demand in Chile segmented in the consumption of footwear for men ages 25 to 60 which is the population economically active; detailing the consumption and supply of three models or designs such as the sporty, classic and boots or ankle boots. The proposal develops the detail of the current situation of the company as well as the factors involved in exporting these are tariffs, laws and even the price of the shipment in the airline through the use of formulas for calculating. It is estimated that to cover the costs of production to be used to export the company it would produce 1000 pairs of shoes per month differentiated follows 500 for the local market and 500 for export; 12000 pairs of shoes per year. Considered the values used in the statement of income of the year 2017 but these ads costs of export and the sum of twice the production that will make the plant. Where with the use of indicators of validity on projects like the VAN and TIR determines the project resulting in viable and approved.

**Key words:** Study, feasibility, costs and footwear production.

## ÍNDICE

### PRELIMINARES

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE .....	viii
PRELIMINARES.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xi
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA.....	8
1.1. Antecedentes Investigativos y fundamentación legal.....	8
1.2. Estudio de categorías fundamentales.....	12
1.3. Exportaciones y conceptos básicos sobre aranceles e impuestos .....	21
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO .....	26
2.1. Fuente de Información y enfoque de la investigación .....	26
2.3. Modalidad de la investigación.....	27
2.3. Desarrollo del Proyecto .....	29
CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	30
3.1. Analisis e interpretacion de los resultados .....	30
3.2. Desarrollo de estudio de factibilidad para exportar calzado .....	41
3.3. Estudio técnico y financiero plan de exportación de calzado .....	53
CONCLUSIONES .....	69
RECOMENDACIONES.....	70
BIBLIOGRAFÍA.....	71
ANEXOS .....	77

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Factores analizar en el mercado .....	17
Tabla 2. Descripción del producto .....	18
Tabla 3. Población.....	28
Tabla 4. Población chilena por sexo 2015-2020.....	47
Tabla 5. Población de Hombres edades 25-60 .....	48
Tabla 6. Demanda Hombres edades 25-60.....	48
Tabla 7. Venta mensual de calzado de hombre .....	49
Tabla 8. Demanda insatisfecha .....	50
Tabla 9. Cálculo del costo de exportación por cajas .....	52
Tabla 10. Inversión Fija .....	57
Tabla 11. Capital de operaciones.....	58
Tabla 12. Materia Prima y Materiales Directos.....	59
Tabla 13. Mano de Obra Directa .....	60
Tabla 14. Carga Fabril.....	60
Tabla 15. Gastos Administrativos y ventas.....	60
Tabla 16. Mano de obra indirecta.....	61
Tabla 17. Inversión.....	61
Tabla 18. Depreciación.....	62
Tabla 19. Valores de Exportación .....	63
Tabla 20. Costos de producción.....	63
Tabla 21. Estado de resultados.....	64
Tabla 22. Flujo de Caja del Proyecto .....	65

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Factores de Exportación .....	30
Gráfico 2. Competitivos para Exportar.....	31
Gráfico 3. Satisfacción de la oferta.....	32
Gráfico 4. Material solicitado .....	32
Gráfico 5. Características del calzado .....	33
Gráfico 6. Adquisición de Maquinaria .....	34
Gráfico 7. Tiempo de Entrega .....	35
Gráfico 8. Incentivo de compra.....	36
Gráfico 9. Reclamos .....	37
Gráfico 10. Abastecimiento continuo .....	38
Gráfico 11. Plazos de pago .....	39
Gráfico 12. Competencia Directa .....	40
Gráfico 13. Organigrama Estructural .....	44
Gráfico 14. Flujo de proceso, elaboración de calzado.....	45
Gráfico 15. FODA de la empresa .....	46
Gráfico 16. Pasos para ser exportador.....	55
Gráfico 17. Punto de Equilibrio.....	67

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Pasos del análisis de factibilidad.....	12
Ilustración 2. Flujo de Procesos .....	19
Ilustración 3. Composición de la industria manufacturera 2016 .....	22
Ilustración 4. Ejemplo de Mapa Logístico de Transporte Aduanero .....	57

## INTRODUCCIÓN

Los parámetros que las industrias de calzado utilizan para medir su crecimiento y desarrollo empresarial de forma general y medible, es su participación en el mercado local; dentro de la economía nacional existen factores que fomentan la innovación y optimización para cumplir con las necesidades de la demanda.

El tema de exportar es considerado y empleado, por varios productores de calzado y son pocos los que logran mantenerse en el mercado al que incursionan, los factores de riesgo son altos y más aún si no cuenta con las planificaciones necesarias como los estudios de mercado; tanto nacional como extranjero; el objetivo del proyecto y su aplicación es generar datos estadísticos e información real; sobre los cuales se realiza el análisis que ayuda a la toma de decisiones acertadas sobre, si es factible llegar a un nuevo mercado con líneas de productos que son valorados en la empresa de calzado Torino, de mayor demanda y con índices de productividad estables; como es el calzado de caballero de cuero y sintético.

La exportación es una actividad de mediano y largo plazo que exige una adecuada planeación de los recursos; sin embargo, es inexistente cuando la empresa atraviesa por un período de crisis. Se debe exportar en el momento que exista capacidad de diseño, programación, producción, comunicación, empaques, envíos, administración, entre otras, conforme a los requerimientos del mercado internacional (Secretaría de Economía y centros Regionales, 2014).

La causa principal de no incursionar en el sector externo, se debe a que la empresa no cuenta con los antecedentes e información necesarios, que plasme la realidad del mercado internacional, así como el análisis interno de la empresa para conocer las fortalezas y debilidades del entorno donde se realiza el estudio.

El presente proyecto de investigación muestra la variedad productiva de la empresa y del mercado actual, de esta forma se elige como oferta exportable el producto calzado de cuero para hombre, porque posee una demanda nacional satisfactoria,

y el destino para exportar elegido es el país de Chile, ante esto se considera los tratados y acuerdos internacionales entre los dos países; esto generaría una producción con mayores ingresos económicos.

A nivel nacional existen varias industrias manufactureras que son la base del crecimiento comercial en las distintas regiones del país, una de ellas es la industria de calzado, por su expansión y enfoque de mejora continúa tomando parámetros como el diseño, variedad y especialización. En Ecuador existe la producción de calzado para montaña, deportes y gala exclusiva de cuero. La industria está relacionada con los procesos de tecnificación y existe una gran evolución del sector; principalmente se destacan las provincias de Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas (PRO ECUADOR, 2017).

Este tipo de comercio muestra un gran crecimiento con condiciones de exportación favorables y gracias a varios acuerdos mercantiles, las posibilidades de ingresar a nuevos mercados con producto nacional, es mucho más factible que años anteriores por las tasas arancelarias altas y varias demandas sobre las especificaciones del producto que requerían los nuevos mercados.

De igual forma según información obtenida por la Secretaria nacional de Comunicación, “las exportaciones del sector ascienden a 38,9 millones de dólares y sus destinos principales fueron Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y Estados Unidos”. (SECOM Secretaria Nacional de Comunicación, 2017)

El incursionar en el mercado chileno es una alternativa alentadora, a esto se suma que Chile es el segundo socio comercial con un monto FOB USD 1,151 millones de dólares (6.85%) en el año 2016, en comparación a otros 19 países; los productos que se exportan mayormente son: petróleo, banano, camarón, productos líquidos como vinagre, bebidas y líquidos alcohólicos.

Los proyectos gubernamentales destacan proyectos que mejoran las condiciones de la industria manufacturera como el desarrollo de redes asociativas de micro y pequeños empresarios de calzado en la provincia de Tungurahua y el fortalecimiento de la Red Asociativa Empresarial de la Cadena del Cuero de las provincias del Tungurahua y Cotopaxi, la campaña “Mejor si es Hecho en Ecuador”;

se fomenta de esta manera la productividad y la demanda de la producción nacional, esta estrategia se enfoca en mantener el equilibrio en la balanza comercial.

Según el informe de Macías, V., menciona que los proyectos comerciales y el equilibrio en la balanza comercial contribuyen con “procesos innovadores en la producción del calzado, además de intercambiar experiencias de medianas a pequeñas empresas para fortalecer el sistema productivo”. (Macías, 2018)

A nivel nacional se considera a la provincia de Tungurahua una de mayor nivel de productividad en comparación con las otras; el mayor desarrollo económico se da en el área del comercio, el sector de la construcción y fabricación de calzado estas dos actividades generan mano de obra y crecimiento económico de la región centro del país.

Según la CALTU, en Tungurahua se confecciona el 65% de la producción nacional de calzado y produce el 80% del cuero del país. Entre las empresas tungurahueses más representativas en la fabricación de zapatos, están Plasticaucho Industrial y Liwi, esta última se especializa en la confección de zapatos para patologías como pies planos, pie cuadrado, pie diabético, etc, (CALTU, 2018).

Dado el impulso al sector a través de las salvaguardas arancelarias impuestas por el régimen para la importación del calzado, la industria nacional tuvo que incrementar su producción en el 40%, porque paralelamente sus ventas crecieron un 30% anual. Según el INEC el consumo per cápita de calzado en Ecuador es de 2,7 pares de zapatos al año, sus precios en el mercado oscilan entre 15 y 70 dólares según la calidad, diseño, procedencia y sitio de comercialización (CIT Cámara de Industria de Tungurahua, 2016).

Para el sector de cuero y calzado a pesar de tener un crecimiento importante en los últimos años, para el año 2016 se estimó un 40% en productos del calzado y sus derivados, en bajos porcentajes los textiles y los alimentos preparados; aún existen factores que desaceleran su evolución y estos son, por ejemplo, las varias limitaciones financieras que impiden acceder a créditos, de igual manera en función a lo expuesto por el artículo elaborado por la Cámara de Industria de Calzado,

demuestra que “el cierre de emisión de cartas de crédito internacional para poder mejorar las maquinarias, insumos y materia prima; poca variedad de productos, factor que se debe más a restricciones arancelarias que a innovación y desarrollo”. Estos puntos impiden un incremento continuo y sostenido. (Cámara de Industria de Tungurahua, 2016)

A pesar de las condiciones económicas difíciles que atravesó el país en el año 2016 y parte del 2017, el sector que se muestra reactivado es el carroceros y de calzado así que, según un informe presentado por Moreta, Modesto del diario el Comercio dicta cifras donde indica que “el 53096 de las 98404 personas que integran la Población Económicamente Activa de Ambato tienen un empleo adecuado en los sectores productivos que crecieron en el 2017”. (Moreta, Modesto, 2018)

La empresa de calzado Torino dedicada a la producción y comercialización de calzado de cuero, se fundó en el año 2001; su primer local fue ubicado en la ciudad de Ambato en las calles Lalama y Araujo; con ya una década en el mercado esta empresa ha demostrado la capacidad competitiva que el mercado nacional lo requiere; mantiene una línea de productos que son vendidos en centros comerciales por su amplia calidad y respaldo.

En vista de los beneficios que goza esta empresa, se crea la necesidad de abordar otros mercados y la exportación a países como Chile, Perú, Bolivia son una carta de presentación para mejorar las condiciones competitivas y comerciales. Para esto la organización cuenta con un análisis de factibilidad que le brinde la información necesaria que fortalezca y respalde el financiamiento, el mercado y la producción que requiere la empresa.

Los análisis de factibilidad, brindan a las organizaciones las directrices necesarias para encaminar sus objetivos. La empresa de calzado Torino no cuenta con un estudio que respalde la meta de incursionar en nuevos segmentos de mercado.

Este punto genera un desequilibrio en la planificación interna, pues las metas que se proponen periódicamente necesitan de información que les ayude a implementar

estrategias de Marketing, como los estudios de mercado y medir la satisfacción del cliente local y denota la necesidad de exportar, conocer de diferentes perspectivas las fortalezas y debilidades de la organización y así medir la capacidad productiva. Es importante considerar la ayuda de los nuevos planes que el gobierno ecuatoriano brinda a las pymes y al sector de calzado que generan la oportunidad de incursionar en un mercado diferente y que mejor forma de incentivar a la empresa de calzado Torino con proyectos factibles que incrementen experiencias en un sector diferente.

La industria del calzado atraviesa varias mejoras productivas y esto hace necesaria la actualización de reformas internas, que ayuden y brinden soporte a la comercialización del producto que se elabora en la empresa Torino; y es aquí donde se hace notoria la falta de estudios, que demuestren el interés de incursionar en el exterior.

Por tal razón cabe mencionar que en la empresa de calzado Torino no existen estudios o investigaciones anteriores sobre la implementación de análisis de factibilidad sobre algún producto o línea de calzado lanzado al mercado.

La falta de un análisis de factibilidad dentro de la empresa de calzado Torino, sobre la línea de caballero, genera limitaciones en el crecimiento económico y productivo, y es imprescindible la implementación de un estudio que brinde la información actual sobre la situación interna y externo del entorno en, el cual, se desenvuelve la empresa, así como las necesidades de mejorar o estandarizar procesos para incursionar en un nuevo mercado especificándose a una línea de producto.

¿En el análisis de factibilidad que factores influyen para la exportación de calzado hacia un nicho de mercado diferente al nuestro?

El contenido del trabajo de investigación está compuesto por tres elementos detallados ,a continuación:

- Campo: Administración de Empresas
- Área: Financiera
- Aspecto: Inversión – Estudio de factibilidad

El trabajo se desarrolla desde abril a julio de 2018 en Ecuador, provincia de Tungurahua, en la ciudad de Ambato.

Uno de los estándares de medición de las empresas es abarcar diferentes mercados sin desabastecer al actual, por tal motivo es necesaria la implementación de herramientas que brinde la información sobre el estado productivo, financiero, y administrativo de una organización.

Para continuar con el estudio, se plantea el objetivo general de la investigación

1. Analizar la factibilidad de exportar calzado de caballero de la empresa Torino, hacia Santiago de Chile.

Para un resultado y seguimiento se plantean los objetivos específicos:

1. Fundamentar teóricamente las posibilidades de exportar.
2. Diagnosticar la situación actual de la empresa para alcanzar un nuevo mercado.
3. Establecer parámetros positivos y negativos sobre la exportación de calzado de caballero.
4. Determinar la factibilidad del proyecto.

Por el enfoque en, el cual, se desarrolla la investigación se considera cuantitativo; en un marco teórico-científico por las aportaciones de conceptos y antecedentes investigativos que respaldan la misma

Un análisis de factibilidad tiene como finalidad medir la capacidad productiva y rentable de los proyectos de inversión; brindado la información que se requiere para ejecutarlos, la aplicación de los estudios motiva a la empresa, colaboradores y proveedores para mejorar su rendimiento en los resultados de los estudios. A la vez que dota de datos relevantes a los grupos inmersos en la investigación como es el

estudiante, la empresa de calzado Torino, y la sociedad en general; y el contar con un antecedente ayuda a futuros proyectos de inversión e investigación.

## **CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA**

### **1.1. Antecedentes Investigativos y fundamentación legal.**

El estudio realizado por (Pilosos Crespín & Plaza Rosado, 2016), sobre Estudios de Factibilidad para la creación de una fábrica de calzado ortopédico, indican que, “El desarrollo de este proyecto muestra la factibilidad de fabricar y comercializar zapatos para mujeres diabéticas de edad media, es un nicho al cual muy pocas empresas le han dedicado tiempo e importancia; de igual manera al direccionarnos hacia un mercado estratégico como es la ciudad de Guayaquil nos da confianza de apuntar hacia el mercado seguro y con crecimiento dinámico en su economía”.

Los autores del trabajo, demuestran la importancia de aplicar a este mercado un estudio de factibilidad primero, como es el calzado diabético, y segundo los parámetros viables para el estudio financiero y así demuestran que es posible hacerlo, en base al reflejo financiero sobre la recuperación de la inversión y su proyección a cinco años.

El autor de esta investigación, (Toapanta, 2012), mencionan la necesidad de implementar en los cantones Gualaceo y Chordeleg una empresa que se dedique a la producción y comercialización de cajas para calzado; se mide para la implementación de este estudio al progreso de cantones, con la creación de negocios que brinden soportes económicos por las fuentes de trabajo que se suman a estas iniciativas de comercio y facilita a los emprendedores la provisión de cajas de calzado personalizadas, que se encuentran cerca para adquirirla lo que disminuye el costo de transporte y mejora la inversión en materia prima.

Según (Ec. Barros León, 2015), menciona en su trabajo previo a la obtención de Master en ciencias Económicas y de Inversión en proyectos que el proyecto es viable dado que genera una TIR del 38% misma que es mayor a la TMAR del proyecto. El proyecto es factible por la demanda existente sobre las botas de cuero de bioseguridad.

Los requerimientos del producto según los datos que se analizó en el estudio de mercado, es alto debido a que el 84% de las personas encuestadas estarían dispuestos a comprar botas de seguridad industrial. (pág. 118). Con los diferentes análisis realizados a investigaciones similares se demuestra la aplicabilidad de los estudios de factibilidad por los análisis de mercado, financieros, y de inversión; lo que genera bases reales para futuras investigaciones y un soporte para las empresas del sector del calzado; por la diversidad de temas sobre estudios y análisis de factibilidad es un apoyo científico- teórico.

En el código orgánico de la producción, comercio e inversiones se establece:

ASAMBLEA NACIONAL Of. No. SAN-010-2038 Quito, 22 DIC 2010 (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010)

#### TÍTULO PRELIMINAR

##### Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

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

“Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considera actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, sumado a las

actividades comerciales y otras que generen valor agregado”. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010)

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca, también, generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva.

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

- a) “Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas,
- b) Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental
- c) Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;
- d) Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva;
- e) Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder,
- f) Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables;
- g) Normalizar la inversión productiva en estratégicos de la economía, de acuerdo Nacional de Desarrollo.
- h) Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas,
- i) Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado,
- j) Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica,
- k) Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico,
- l) Potenciar la sustitución estratégica de importaciones;

- m) Facilitar las operaciones de comercio exterior,
- n) Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria,
- o) Incorporar como un elemento transversal en todas las políticas productivas, el enfoque de género y de inclusión económica de las actividades productivas de pueblos y nacionalidades,
- p) Fomentar y apoyar científica, así como tecnológica”. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010).

### **Acuerdos internacionales**

Entró en vigencia el 25 de enero del 2010 el acuerdo de Asociación Estratégica ACE N°65, y dejó de lado el anterior acuerdo N°32 en vigencia desde 1994; este nuevo formato pretende fortalecer y ampliar el mercado al promover el diálogo político y social, de cooperación, cultural y sobre todo económico –comercial entre los dos países. Lo que resulta favorecedor, a más de mantener la balanza comercial existente se suman otros productos que sirven de base para seguir con los acuerdos bilaterales que sirven de ayuda económica para estos dos países (Ministerios de relaciones exteriores Santiago de Chile, 2017).

De acuerdo a lo expuesto por Gonzáles, se detallan los valores arancelarios para exportar al mercado chileno: “Aranceles generales de importación: 6% de Derechos de Internación sobre el valor CIF de la importación. 19% de IVA sobre valor CIF+ Derechos. Valoración Aduanera: Chile se rige por las normas de valoración establecidas por la Organización Mundial de Comercio “OMC”.  $\frac{3}{4}$  Precio de transacción  $\frac{1}{4}$  Tributación sobre el valor Aduanero (CIF más Ajustes). Las mercancías usadas tienen un recargo del 50% sobre los derechos Ad-Valorem.

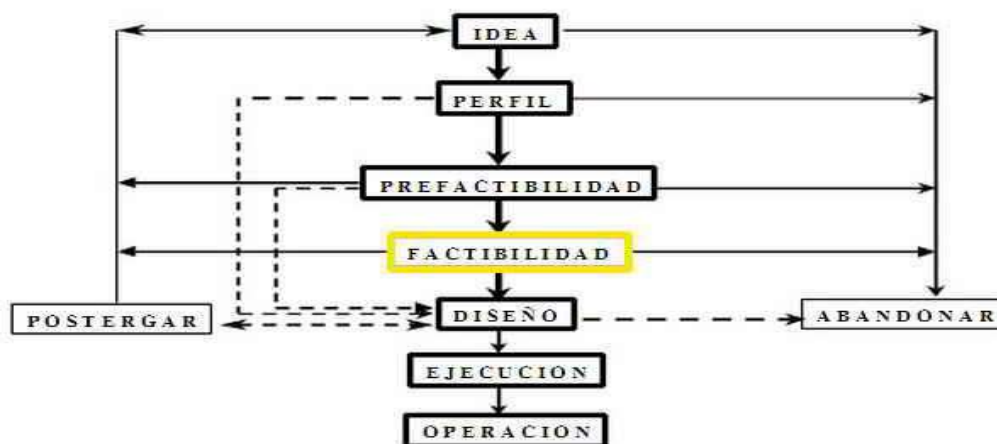
Muestras sin carácter comercial: A diferencia de otros Países en Chile es obligación tributar sobre la importación de muestras sin carácter comercial. El valor asignado a las muestras corresponde al precio normal de mercado de estos productos. Tramitación Aduanera: La Aduana Chilena, obliga a los importadores a utilizar los servicios de un Agente de Aduana cuando el valor FOB de las operaciones es superior a US\$ 1.000,00. Por montos inferiores los importadores pueden realizar

los trámites de internación directamente ante el Servicio de Aduanas”. (González, 2012).

## 1.2. Estudio de categorías fundamentales

Rivera indica que la administración “es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado” (Rivera, 2016). El escritor Miranda Miranda (2001), conceptualiza el significado del estudio o análisis de factibilidad como “un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se toma la decisión de proceder o no con su implementación”.

### Ilustración 1. Pasos del análisis de factibilidad



**Fuente:** tomado a partir de (Miranda Miranda, 2005).

El estudio de factibilidad conduce a según (Miranda Miranda, 2005):

Determinación plena e inequívoca del proyecto a través del estudio de mercado, la definición del tamaño, la ubicación de las instalaciones y la selección de tecnología:

- Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto.

- Estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología/lo mismo que los costos de operación y el cálculo de los ingresos.
- Identificación plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto.
- Definición de términos de contratación y pliegos de licitación de obras para adquisición de equipos y construcciones civiles principales y complementarias.
- Sometimiento del proyecto si es necesario a las respectivas autoridades de planeación y ambientales.
- Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental, que permita argumentar para la decisión de realización del proyecto. (Miranda Miranda, 2005). Según el reporte expuesto por Miranda, 2005 menciona que “los objetivos de cualquier estudio de factibilidad, se resumen en los siguientes términos:
  - a) Verificación de la existencia de un mercado potencial o de una necesidad no satisfecha.
  - b) Demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.
  - c) Corroboración de las ventajas desde el punto de vista financiero, económico, social o ambiental de asignar recursos hacia la producción de un bien o la prestación de un servicio”. (Miranda Miranda, 2005)

La elaboración de un estudio de mercado consiste en adquirir toda la información que la empresa necesita del lugar donde desea exportar, estos datos son reales sobre las condiciones, exigencias y características del mercado en cuanto a un determinado producto, pues el análisis de la información adquirida es la fuente para el inicio de un trabajo amplio y depende de este estudio el éxito o fracaso de la exportación. Queda en claro que una segmentación es en el producto específico a exportar y la consecución no se abarca todo el mercado.

Dentro del estudio de mercado se realiza el análisis del mercado objetivo y potencial donde se considera los siguientes parámetros de investigación:

- Recolección de la información del mercado meta (Chile)
- Mención del mercado objetivo, es el segmento de mercado al cual llega el producto-bien o servicio.
- Características del mercado potencial.

La segmentación de mercado detalla las características de la población a, la cual, va dirigido el producto, diferenciado por talla, sexo, edad, condición económica, ubicación, como lo indica la definición misma del concepto “un segmento de mercado como un conjunto de individuos o empresas que poseen características homogéneas y distintas, que permiten diferenciarlo claramente de los otros grupos, y que además, pueden responder a un programa de actividades de marketing específicamente diseñado para ellos, con rentabilidad para la empresa que lo practica” (American Marketing Association, 2009, pág. 307).

Méndez menciona que oferta es “la cantidad de bienes o servicios similares o sustitutos del proyecto en estudio de origen local, regional, nacional o internacional que están disponibles para atender la demanda en un mercado determinado. En general se conoce como análisis de la competencia” (Méndez, 2010).

Existen varios conceptos sobre el tema y se dice que la demanda es la cantidad de personas o individuos que quieren adquirir un bien o servicio; para ello tiene la capacidad de hacerlo, existen acuerdos para intercambiar y satisfacer las necesidades de una persona. La proyección de la oferta y demanda es un punto que se desarrolla en el estudio de mercado para conocer la situación actual del medio al cual se quiere incursionar y promocionar un determinado bien o servicio.

Proyección demanda. - Con la finalidad de estimar datos de la demanda futuro, se constituyen tres métodos de proyección, donde el más utilizado es el método de proyección de consumo aparente y se elabora con el número de habitantes o clientes pues guarda relación con una determinante, que es el número de demandantes. (Chambi, 2012).

Proyección Oferta. - Se utiliza la misma fórmula de proyección de consumo aparente se estima la oferta futura, y se elabora un análisis histórico de la oferta que refleje el número de ofertantes (Chambi, 2012).

El resultado de la oferta y demanda proyectada es observar la diferencia; en caso que la demanda salga mayor que la oferta se determina entonces que la capacidad productiva no abastece al mercado y viceversa si oferta es mayor a la demanda quiere decir que la promoción, propaganda, precio y demás aspectos que valoran los clientes no están despertados para el consumo.

Es necesario elaborar un estudio a profundidad de las fortalezas y debilidades internas de la empresa; así como conocer las oportunidades y amenazas tanto del mercado local e internacional, para esto es necesario realizar un análisis FODA, que brinde las directrices necesarias para tomar decisiones oportunas.

La capacidad de producción que tiene la empresa se considera antes de incursionar en nuevos mercados, pues el potencial que tienen los recursos como humano, tecnológico, materia prima e incluso abastecimiento, hacen que los márgenes de calidad del producto sean apto para exportar.

Es indispensable considerar las siguientes características del producto que se oferta antes de comenzar las negociaciones en mercados externos y adecuar los productos a las necesidades del mercado y estas es:

- Características y atributos del producto.
- Diseño del producto.
- Características del empaque.
- Precio de venta.
- Volumen de producción.
- Capacidad instalada y utilizada.
- Posición arancelaria del producto.

Un análisis de toda la información recopilada en cuanto a los siguientes parámetros, ayudan a la empresa en la toma de decisiones más acertadas y efectivas.

**Tabla 1. Factores analizar en el mercado**

Comportamientos de las Ventas de la Empresa	Destinos de las Ventas Volúmenes Precios Canales de distribución
Percepción del Cliente sobre el Producto	Precios Plazos de pago Asistencia técnica Tiempos de entrega Servicios posventa
Principales Clientes	
Fortalezas y Debilidades Frente a la Competencia	

**Fuente:** tomado a partir de (Chambers, s.f.).

#### Relación de proveedores de Materia Prima

El detalle que se registra a través de la relación de proveedores; es medir el grado de participación o definir la cantidad de proveedores con los que cuenta la empresa para cada producto, y verificar la estabilidad y continuidad que tienen para continuar con el abastecimiento y en caso de crecimiento de la empresa cerciorarse que se acoplen a las nuevas demandas productivas de la misma.

La segunda etapa de un estudio de factibilidad, donde se consideran los aspectos operativos y técnicos necesarios para la producción de un bien y servicio deseado; en, el cual, se analiza la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, organización e instalación que se requiere en una empresa (Santos Santos, 2008). Existen varios aspectos para detallar el bien o producto que se oferta para esto se menciona:

**Tabla 2. Descripción del producto**





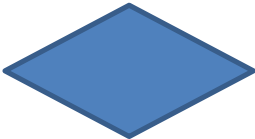
ASPECTOS FISICO	Talla, color, modelo
ASPECTOS ITRÍNSECOS	Materia Prima Mano de Obra Costos de producción
ASPECTOS EXTRÍNSECOS	Precio Plaza Promoción

**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada en la investigación.

El diseño del producto es el proceso de crear un nuevo producto o servicio que son vendidos en la empresa, este concepto se enfoca en la creación y desarrollo de nuevas ideas y son plasmados en artes para luego ser aprobados para su elaboración.

Mediante el uso de un diagrama de flujo de procesos se estandariza los pasos y los niveles que se siguen en la línea de producción, hasta llegar al producto terminado en mención se tiene las siguientes características del flujo de procesos:

## Ilustración 2. Flujo de Procesos

SÍMBOLO	NOMBRE	FUNCIÓN
	Inicio/ Final	Representa el inicio y el final de un proceso
	Línea de flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones, la flecha indica la siguiente instrucción
	Entrada /Salida	Representa la lectura de datos en la entrada y la impresión de datos en la salida
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación
	Decisión	Permite analizar una situación con base en los valores verdadero o falso

Fuente: tomado a partir de (smarthdraw, 2018)

Costo de producción es el detalle de cada valor diferenciado por Costos directos de producción, materias primas, mano de obra directa, costos indirectos, depreciación, mano de obra indirecta, insumos o materiales menores.

La conformación y funcionamiento de la empresa se especifican las acciones que implican la conformación de la empresa, así como el detalle de las actividades que realiza cada miembro de los departamentos, a la vez de la estructura organizacional de la empresa, políticas y normas internas, horarios y demás aspectos que se desarrollan dentro de la empresa.

Para conocer la situación actual de la empresa es importante detallar los principales indicadores financieros que rigen la organización contablemente y son:

- Liquidez o solvencia
- Capital Neto de Trabajo
- Endeudamiento
- Rentabilidad
- Apalancamiento

El estado de pérdidas y ganancias, es el registro de todos los costos y gastos de la empresa por período; en este estado financiero se analiza los resultados o posibles errores y de esta forma emitir estrategias que mejoren y maximicen las ganancias y minimizar los costos y gastos según sea el caso. Se considera como métodos de evaluación financiera a aquellas fórmulas que permiten determinar la situación actual y futura de una organización; basándose en el estado de situación de resultados.

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 (Piloso & Plaza, 2016, pág. 135). Es la base para medir el VAN y el TIR pues determina la condición actual de la empresa, visto que el ser rentable no es lo mismo que tener liquidez.

Punto de Equilibrio. - Este concepto hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos, es decir, que la empresa tiene un beneficio, el cual, es igual a cero, el punto de equilibrio es encontrar la característica de que la empresa si no gana dinero tampoco pierde con la inversión a realizar.

Valor Actual Neto (VAN). - De un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión (López Dumrauf, 2006).

Tasa Interna de Retorno (TIR). - Puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los

criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión (Gava, Roper, Serna, & Ubierna, 2008).

Plazo de Recuperación (Pay back). - Es el análisis para evaluar las inversiones realizadas definiéndose como el tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión.

Razón costo-beneficio (B.C.). - De acuerdo a lo citado por la página Pymes futuro, es una relación entre el costo y beneficio el mismo que muestra un resultado positivo o negativo, para calcularlo se utiliza los ingresos y egresos netos del estudio. (Pymes futuro, 2006-2007)

### **1.3. Exportaciones y conceptos básicos sobre aranceles e impuestos**

Las Exportaciones no son más que las ventas de bienes y servicios, hacia un mercado exterior, para esto es necesario el acuerdo de dos partes sobre las condiciones y características del bien que vaya a ser adquirido; el éxito de una buena negociación es llegar a acuerdos establecidos mediante formatos de entrega y recepción, los despachos y logística se detallan para el cumplimiento de la entrega; de igual forma el abastecimiento oportuno está claro antes de incursionar fuera del mercado local.

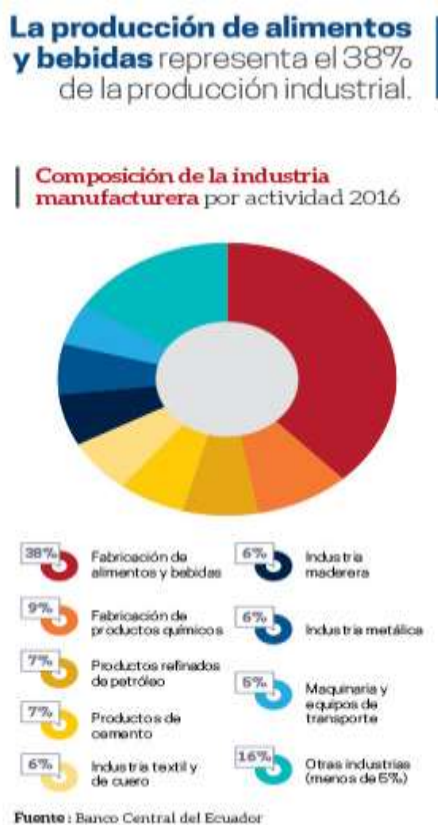
La empresa antes de considerar la exportación, define el volumen de producción de acuerdo a la nueva demanda, si las condiciones de producción y el abastecimiento de los proveedores internos son estables y continuos; se realiza la oferta al mercado exterior. Para esto es necesario considerar los siguientes puntos en cuanto al producto que se desea ofertar:

- Ventajas en precio, calidad o disponibilidad
- Un adecuado volumen para el mercado externo
- Características de Calidad y tiempo superiores que la competencia en el mercado objetivo (Chambers, s.f.).

Según el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2017) el Índice de Producción de la Industria Manufacturera (IPI-M Base 2015=100) es un indicador que mide el comportamiento, en la coyuntura nacional, de la producción generada por la industria manufacturera en el corto plazo. Se determina a partir del valor de ventas y la variación de existencias, de los bienes producidos en cada uno de los establecimientos manufactureros en el Ecuador. Este indicador forma parte del Sistema de Indicadores de la Producción (SIPRO), considerado como una innovación estadística para estandarizar y homologar conceptos, metodologías y procesos investigativos, en el marco de las buenas prácticas internacionales para la generación de números e índices.

Producto Interno Bruto(PIB). - es el valor monetario de todos los bienes y servicios producidos en una región durante un año, es así que se lo considera uno de los indicadores más utilizados en términos de macroeconomía, pues mide la actividad económica contando únicamente los bienes y servicios. (SevenGraus, 2013).

### Ilustración 3. Composición de la industria manufacturera 2016



Fuente: tomado a partir de Banco Central del Ecuador

Acuerdo Comercial. - Es un contrato legal donde “varios Estados o países, por voluntad propia, se comprometen a cumplir condiciones y regulaciones específicas en su intercambio de bienes y servicios para facilitar el comercio entre ellas”. (Ministerio de Comercio Exterior, 2014)

CIF.- Son las siglas del término en inglés Cost, Insurance and Freight que significa el costo, seguro y flete; conocida como una regla internacionalmente reconocida mediante, la cual, el vendedor realiza la entrega de la mercancía a bordo del buque en el puerto de embarque convenido y paga los costes y el flete necesarios. (Incoterms y Comercio Internacional, 2010). Así mismo, se contrata la cobertura del seguro.

Free On Board (Libre a Bordo). - Con sus siglas FOB, “término de intercambio mediante, el cual, el productor exportador se responsabiliza por la seguridad de la carga hasta que esta repose en la cubierta del medio transporte, en este caso el buque”. (Ministerio de Comercio Exterior, 2014)

Salvaguardias. - Considerada como una medida de defensa comercial para protección de la industria y el comercial, cuando los valores de importación amenacen al sector productivo nacional. (Barral, 1999)

Subpartidas arancelarias. - Nomenclatura basada en una categorización de las mercancías conforme a un sistema de códigos.

Subvenciones. - El artículo mencionado en la página del Ministerio de Economía del salvador donde se toma el concepto sobre las Subvenciones, menciona que es una contribución financiera, de un gobierno o de cualquier organismo público que otorga un beneficio. (MINISTERIO DE ECONOMÍA REPÚBLICA DE EL SALVADOR, C.A, 2013)

Volumen. - Peso de la mercancía exportada, generalmente en toneladas métricas.  
Arancel advolumen. - Impuesto calculado como un porcentaje sobre el valor en Aduana de la mercancía importada (Incoterms y Comercio Internacional, 2010).

Balanza de pagos. - este término según la descripción tomada de la página de definiciones Wikipedia, conceptualiza que la balanza de pagos “es un registro de todas las transacciones monetarias producidas entre un país y el resto del mundo en un determinado periodo. Es la suma de las balanzas por cuenta: corriente, de capital, financiera y de omisiones”. (Wikipedia, 2012)

Logística internacional. - De acuerdo a la mención expuesta por el autor, La página de significados de términos aduaneros Incoterms y Comercio Internacional (2010), dice que la logística comercial “Se entiende como las actividades que se encargan del manejo de materiales e información asociada, desde proveedores en territorio nacional hasta clientes finales en el exterior, que garanticen la entrega de productos en el tiempo y características pactadas con el menor costo posible”.

Requisitos fitosanitarios

La Comunidad Andina. - El principal país que importa producto ecuatoriano es Colombia, sus aranceles a la importación son cero, Perú es el segundo consumidor de calzado ecuatoriano que de igual forma los aranceles llegan a cero por un proceso de desgravamen que inicio el 2005 y benefició las negociaciones entre ambos países.

Y los demás miembros de la Comunidad Andina tienen tarifa 0% para sus miembros.

Medidas de protección. - Las principales medidas que consideran los países que se manejan en el sector del calzado, como fuente principal de producción son las medidas antidumping y la prohibición de importación de calzado usado.

Pymes. - Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas (Ministerio de Comercio Exterior, 2014).

Las empresas pequeñas y medianas se conforman por actividades de comercio exterior como; Agricultura, silvicultura, almacenamiento y pesca, Construcción,

Transporte, almacenamiento, y comunicaciones, Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas, Servicios comunales, sociales y personales SRI (2014).

Los PYMES en Ecuador se encuentran particularmente dividida en las producciones de bienes y servicios, como base para el desarrollo social, productivo, económico, pues la oferta y la demanda de los productos traen aportaciones al valor agregado fuente de inversión para el país (Ministerio de Comercio Exterior, 2014)

## **CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **2.1. Fuente de Información y enfoque de la investigación**

En el desarrollo de la fundamentación teórica se investiga las referencias bibliográficas para el respaldo y sustento del tema sobre el análisis de factibilidad y exportación, encontrado en proyectos nacionales e internacionales; así como estudios y documentos de la empresa de calzado TORINO, y obtener información que respalde esta investigación.

Así como datos encontrados en el lugar donde se aplica el trabajo, se usó un cuestionario realizado a los miembros de la empresa; de esta manera se da a conocer la situación real del personal; su conocimiento y capacidad para exportar. El objetivo del uso de fuentes secundarias es fortalecer los datos bibliográficos encontrados en las fuentes primarias, estos conceptos sirven de aportación para ampliar la investigación y se utiliza revistas, libros, bases de datos, informes o estudios, sitios web, entre otros.

La investigación se direcciona a un enfoque cuantitativo y cualitativo, donde se origina la información y análisis de los datos obtenidos con la encuesta. Es cuantitativo porque la investigación cuenta con un análisis lógico asertivo y un análisis estadístico, con información sustancial que apoya a la evidencia de la hipótesis a ser comprobada. La investigación en desarrollo aplica el enfoque cualitativo por el aporte de los colaboradores de la empresa, al ser medible en porcentajes que ayudan a tomar decisiones dentro de la organización.

Se realiza un desglose minucioso de cada respuesta, con el fin de obtener los resultados más acertados posibles para la aplicación del análisis de factibilidad dentro de la empresa de calzado TORINO. Dentro de este trabajo se determinan los factores que influyen en la exportación al mercado meta; y en consecuencia la búsqueda constante de la información que respalde el desarrollo del problema.

Se realiza el planteamiento y elaboración de una propuesta, con la finalidad de brindar una alternativa de solución al problema en cuestión, al analizar también, las demandas existentes por parte de los colaboradores de la empresa.

### **2.3. Modalidad de la investigación**

La presente investigación considera el uso de la modalidad de campo y bibliográfica, por el ámbito en, el cual, se prepara la información para el cumplimiento de los objetivos planteados, y el respaldo bibliográfico que fortalece cada concepto considerado para la comprensión y uso del investigador.

Esta técnica o herramienta de investigación se utiliza para obtener información de una manera más efectiva, se elaboran preguntas basadas en la realidad del entorno las mismas que conllevan 4 enfoques;

- Enfoque al cliente
- Enfoque al producto
- Enfoque a la distribución
- Enfoque a la competencia

Esta encuesta es aplicada a los trabajadores o miembros de la organización, en este caso se utiliza 12 preguntas con modalidades de respuesta cerradas y de opción múltiple; por el grado de interés del investigador de captar la mayor información posible sobre las condiciones internas de la organización y sus procesos; para el análisis de factibilidad a aplicarse.

Población. – Según el autor Wigodski, la población como definición es expresada como “el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado”. (Wigodski, 2010).

La población a, la cual, está dirigida la encuesta, son todos los trabajadores de la empresa de calzado TORINO.

**Tabla 3. Población**

CARGO	CANTIDAD
Personal Administrativo	12
Personal Operativo	23
TOTAL	35

**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada en la investigación.

La muestra es finita por este motivo el total de la población son los trabajadores.

Es importante realizar visitas técnicas, revisión de datos, encuesta, entrevistas a los diferentes departamentos para obtener la información necesaria, observaciones sobre las condiciones en las cuales laboran y su entorno, etc. De igual forma sirven los datos bibliográficos para efectuar los cálculos correspondientes y determinar la factibilidad del proyecto de investigación.

El desarrollo del procesamiento y análisis de la información se realiza de la siguiente manera:

- Recolección de los datos necesarios para la ejecución del estudio.
- Para el análisis de la información que se obtiene mediante la aplicación de la encuesta, se elabora gráficos estadísticos para el detalle de los resultados obtenidos, en cada pregunta se emite la interpretación sobre los mismos.
- Mediante los porcentajes de validación encontrados en el informe final, con la aplicación del estudio financiero y las fórmulas que se desarrollan, se procede a la interpretación observar la factibilidad del proyecto.

### 2.3. Desarrollo del Proyecto

El desarrollo del proyecto consta de los siguientes pasos:

**Estudio y distinción del mercado de Chile.** - Detalle del mercado mención del segmento, población y condición económica actual; canales de distribución posibles y mención del mercado meta.

**Estudio de Mercado.** - Análisis de la oferta y demanda proyectada, descripción del plan de marketing, análisis FODA y la descripción de los proveedores de la materia prima.

**Estudio Técnico.** - Descripción del producto sus características, procesos de producción para elaborar el producto, los costos y la estructura organizacional.

**Estudio Financiero.** - Indicadores financieros o Situación Actual de la empresa

- Estado de Resultados (proyección)
- Liquidez y solvencia
- Capital neto de trabajo
- Endeudamiento
- Rentabilidad
- Apalancamiento

Métodos de evaluación financiero.- Se detallan las fórmulas para determinar los valores de:

- Punto de Equilibrio
- Valor actual neto
- Tasa interna de retorno
- Plazo de Recuperación
- Razón costo beneficio

Ingresos y costos proyectados.- de acuerdo a los valores encontrados en el estado de resultados de la empresa de calzado Torino al cierre del período 2017.

## CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

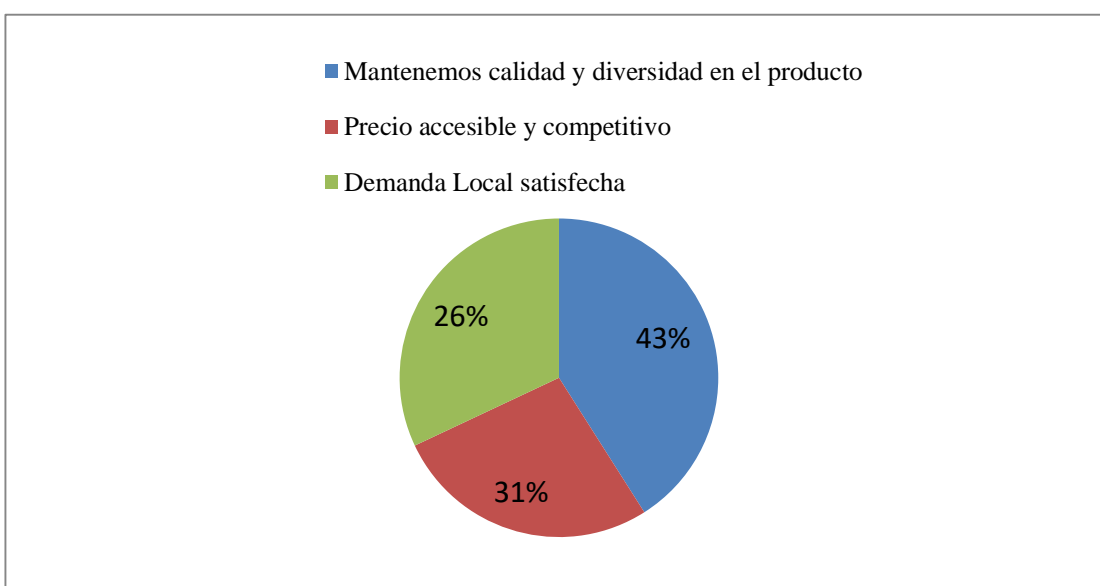
### 3.1. Análisis e interpretación de los resultados

Con el objeto de conocer la factibilidad de exportar los productos que produce la empresa de calzado Torino, se entrevista a los empleados de la empresa para medir el grado de conocimiento que ellos tienen acerca de la meta que se ha planteado la organización como es la exportación; pues es necesario realizar un sondeo donde se muestre la realidad del entorno, y conocer la capacidad de producción, la satisfacción laboral, etc. En relación con estos datos el investigador requiere medir la capacidad como empresa para exportar.

#### Tabulación

Pregunta 1.- ¿Por qué decide exportar?

#### Gráfico 1. Factores de Exportación



**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada por entrevista al personal de la empresa.

#### Análisis e Interpretación

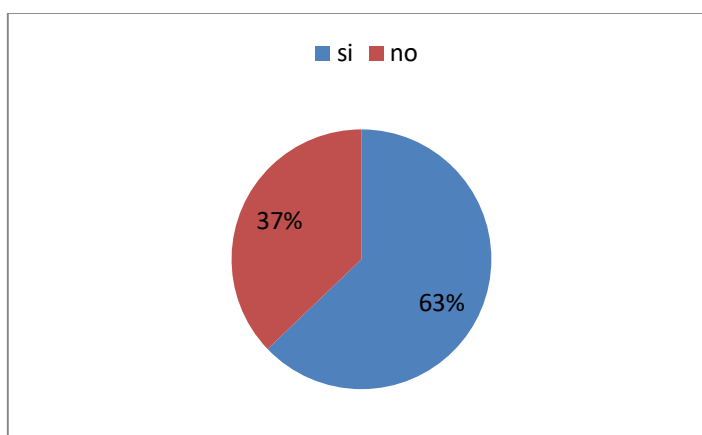
De las 35 personas entrevistadas que representan el 100%, el 43% indica que son capaces de exportar por la calidad y diversidad de los productos. El 31% manifiesta

que la demanda local está ya satisfecha; y el 26% indican que el precio que mantienen sus productos es accesible al mercado.

De acuerdo a lo manifestado del personal de la empresa, su capacidad de producir conserva una diversificación en los modelos de calzado, pues ampara una capacitación constante sobre los nuevos diseños que están a la moda por temporadas.

Pregunta 2, ¿Se consideran competitivos con el tipo de calzado que desea exportar?

### Gráfico 2. Competitivos para Exportar



**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada por entrevista al personal de la empresa.

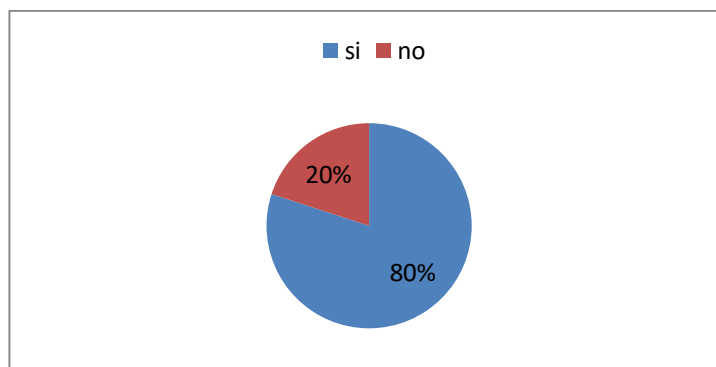
### Análisis e Interpretación

La entrevista realizada al personal de la empresa de calzado Torino, manifestó en un 63% que son competitivos para exportar el calzado de hombre, y un 37% indicó que no son competitivos.

Varios factores visualizaran las personas que trabajan en la empresa de calzado Torino, donde la observación del personal variara de acuerdo a las condiciones en las que se desarrollan sus actividades donde indican en porcentaje mayor que si son competitivos para exportar, por su capacidad de producción, tecnológica y aceptación del mercado.

Pregunta 3, ¿Considera que los productos que ofertan, satisfacen de manera total a sus clientes?

### Gráfico 3. Satisfacción de la oferta



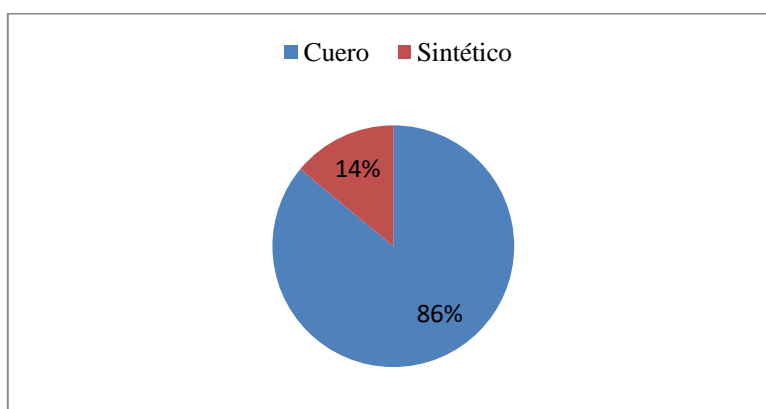
**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada por entrevista al personal de la empresa.

### Análisis e Interpretación

El 80% de los entrevistados indicaron que si satisfacen a sus clientes en su totalidad y el 7% manifestó que su producción no abastece a la demanda. Los pedidos que recibe la empresa de calzado Torino, son satisfechos casi en su totalidad, de acuerdo a la cantidad de producción que realiza y las órdenes de pedidos que ingresan.

Pregunta 4.- ¿Qué material es el más solicitado para elaborar calzado?

### Gráfico 4. Material solicitado



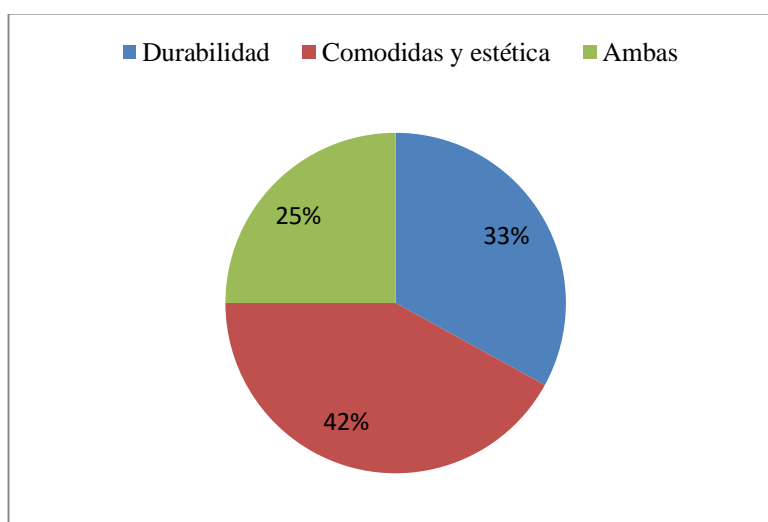
**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada por entrevista al personal de la empresa.

### Análisis e Interpretación

Del 100% de trabajadores el 86% dijo que el material más trabajado para la elaboración de calzado es el cuero, mientras que el 14% indicó que se necesitaba en mayor número el sintético. El por qué los clientes prefieren esta diferenciación en materia prima es por la calidad y precio, en la demanda las condiciones de adquisición, también, varían. El cuero es más resistente y duradero, aunque los detalles en diferentes modelos con los que cuenta el calzado sintético son más llamativos.

Pregunta 5.- ¿Qué características frecuentemente solicitan que cumpla el calzado de hombre?

### Gráfico 5. Características del calzado



**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada por entrevista al personal de la empresa.

### Análisis e Interpretación

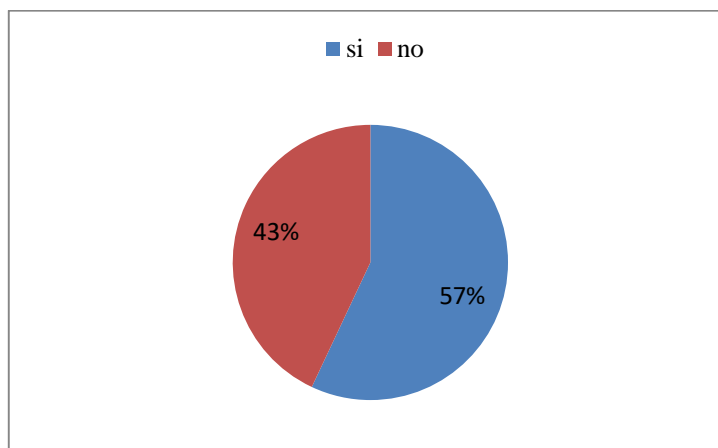
Las solicitudes de los clientes según la población, objeto de estudio indicó en un 42% que la comodidad y estética o modelo es lo que preferían los clientes, 33% durabilidad era la segunda petición; y 25% necesitaba de las dos condiciones.

Según las respuestas obtenidas, en la actualidad un parámetro que tiene mayor peso que la durabilidad es la moda; sus condiciones por la oferta van de la mano

de las nuevas tendencias, aun así, como característica del producto y por empresa se promete la calidad en todas sus líneas de producción.

Pregunta 6.- ¿Considera usted que al adquirir nueva maquinaria se reduciría el tiempo de producción y entrega?

### Gráfico 6. Adquisición de Maquinaria



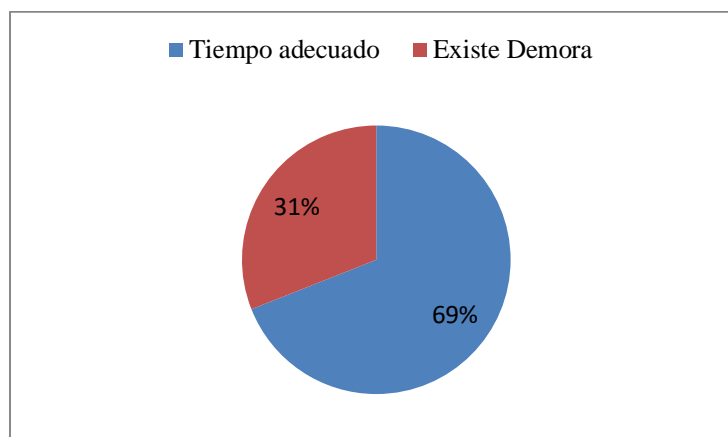
**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada por entrevista al personal de la empresa.

### Análisis e Interpretación

Un 57% menciona que la compra de nueva maquinaria reduciría el tiempo de entrega y el 43% manifestó que este factor no ayudaría a su entrega puntual. La reducción de tiempo en la entrega de los productos no solo depende de la maquinaria; pues los factores que influyen en la elaboración son la mano de obra misma, la materia prima y el abastecimiento de los recursos necesarios para la producción satisfactoria. El punto de maquinaria nueva mejora incluso la calidad del producto, pero es tratado como un tema que facilite los procesos productivos, y se considera el costo que se suma al adquirirla, pero se realizaría la inversión en caso de ser necesaria.

Pregunta 7.- ¿El tiempo de entrega del producto es el adecuado o existe demora; si existe demora explique por qué?

### Gráfico 7. Tiempo de Entrega



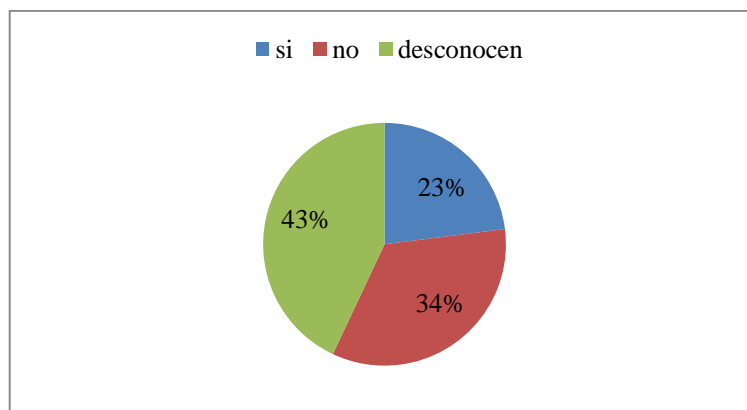
**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada por entrevista al personal de la empresa.

### Análisis e Interpretación

De acuerdo al tiempo de entrega la población entrevistada indicó en un 69% que se realizan a tiempo, y el 31% dijo que algunos pedidos si se demoraban en ser despachados. La entrega de un producto debe coordinarse con el departamento de ventas pues producción elabora lo que ventas le dice que requiere el cliente, las entregas son manejadas por el departamento de logística que junto con bodega tratan de tener listo el producto en las cantidades que lo requieren, en ocasiones existe demora más que por falta de materia prima por adelantos que ingresan al sistema de entrega o urgencias que no estuvieron planificadas.

Pregunta 8.- ¿Los puntos de distribución de su producto incentivan la adquisición del mismo?

### Gráfico 8. Incentivo de compra



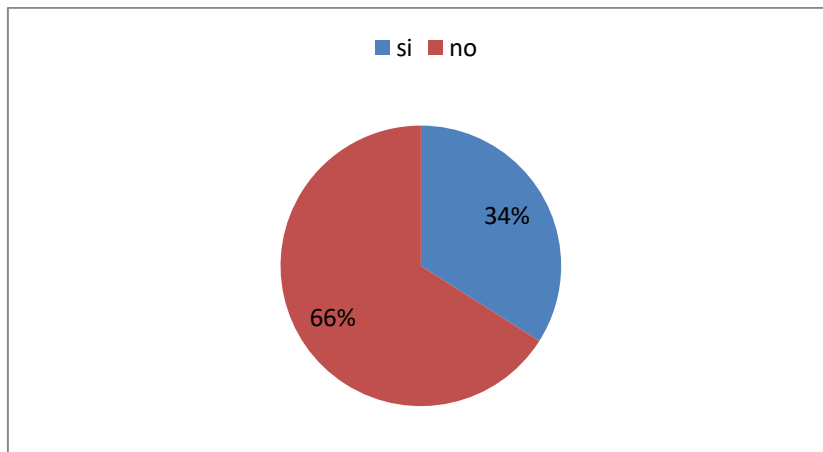
**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada por entrevista al personal de la empresa.

### Análisis e Interpretación

La forma en cómo se maneja la distribución del producto que elabora la empresa de calzado Torino es en un 43% desconocida por el personal, el 34% dijo no sabía si el producto era ofertado por las tiendas de una manera objetiva, para que se compre y en un 23% indicó que si conocía el mecanismo de distribución y mercadeo. La manera en como el consumidor llega a obtener el producto es analizado desde dos parámetros; el primero es que la empresa cuenta con almacén propio lo que mejora la exposición del producto al mercado, y la segunda es que los clientes mayoristas solicitan grandes cantidades de producto para ser expuesto en supermercados y tiendas de centros comerciales lo que supone que, el calzado Torino entra en competencia directa con otras empresas y se hace casi imposible conocer si el estímulo de venta es enfocado en el calzado del mismo.

Pregunta 9.- ¿Existen reclamos por parte de sus clientes en la entrega del producto, si es el caso mencione como se puede mejorar?

**Gráfico 9. Reclamos**



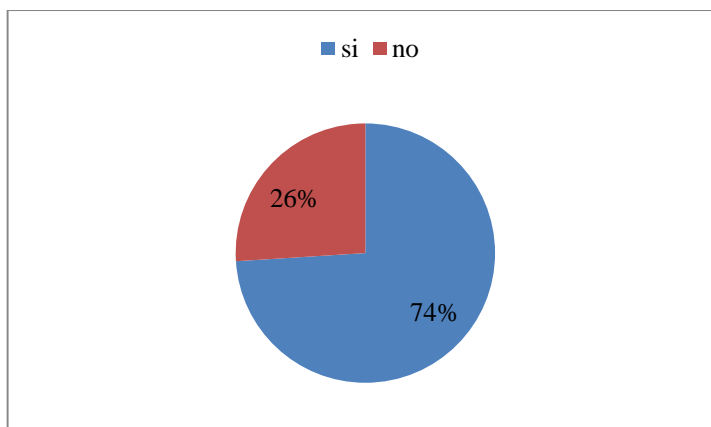
**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada por entrevista al personal de la empresa.

### **Análisis e Interpretación**

Los datos de devoluciones o cancelación de pedidos por demora en la entrega, se da y según la entrevista el 66% dijo que no existían problemas o reclamos de los clientes al entregar el producto; aunque en ocasiones por no recibir correctamente las ordenes de pedido de acuerdo a las características, existen reclamos lo indica el 34%. Se mejorará los reclamos y devoluciones, de una manera mejor planificada la logística en la entrega que abarque tiempos exactos de producción y venta. Otra mejora es entregar muestras de las características solicitadas y evitar confusiones.

Pregunta 10.- ¿Sus proveedores conocen su enfoque de exportar y le han mencionado su capacidad para proveerlos continuamente en las cantidades que solicite?

**Gráfico 10. Abastecimiento continuo**



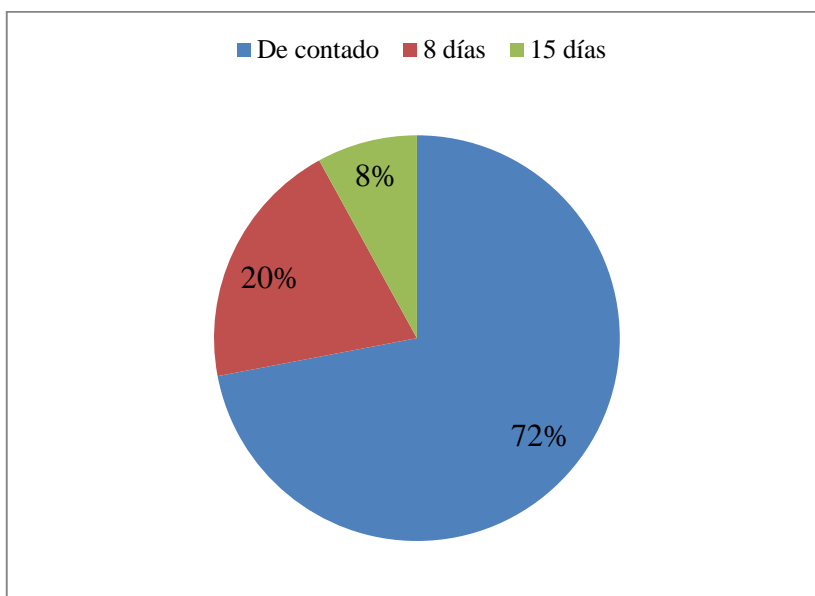
**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada por entrevista al personal de la empresa.

### **Análisis e Interpretación**

El mantener la frecuencia de abastecimiento es el enfoque primordial para la exportación, y si la empresa de calzado Torino toma la decisión de hacerlo es porque conoce las capacidades de sus proveedores; aunque en realidad se elabora un análisis minuciosos sobre qué cantidades se requiere y que empresa cuenta con las condiciones óptimas para abastecimiento continuo como lo indica, el personal que representa el 74% mencionan que si conocen sus proveedores la visión de exportar y el personal operativo que no lleva mucha relación con los proveedores indicó que no en un 26%.

Pregunta 11.- ¿Cuáles son los plazos de pago que maneja con su proveedor?

**Gráfico 11. Plazos de pago**



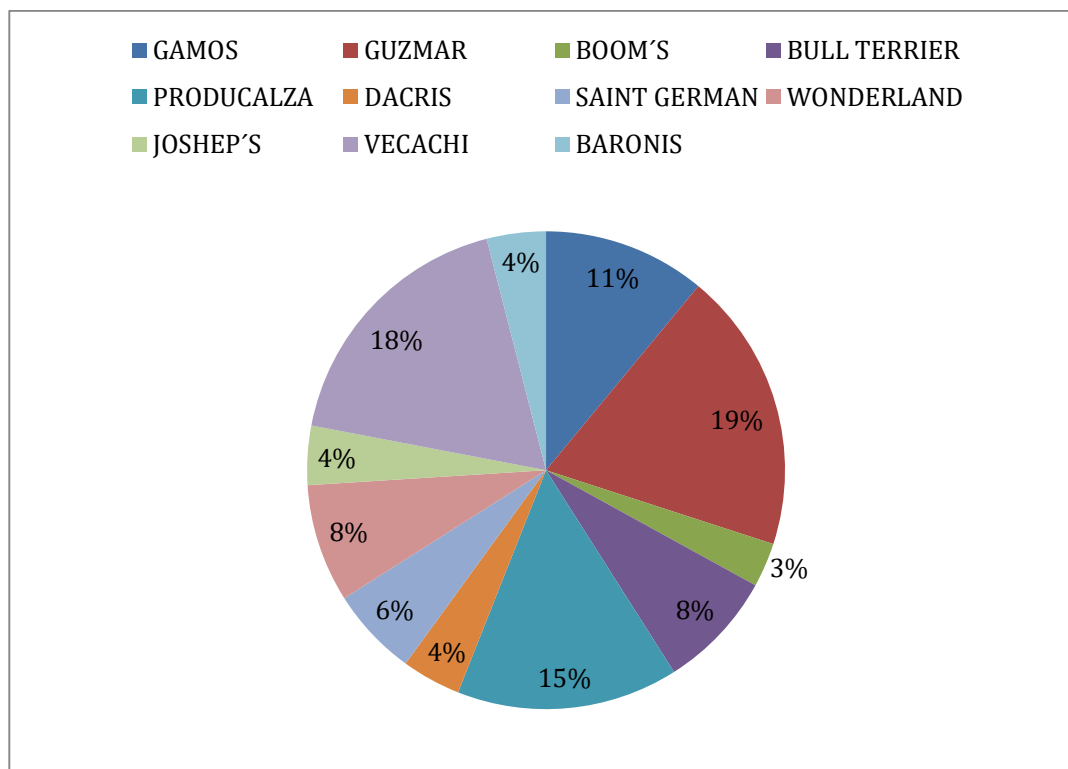
**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada por entrevista al personal de la empresa.

### **Análisis e Interpretación**

La forma en cómo se maneja con los proveedores la empresa de calzado Torino facilita o mejora en varias ocasiones la adquisición de materia prima en gran volumen, pues el ciclo de negocio requiere de un plazo para cancelar los pedidos; aunque no es una regla, debido a que el pago a tiempo evita que se genere cartera por pagar a largo plazo, y limita a la liquidez de la empresa.

Pregunta 12.- Indique cuales de estas empresas son su competencia directa, selección múltiple:

**Gráfico 12. Competencia Directa**



**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada por entrevista al personal de la empresa.

### **Análisis e Interpretación**

La empresa GUZMAR es considerada como una de las competencias directas de mayor relevancia como se observa en el porcentaje del 19%, seguida de Vecachi con el 18%, y en tercer lugar Producalza con el 15%; el propósito de presentar esta pregunta fue verificarla participación que mantienen estas empresas dentro del saber del personal de calzado Torino y su conocimiento de quienes su producción es similar.

### **Conclusiones de la entrevista**

- La elaboración de la entrevista conserva como finalidad conocer la capacidad de la empresa y las condiciones que tiene su personal; a esto se

sumó el hecho de que la información adquirida sirva de base para la realización del estudio de factibilidad.

- Las preguntas direccionadas sobre clientes; ¿maneja una representación positiva sobre la visión de exportar?, ¿porque exportar? y su capacidad de satisfacción a la demanda local.
- El enfoque del producto al cual se direccionan las preguntas tiene la finalidad de observar el conocimiento del personal sobre las características, cualidades y solicitudes del producto a exportar, como es el calzado de hombre; e indicaron que la mayor parte de solicitudes son en material de cuero, que el cliente se enfoca en solicitar es comodidad y modelos de temporada.
- Al generar la entrevista con un enfoque de distribución, se conoce los motivos de reclamos, en este la prevalencia fue en tiempos de entrega; y el conocer o no de la forma en cómo se incentiva a la compra del producto muchos indicaron que ese factor externo no es controlado por la empresa. Mencionan mejoras para estimular la satisfacción del cliente, se reorganiza las funciones logísticas que mejoran la entrega.
- Es importante manejar tres puntos para enfocarse en la exportación en cuanto a la competencia; los mejores resultados de esta visión son: como está estructurada la empresa y su funcionalidad esta acorde a los nuevos requerimientos del mercado meta. Entre estos está el conocer la competencia directa, para establecer plazos con los proveedores y estandarizar el abastecimiento continuo.

### **3.2. Desarrollo de estudio de factibilidad para exportar calzado**

#### **Tema**

Análisis de factibilidad para exportar calzado de caballero producido por una PYMES de la provincia de Tungurahua a Santiago de Chile.

#### **Beneficiarios**

Los principales beneficiados con la elaboración del trabajo de investigación son los directivos y miembros de la empresa de calzado Torino, así como el investigador

quien genera análisis cuantificados sobre la realidad a la que se enfoca el tema del proyecto, se brinda un soporte académico para futuras investigaciones.

### **Ubicación y tiempo de estimado de ejecución**

Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, sector centro, ubicado en las calles Lalama y Araujo.

Se estima un tiempo de ejecución de 6 meses

### **Introducción**

Las nuevas exigencias del mercado nacional e internacional, y los cambios constantes sobre actualización en los procesos productivos, marketing y ventas, generan iniciativas de mejora en las empresas de calzado, como es el caso de calzado Torino, desea incursionar en nuevos mercados, la satisfacción medible a nivel nacional es aceptable y su demanda abastecida; con miras a exportar es necesario realizar la investigación para entregar información actualizada sobre la demanda y oferta para dar a conocer el alcance sobre el producto que desea exportar como es el calzado de cuero para caballero.

Un análisis de factibilidad es un estudio contable-económico sobre la situación real de la empresa y brindar de esta forma los recursos necesarios para implementar este nuevo objetivo.

Varios son los acuerdos internacionales que continuamente se forman para vincular los países y fomentar el comercio exterior, para facilitar a los productores y comerciantes incursionar en nuevas fronteras, un acuerdo internacional que entró en vigencia el 25 de enero del 2010 el acuerdo de Asociación Estratégica ACE N°65, deja de lado el anterior acuerdo N°32 en vigencia desde 1994; este nuevo formato pretende fortalecer y ampliar el mercado al promover el diálogo político y social, de cooperación, cultural y sobre todo económico-comercial entre los dos países (Ecuador y Chile). Resulta favorecedor, a más de mantener la balanza comercial existente se suman otros productos que sirven de base para seguir con los acuerdos bilaterales que sirven de ayuda económica. (Ministerios de relaciones exteriores Santiago de Chile, 2017).

Dentro de las normas aceptadas en el Ecuador están las INEN definidas por el Instituto de Normalización, los principales ítems que las empresas que desean exportar calzado y cuero uso general-requisito norma 1921; calzado cuero uso general-requisito 1920-; calzado de trabajo y seguridad industrial-norma 1926.

Para el ingreso del cualquier producto se necesita certificado de conformidad con la norma técnica del INEN en el caso de Ecuador y para exportar a un tercer país es necesario que se gestione, también, el certificado en el país destino.

La certificación ISO 9001 acepta una empresa que contempla los procesos productivos en las fases de diseño, procesamiento y servicio post-venta.

La propuesta incluye los siguientes temas:

- Detalle de la situación actual de la empresa
- Estudio de mercado
- FODA
- Segmentación del mercado, oferta, demanda, demanda insatisfecha y marketing mix.
- Estudio Técnico
- Objetivo del plan de exportación, políticas de cobro, procesos y costos.
- Estudio Financiero
- Indicadores

### **Detalle de la situación actual de la empresa**

**Misión.-** Somos una empresa que se fundamenta en la investigación, tendencia y desarrollo de calzado hecho a mano; al brindar bienestar a nuestros clientes.

Contamos con proveedores seleccionados, recursos humanos invaluable e infraestructura adecuada con políticas: sostenible, social y ambiental.

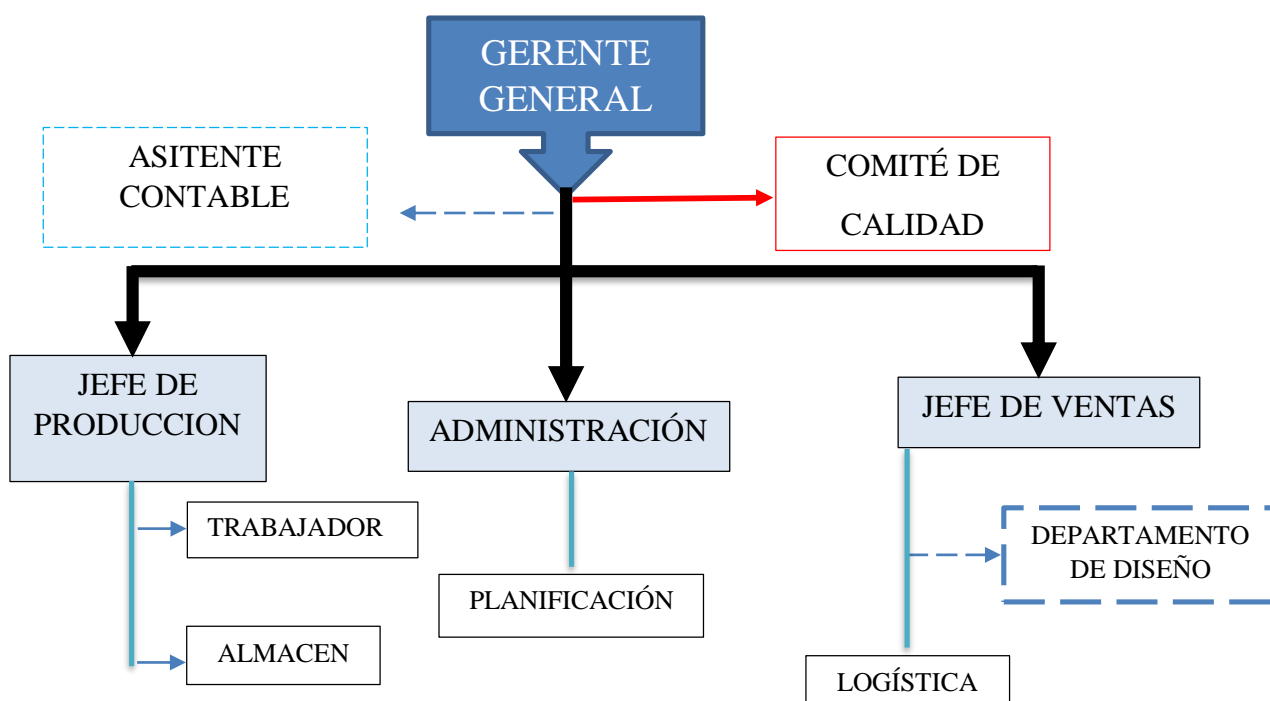
**Visión.-** Con una década en el mercado nacional calzado Torino tiene como visión planteada para el 2020 contar con el 70% de ventas que se realizan por canales propios, y abarcar el mercado internacional. Liderar el mercado de calzado para dama, caballero y niño, al estar presente en varios centros comerciales del país, al

tomar varios factores que mejoran la calidad del producto como: la tecnología y diseños que marcan tendencias en el mercado local e internacional.

### Estructura Organizacional

Es importante conocer la estructura organizacional, donde se generan las solicitudes por departamento y su funcionamiento se ve reflejado en la estabilidad económica de la empresa. Es el formato que indica en la dimensión que debe enfocarse el análisis FODA.

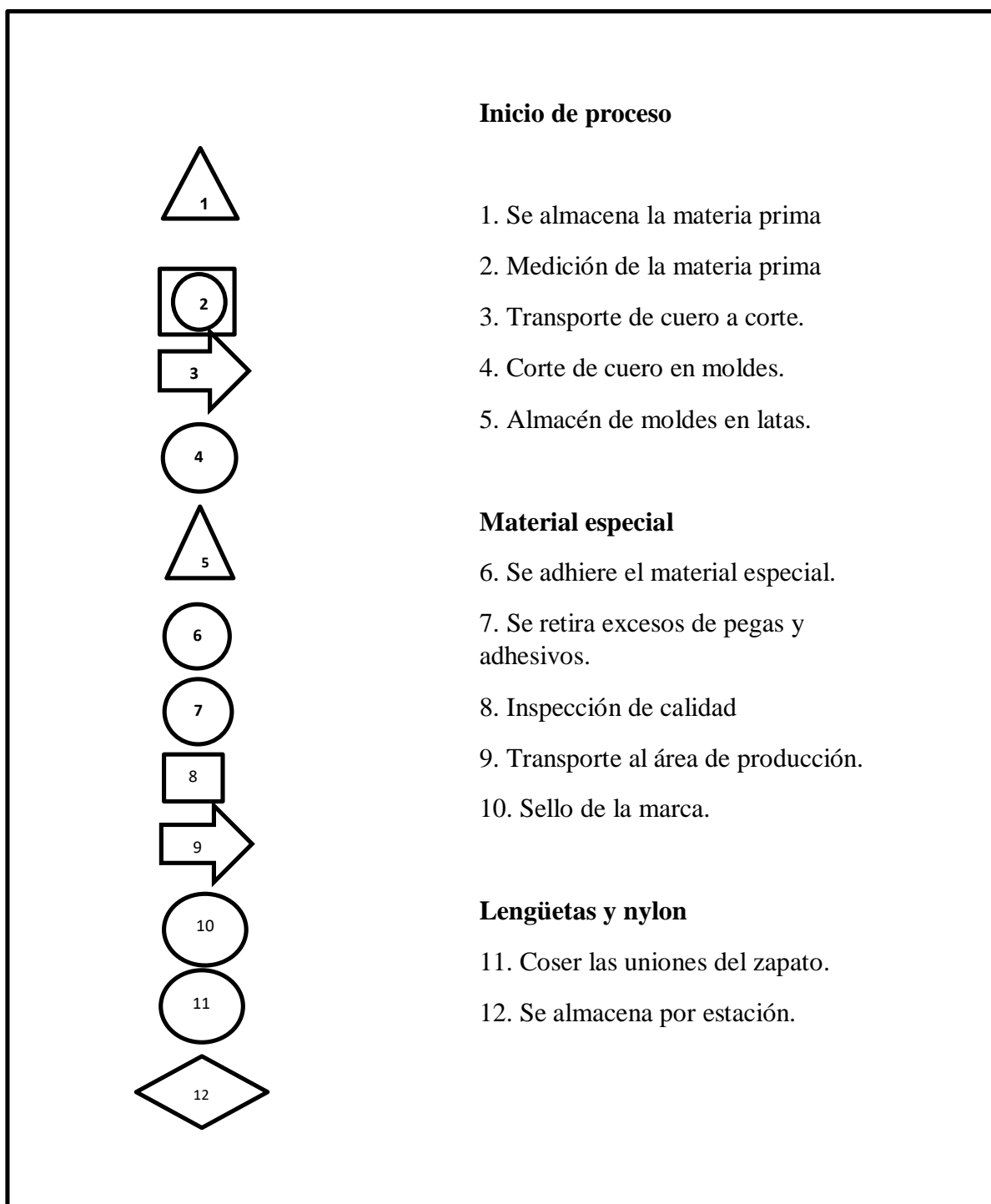
**Gráfico 13. Organigrama Estructural**



**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada por Calzado Torino.

## Diagrama de flujo de procesos

Gráfico 14. Flujo de proceso, elaboración de calzado



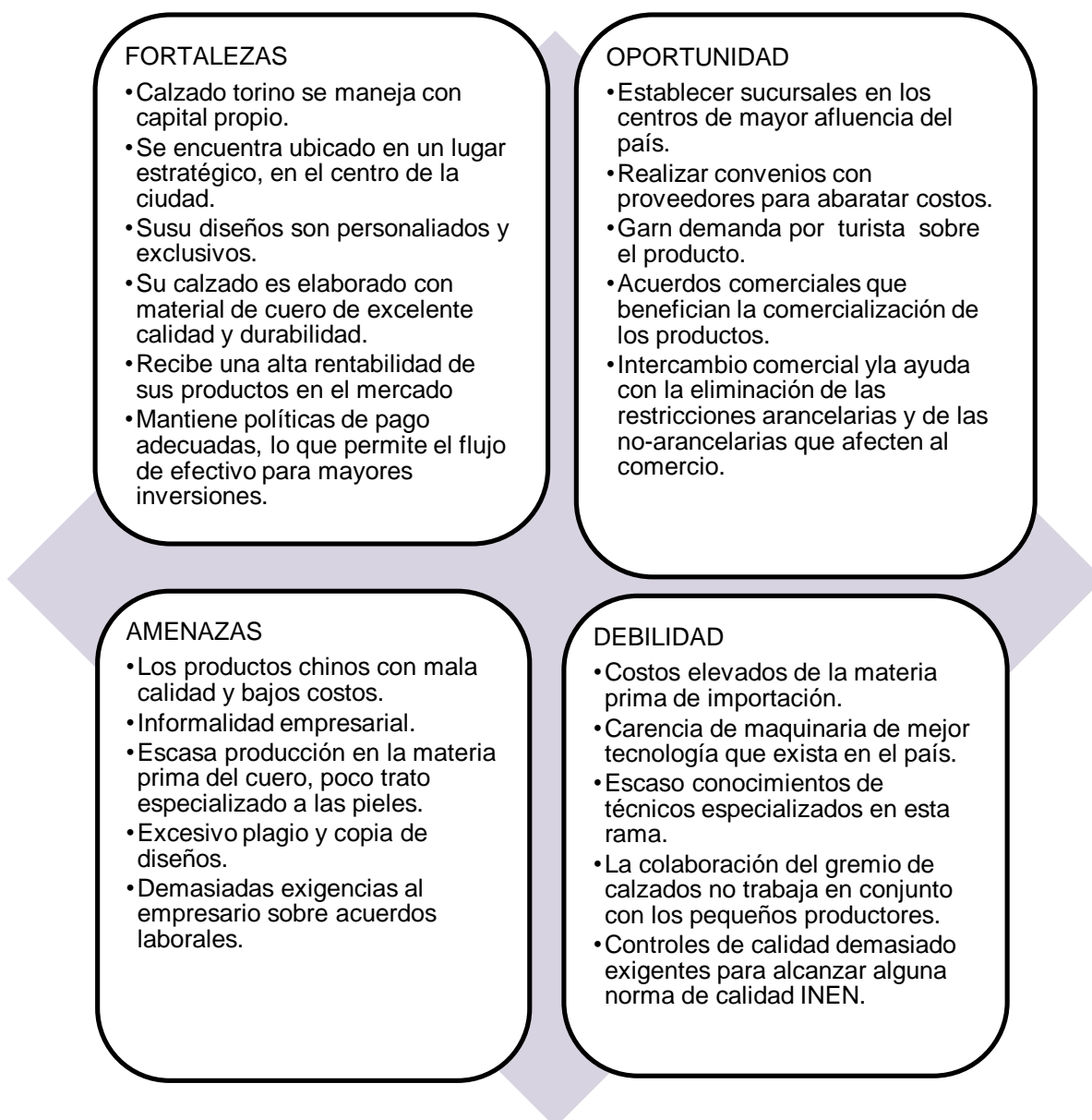
**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada por Calzado Torino.

## Estudio de mercado

### FODA

Es la situación de la empresa donde se estudia y redacta, las fortalezas oportunidades, debilidades y amenazas; estas son las características internas y externas.

#### Gráfico 15. FODA de la empresa



**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de información brindada por Calzado Torino.

### Segmentación del mercado

Para este punto se considera la segmentación del mercado chileno; elegido este país vecino por la acogida existente de varios de los productos en su localidad, se busca acrecentar las buenas relaciones comerciales existentes.

**Tabla 4. Población chilena por sexo 2015-2020**

AÑO	POBLACIÓN		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
2015	17.865.185	8.839.232	9.025.953
2016	18.001.964	8.905.405	9.096.559
2017	18.138.749	8.971.580	9.167.169
2018	18.275.530	9.037.752	9.237.778
2019	<u>18.412.316</u>	<u>9.103.928</u>	<u>9.302.388</u>
2020	<u>18.549.095</u>	<u>9.170.100</u>	<u>9.378.995</u>

**Fuente:** tomado a partir de (Instituto Nacional de Estadísticas de Chile, 2015, pág. 36)

### Demanda

Se proyecta la demanda con la información del censo realizado el 2015 en Chile, el segmento de mercado al cual está dirigido el proyecto de investigación A hombres, con poder adquisitivo, por tal razón se consideran personas mayores comprendidas en edades de 25-60 años.

**Tabla 5. Población de Hombres edades 25-60**

HOMBRES EIDADES	2014	2015	2016	2017	2018
20-25	752.038	754.615	757.192	759.769	762.346
26-29	724.542	738.730	752.918	767.106	781.294
30-34	649.367	664.678	679.989	695.300	710.611
35-39	591.318	584.607	577.896	571.185	564.474
40-44	612.806	612.713	612.620	612.527	612.434
45-49	607.625	604.884	602.143	599.402	596.661
50-54	589.825	605.330	620.835	636.340	651.845
55-59	489.172	509.906	530.640	551.374	572.108
60-64	371.964	384.868	397.769	410.670	423.571
TOTAL	5.388.657	5.460.331	5.532.002	5.603.673	5.675.344

**Fuente:** tomado a partir de (Instituto Nacional de Estadísticas de Chile, 2015)

Se toma en consideración una demanda a ser abastecida de 5.675.344 hombres en edades comprendidas de 25-64 años.

Para esto se estima que cada hombre chileno consume un total de 5 pares de calzado por año.

**Tabla 6. Demanda Hombres edades 25-60**

AÑO	2014	2015	2016	2017	2018
Demanda histórica	5.388.657	5.460.331	5.532.002	5.603.673	5.675.344
Promedio de consumo por pares	5	5	5	5	5
DEMANDA REAL	26.943.285	27.301.655	27.660.010	28.018.365	28.376.720

**Fuente:** modificado a partir de (Instituto Nacional de Estadísticas de Chile, 2015)

De acuerdo a la proyección por compra de pares de calzado, se obtiene una demanda a ser abastecida para el año 2018 de 28.376.720 habitantes con el mismo consumo de 5 pares anuales, en edades comprendidas de 25-64 años.

### Oferta

La producción local llega a un total de 10 millones de pares al año, según datos otorgados por la Federación Gremial Cámara de Industria Calzado, Cuero y Afines.

Con los datos históricos obtenidos de la empresa de calzado Torino se demuestra la venta mensual por tipo y modelo de calzado, la cantidad de pares vendidos son:

**Tabla 7. Venta mensual de calzado de hombre**

TIPO DE CALZADO	VENTAS NACIONALES
Clásico	100
Botas o botines de vestir	60
Calzado deportivo multiuso	60
Zapatos brogue	50
Mocasines	60
Botas casuales	60
Zapatos Derbi	50
Desert Boots	60
TOTAL PARES	500

**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

En conformidad con los datos obtenidos se prevea una producción aproximada de 500 pares de calzado de caballero mensuales, la misma cantidad de producción que se realiza en la fábrica mensualmente, de manera que se duplica la elaboración de calzado, que al año representa una oferta de 6000 pares anuales para exportación.

### **Demanda insatisfecha**

Dentro de los datos obtenidos como demanda proyectada se considera determinar la demanda insatisfecha, para ello se elabora la siguiente fórmula:

Demanda insatisfecha = Demanda futura - Oferta optimizada. Esta fórmula generaliza los promedios detallado por el autor.

**Tabla 8. Demanda insatisfecha**

AÑO	PERÍODO	DEMANDA	OFERTA CHILENA	DEMANDA INSATISFECHA	%
1	2014	26.943.285	20.000.000	6.943.285	18%
2	2015	27.301.655	20.000.000	7.301.655	19%
3	2016	27.660.010	20.000.000	7.660.010	20%
4	2017	28.018.365	20.000.000	8.018.365	21%
5	2018	28.376.720	20.000.000	8.376.720	22%
TOTAL				38.300.035	100%

**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

La demanda insatisfecha se estima de 8.376.720 habitantes, con el 22% de desabastecimiento; a pesar que la demanda es exigente y elevada, lo que la empresa desea es que inicialmente su producción no cubra la demanda en su totalidad.

### Marketing Mix

A continuación, se realiza el marketing mix para la exportación, compuesto por diferentes estrategias direccionadas a las cuatro p:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

**Producto.-** Como detalle del producto específico a exportarse es el calzado de cuero para caballero; su confección se lleva a cabo en las instalaciones. El éxito de la cadena productiva se inicia con el aprovechamiento de la materia prima (cuero), para que el cuero sea utilizado lleva una serie de procesos que inician en las curtiembre de ahí parte la compra de la materia prima expresada como una banda de cuero; material que se lleva a la fábrica de calzado para la transformación a calzado. Los artículos que mayormente se utiliza el cuero como materia prima son bolsos, carteras, chompas y principalmente el calzado. Para satisfacer la demanda interna en varias ocasiones es necesario importar la materia prima y dentro de los

países destacados con producción de primera esta México, Brasil, y en el caso de sustancias químicas especializadas para la industria desde Italia y Alemania.

Las condiciones de trabajo con Chile han fortalecido los lazos comerciales entre estos dos países; existe un registro alto sobre las exportaciones que se han realizado al vecino país, donde varios parámetros sobre los productos comercializados mantienen las condiciones de trabajo como las certificaciones de calidad tanto nacionales como internacionales. Según la autora Elizalde, Margeory en su trabajo expuesto sobre las Exportaciones detallan los pasos que conlleva la elaboración del calzado:

- Compra de la materia prima.
- Revisión y verificación de los materiales, por normas y procedimientos internos de control.
- Entrega de resultados de la materia prima para constatar con los requerimientos de exportación.
- Elaboración del producto de acuerdo a las cantidades y modelos establecidos para la exportación.
- Almacenaje del producto.
- Etiquetado, descripción del empaque y embalaje se considera todos los lineamientos establecidos para la comercialización; caso contrario se realiza un control para su debida corrección o en tal caso sustitución. (Elizalde, 2016)

Entre los modelos a exportarse:

- Modelo Clásico
- Botas y botines
- Calzado Deportivo (Elizalde, 2016)

Empaque y embalaje del producto: Para el detalle de este punto es importante mencionar que de acuerdo a las condiciones en las cuales se maneja la empresa sobre los procesos de embalaje y empaque las condiciones varían, de manera

general se expresa que para el empaque y embalaje del calzado es necesario los siguientes materiales:

- Cartón corrugado por par de zapatos
- Envolver con papel especial la parte interna de la caja.
- Relleno de protección para el zapato
- Cada factor y material sirve para mantener y preservar el calzado en las condiciones de presentación óptimas así como el diseño y su ergonomía, con un aporte a la calidad del producto hasta el consumidor final.

Para conocer el detalle del costo por medida del producto es importante elaborar los siguientes cálculos:

**Tabla 9. Cálculo del costo de exportación por cajas**

CAJA DE ZAPATO	ALTO	12 CM
	ANCHO	25 CM
	LARGO	45 CM
Conversión a m <sup>3</sup>	0.0135*500 cajas	6.75 m <sup>3</sup>
Cobro del navío por m <sup>3</sup> (\$45)	6.75 m <sup>3</sup> *45	\$303.75 por caja
Peso de la caja y calzado	1.25*500 cajas	625 kilos peso
Costo navío 080-0.70ctvs.	625*0.80	\$500
Peso bruto por caja y embalaje	1.31 kilos*500 cajas	655 kilos
	655 kilos *0.80 ctvs.	\$524

**Fuente:** Elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

El etiquetado cumple con ciertas normas y reglamentaciones, exigencias del departamento de aduanas; la etiqueta contiene la información detallada del producto y el valor agregado, se informa también, la marca y modelo de calzado para la venta.

**Precio.-** De acuerdo al análisis de precios en el mercado chileno sobre el calzado de hombre, sus precios oscilan entre 40 y 50 dólares; en función de estos valores más los costos de exportación, se estima exponer un valor de venta del producto de 45 dólares, que convertido a pesos chileno serían 30.420,00 pesos. La moneda con la que se trabaja es el dólar para todo tipo de negociación.

**Plaza.-** El lugar de salida del producto es desde la ciudad de Ambato, el Incoterms (Conjunto de reglamentos Internacionales de exportación), empleado es el FOB (puerto de carga convenido o libre a bordo) por lo que el lugar de envío es desde Quito para transportarse vía aérea o a Guayaquil si se elige vía marítima; estos dos condicionamientos dependen del importador. Los lugares donde se pretende ofertar el producto dependen del intermediario; un mercado potencial los centros comerciales o distribuidores mayoristas, esto con la finalidad de contar con un presupuesto mensual de compra, y mantener los lineamientos constantes de producción establecidos dentro de la empresa, para abastecimiento.

**Promoción.-** Un factor importante es que cuenta con marca propia y esto brinda el soporte necesario para promocionar el producto en el nuevo mercado; los medios publicitarios televisivos no es la punta de lanza, pues se busca los posibles clientes con muestras publicitarias digitales, bajo el manejo de páginas web actualizadas de la empresa y sus ofertas bajo portales web o marketing digital así se da a conocer en todo el mercado chileno la empresa que ingresa al medio de consumo, como una nueva alternativa de compra.

### **3.3. Estudio técnico y financiero plan de exportación de calzado**

#### **Objetivos del plan de exportación**

Se realiza un detalle de los procedimientos que la empresa requiere para la exportación; donde se incluye documentos, permisos, detalles de partidas arancelarias, logística eficiente.

### **Políticas de cobro**

Uno de los factores que brindan un soporte económico es estructurar políticas con las cuales la empresa se rige al momento de exportar.

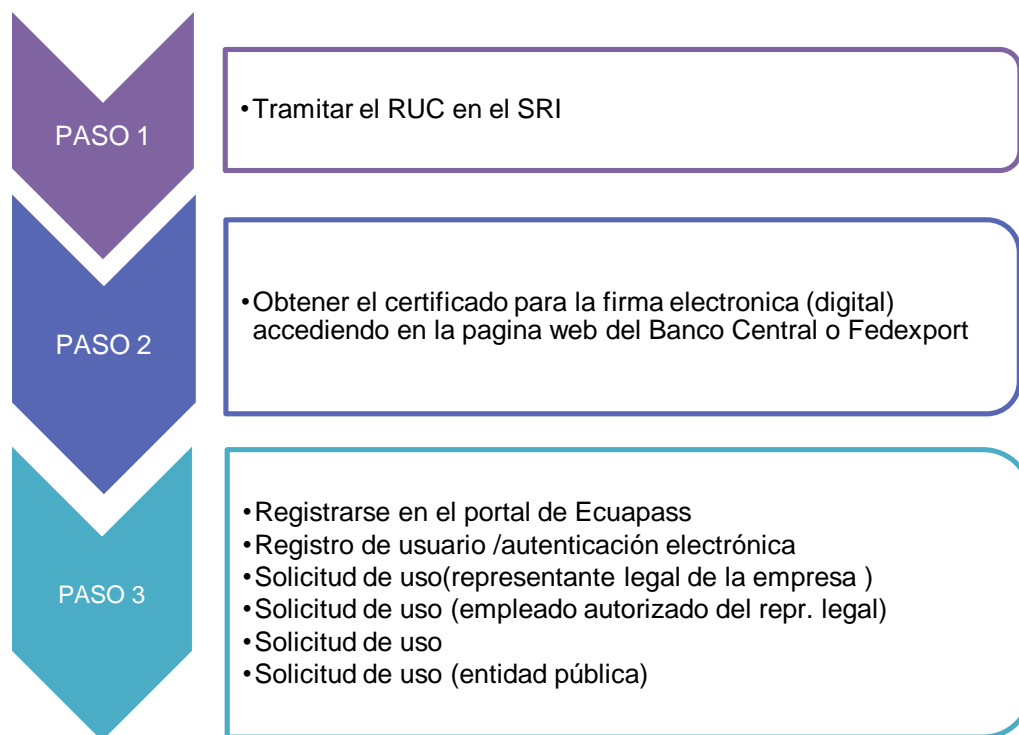
Uno de los métodos de pago para este acuerdo comercial es una política de cobro de 60% previo al embarque y el 40% restante a 30 días plazo desde el embarque, basándose en los requerimientos que posee el país de Chile, y la herramienta utilizada para considerar este concepto de negociación es el de remesas directas y su formato de negociación beneficia a este objetivo de exportación.

Los parámetros de pagos, cobros e interés son acuerdos del importador y exportador, los intereses que se aplican en los casos de pagos aplazados o financiamientos diferidos, también el uso de garantías, así como seguros de crédito.

### **Requisitos para el exportador**

- Ruc otorgado por el SRI sobre la actividad económica que desarrolla.
- Obtener el certificado TOKEN (firma digital), otorgado por el Banco central y Security date.
- Registrarse como exportador en Ecuapass.

## Gráfico 16. Pasos para ser exportador



**Fuente:** tomado a partir de (Fedexport Federación ecuatoriana de Exportadores, 2013)

### Partida Arancelaria

De acuerdo a las exportaciones que mantiene el Ecuador existen varios códigos que diferencian el producto, bien o servicio depende de las condiciones, estructura y demás detalles de la exportación; para calzado el producto tiene cubierta en la parte superior de cuero natural o cuero regenerado, considera así “calzado de cuero de vestir” con la partida arancelaria número 6405100000.

### Embarque del producto

De manera general las exportaciones son tratadas por agentes especializados en temas de aduanas y valores arancelarios, trámites de exportación, etc.; es así que la empresa de calzado Torino cuenta con un agente de aduanas que garantice la salida del producto y entrega de la mercadería al país solicitante.

## Documentos para la exportación

- Certificado de Origen (MIPRO Ministerios de Industrias y Productividad), este documento es necesario para la libre comercialización del calzado ecuatoriano en Chile.
- Agente afianzado de Aduana que elabora la declaración aduanera de exportación ante la SENA E ante cada embarque.
- Consolidadora de carga (freight forwarder) en este punto se establece la contratación de un promotor de carga, que tenga las tareas de consolidar la carga para el despacho sea que se utilice medios marítimos o aéreos para el transporte.
- Cadena Logística.- La documentación solicitada antes de exportar y que debe cumplir la empresa proveedora es la factura, packing list y certificado de origen, la presentación de la DAE (Declaración Aduanera de Exportación); entregados al agente de aduana, así como la cantidad de calzado para exportarse todo está en orden para entregarse a las bodegas de Forwarder en Guayaquil, pues al ser la primera vez que se exporte es el medio más conveniente; se enviarán los documentos respectivos al enlace en Chile (importador) para la desaduanización de la mercancía.

#### Ilustración 4. Ejemplo de Mapa Logístico de Transporte Aduanero



Fuente: tomado a partir de (Elizalde, 2016)

#### Estudio financiero

El análisis financiero se elabora conforme a la inversión fija y el capital de trabajo, los datos obtenidos en su mayoría son con los equipos muebles y enseres, maquinaria de trabajo con el que actualmente cuenta la empresa.

#### Inversión fija

Se señala la inversión fija y los accesorios que necesita adquirir la empresa para duplicar su producción para la venta al mercado internacional de Chile.

Tabla 10. Inversión Fija

DETALLE	VALOR
Maquinaria y equipo	85.000,00
Edificio	70.000,00
Equipo y muebles de oficina	3.000,00
TOTAL	\$160.000,00

Fuente: elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

### Capital de operaciones

De acuerdo a los datos encontrados en la empresa, se detallan varias cuentas con las que actualmente conforma el capital de operaciones y son:

**Tabla 11. Capital de operaciones**

DETALLE	VALOR
Materiales directos y mp	12.051,40
Mano de obra directa	9.089,05
Carga fabril	950,00
Gastos administrativos y ventas	7.377,20
TOTAL	\$ 29.467,65

**Fuente:** elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

Tabla 12. Materia Prima y Materiales Directos

ARTÍCULO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
<b>MATERIA PRIMA</b>			
Caja de clavos 1"	1	20,00	20,00
Forro cambrella (rollo)	1	50,00	50,00
Dura flex (caneca)	1	30,00	30,00
Cartón tonitex	6	2,50	15,00
Material contrafuerte rd83 (plancha)	3	3,10	9,30
Material contrafuerte rd87 (plancha)	2	3,20	6,40
PEGAMENTO UNIFICADO (P.U. caneca)	1	76,00	76,00
Hilo n°3	6	5,00	30,00
Goma amarilla (caneca)	1	76,00	76,00
Forro badana (rollo)	1	150,00	150,00
Elástico (metros)	180	3,00	540,00
CAJAS DE CARTÓN (docena)	504	2,50	1.260,00
Plantas pvc (docena)	14	48,00	672,00
Cuero (bandas)	10	28,00	280,00
Cuero sintético (rollo 500 metros)	3	450,00	1.350,00
Dalas cuero (rollo)	2	300,00	600,00
Total mp			5245.70*2= 10.491,40
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>			
Papel de seda			150,00
Etiquetas plásticas			300,00
Etiquetas adhesivas			150,00
Cinta de embalaje			180,00
TOTAL			780*2=1560,00
	TOTAL MP+ MD=	\$ 12051,40	

**Fuente:** elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

**Tabla 13. Mano de Obra Directa****MANO DE OBRA DIRECTA**

Cargo	Nº	SUELDO	TOTAL INGRESO IESS	FONDO DE RESERVA 8,33%	IESS 9,45%	A RECIBIR
Jefe de producción	1	700,00	700,00	58,31	66,15	692,16
Operarios	19	7.334,00	7.334,00	610,92	693,06	7.251,86
Logística	3	1.158,00	1.158,00	96,46	109,43	1.145,03
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>\$ 9.192,00</b>	<b>\$ 9.192,00</b>	<b>\$ 765,69</b>	<b>\$ 868,64</b>	<b>\$ 9.089,05</b>

**Fuente:** elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

**Tabla 14. Carga Fabril**

DETALLE	VALOR
Servicios básicos	750,00
Gastos de mantenimiento	200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 950,00</b>

**Fuente:** elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

**Tabla 15. Gastos Administrativos y ventas**

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Sueldos administrativos	6.427,20	77.126,40
Arriendo almacén	800,00	9.600,00
Suministros de oficina	150,00	1.800,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.377,20</b>	<b>\$ 88.526,40</b>

**Fuente:** elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

**Tabla 16. Mano de obra indirecta**

Cargo	Nº	Sueldo	Total ingreso iess	Fondo de reserva 8,33%	less 9,45%	A recibir
Gerente general	1	800,00	800,00	66,64	75,60	791,04
Asistente contable	2	1.000,00	1.000,00	83,30	94,50	988,80
Administración	3	1.800,00	1.800,00	149,94	170,10	1.779,84
Planificación	2	800,00	800,00	66,64	75,60	791,04
Almacén	1	400,00	400,00	33,32	37,80	395,52
Jefe de ventas	1	700,00	700,00	58,31	66,15	692,16
Departamento de diseño	2	1.000,00	1.000,00	83,30	94,50	988,80
Total	12	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	\$ 541,45	\$ 614,25	\$ 6.427,20

**Fuente:** elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

### **Inversión**

La inversión que necesita la empresa para la producción de exportación es:

**Tabla 17. Inversión**

DETALLE	VALOR
Inversión fija	\$ 160.000,00
Capital de operaciones	\$ 29.467,65

**Fuente:** elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

Estos valores son los recursos, con los que actualmente cuenta la empresa y la adquisición de materia prima en las cantidades, para producir el doble de lo que actualmente fabrica, que es destinado para la exportación.

**Financiamiento.-** En este caso la empresa cuenta con un crédito de \$20.000,00 con un interés del 11% anual por ser considerado un crédito del sector productivo para una PYMES, al doblar la producción se usa la capacidad instalada de la maquinaria, en cuanto a personal operativo y administrativo se maneja con los mismos rubros, la inversión es en gastos de exportación y materia prima así como en materiales directos de fabricación.

Capital propio \$5.000,00

Crédito de inversión \$15.000,00

### Depreciación

Todos los activos debido al uso y por el tiempo que transcurre, están sujetos a una baja de valor del precio de compra inicial, el método para la depreciación es el de línea recta, con los años de vida útil que establece la ley.

**Tabla 18. Depreciación**

Activo	Valor	Porcentaje de depreciación	Años de vida útil	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y equipo	59.000,00	10%	10	5.900	5.900	5.900	5.900	5.900
Equipos y muebles de oficina	3.000,00	5%	10	300	300	300	300	300
Vehículos	26.000,00	20%	5	5.200	5.200	5.200	5.200	5.200
TOTAL				\$11.400	\$11.400	\$11.400	\$11.400	\$11.400

**Fuente:** elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

### Gastos de exportación

Los gastos de exportación son considerados mensualmente según la frecuencia de envío estimado.

**Tabla 19. Valores de Exportación**

Detalle	Costo trámite mensual	Costo anual
Agente de aduana y trámites aduaneros	500,00	6.000,00
Valor de la mercancías- costo embarque	827,75	9.933,00
Cargo de manipuleo en terminal	200,00	2.400,00
Valores para imprevistos	500,00	6.000,00
Bodega y estibaje	500,00	6.000,00
<b>COSTO TOTAL DEL FOB</b>	<b>\$ 2.527,75</b>	<b>\$ 30.333,00</b>

**Fuente:** elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

### Costos de producción

Se detallan los costos fijos y costos variables.

**Tabla 20. Costos de producción**

COSTOS OPERATIVOS			
Concepto	Monto mensual	Monto anual	Total anual
Costos Variables			253.685,40
Materias Primas	10.491,40	125.896,80	
Mano de Obra Directa	9.089,05	109.068,60	
Materiales Directos	1.560,00	18.720,00	
Costos fijos			54.333,00
Servicios Básicos	750,00	9.000,00	
Mantenimiento	200,00	3.600,00	
Gastos de exportación		30.333,00	
Depreciación		11.400,00	
<b>COSTOS PRODUCCION</b>			<b>\$ 308.018,40</b>

**Fuente:** elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

El valor del costo de producción está en relación al total de 1.000 pares de calzado, que mensualmente fabrica la empresa se dividen en; 500 pares de calzado para el mercado nacional y 500 pares de calzado para la exportación.

A pesar que los costos de producción son elevados, es importante señalar que varios de los costos ya están incluidos en la producción actual, para la venta a nivel local el esfuerzo es doblar la elaboración para la exportación; esto en maquinaria y equipo de calzado sería utilizar a su capacidad total con los mismos esfuerzos administrativos, como no es un proyecto de implementación o creación varios de los costos ya están hechos.

- Producción actual 500 pares
- Producción para exportación 500 pares
- Total, producción 1.000 pares de calzado mensual 12.000 anual.

Se utiliza el mismo valor de venta nacional que como precio promedio estaría en 45 dólares, este valor de venta.

### Estado de resultados y flujo de caja

Para la elaboración del estado de resultados proyectado se considera el incremento del 10% en las ventas y el valor influye en el incremento del mismo porcentaje para costos.

**Tabla 21. Estado de resultados**

Detalles	1	2	3	4	5
Ventas netas	540.000,00	594.000,00	653.400,00	718.740,00	790.614,00
Costos de producción (-)	308.018,40	338.820,24	372.702,26	409.972,49	450.969,74
Utilidad marginal (=)	231.981,60	255.179,76	280.697,74	308.767,51	339.644,26
Gastos administrativos y ventas (-)	88.526,40	88.526,40	88.526,40	88.526,40	88.526,40
Gastos financieros (-)	5.550,00	5.550,00	5.550,00	-	-
Utilidad líquidas (=)	137.905,20	161.103,36	186.621,34	220.241,11	251.117,86
15% participación trabajadores (-)	20.685,78	24.165,50	27.993,20	33.036,17	37.667,68
Utilidad antes del impuesto a la renta	117.219,42	136.937,86	158.628,14	187.204,94	213.450,18
Impuesto a la renta 25% (-)	29.304,86	34.234,46	39.657,03	46.801,24	53.362,55
Utilidad después del impuesto	\$ 87.914,56	\$ 102.703,39	\$ 118.971,10	\$ 140.403,71	\$ 160.087,64

**Fuente:** elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

**Tabla 22. Flujo de Caja del Proyecto**

Detalles	1	2	3	4	5
Ventas netas	540.000,00	594.000,00	653.400,00	718.740,00	790.614,00
Costos de producción (-)	308.018,40	338.820,24	372.702,26	409.972,49	450.969,74
Utilidad marginal (=)	231.981,60	255.179,76	280.697,74	308.767,51	339.644,26
Gastos administrativos y ventas (-)	88.526,40	88.526,40	88.526,40	88.526,40	88.526,40
Depreciación (-)	11.400,00	11.400,00	11.400,00	11.400,00	11.400,00
Utilidad operacional	132.055,20	155.253,36	180.771,34	208.841,11	239.717,86
Gastos financieros (-)	5.550,00	5.550,00	5.550,00	-	-
Utilidad liquides (=)	126.505,20	149.703,36	175.221,34	208.841,11	239.717,86
15% participación trabajadores (-)	18.975,78	22.455,50	26.283,20	31.326,17	35.957,68
Utilidad antes del impuesto a la renta	107.529,42	127.247,86	148.938,14	177.514,94	203.760,18
Impuesto a la renta 25% (-)	26.882,36	31.811,97	37.234,54	44.378,74	50.904,05
Utilidad después del impuesto	\$ 80.647,06	\$ 95.435,89	\$ 111.703,60	\$ 133.136,20	\$ 152.856,13

**Fuente:** elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

### **Cálculo del valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR)**

#### Valor Actual Neto

La tasa de descuento es la suma de la inflación más tasa de interés pasiva referencial a diciembre del 2015 del Banco Central del Ecuador.

Tasa de Interés Pasiva Referencial: 4.53%

Inflación: 5.54%

Tasa De Descuento: 10.07%, 0.10 conversión para el cálculo.

La inversión inicial ( $i_0$ ), es la suma de costos y gastos más el financiamiento total, valores del estado de resultados antes del 15% participación trabajadores y 25% Impuesto a la Renta.

$$VAN = \frac{F1+F2+F3+F4+F5}{(1+i)^1+(1+i)^2+(1+i)^3+(1+i)^4+(1+i)^5} - i_0$$

$$VAN = \frac{80.647,06}{1 + 0.10^1} + \frac{95.435,89}{(1 + 0.10)^2} + \frac{111.703,60}{(1 + 0.10)^3} + \frac{133.136,20}{(1 + 0.10)^4} + \frac{152.856,13}{1 + 0.10^5} - i_0$$

$$VAN = 422306.70 - 407104.80$$

$$VAN = 15.201,90$$

El VAN es mayor a cero. El criterio de aceptación es, si el valor presente de las entradas de efectivo menos el valor presente de las salidas de efectivo es cero o mayor se aceptara el proyecto y es factible emprenderlo.

#### Tasa Interna de Retorno

Para el cálculo del TIR que se genera en porcentaje este valor debe ser mayor al 10% de rentabilidad que estima incrementar cada año; este 10% es utilizado para la proyección del estado de resultados, así como del flujo de caja. De acuerdo a la fórmula aplicada de proyección, el porcentaje es 11.27% se considera aplicable el proyecto

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+k)^t} - i_0$$

$$TIR = \sum_1^5 \frac{573778.88t}{(1+k)^5} - 407.104,80$$

$$TIR: 11.27\%$$

#### Punto de equilibrio

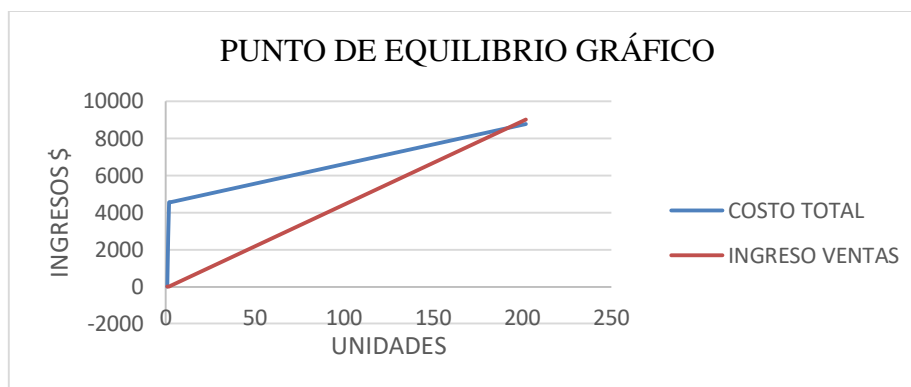
El punto de equilibrio es la herramienta financiera que nos permite determinar el momento en, el cual, las ventas cubren exactamente los costos expresándose en unidades y dólares.

$$Q_e = \frac{COSTOS FIJOS MENSUALES}{PRECIO UNITARIO - COSTOS VARIABLE UNIDAD}$$

$$Q_e = \frac{4527.75}{45 - 21.14}$$

$$Q_e = 190$$

### Gráfico 17. Punto de Equilibrio



**Fuente:** elaborado por Marco Vinicio Vásquez Cifuentes a través de investigación de campo.

Con la venta de 190 pares de calzado para equilibrar los ingresos y los gastos mensuales y en ventas un valor 8.550,00 dólares, que resulta de la venta 190 pares de calzado por el precio unitario que son 45 dólares.

### Costo / Beneficio

$$Bc = \frac{VA}{A}$$

VA = Valor actual

V = Desembolso Inicial

$$Bc = \frac{422.306,70}{407.104,80}$$

$$Bc = 1,0373$$

El diagnóstico o interpretación que nos refleja el resultado del estado costo/beneficio, nos dice que el proyecto es factible, por cada dólar invertido se tendrá una ganancia de 0,0373 mientras se paga los valores de préstamos.

### Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite conocer la firmeza de un proyecto ante cambios en sus variables, se realiza un estudio de factores que variarían y que no se tiene influencia en el proyecto.

### Escenario Pesimista

El costo de inversión inicial aumenta 20% a causa de incremento en el transporte de materia prima, provocado por la eliminación de subsidio de diésel.

$$VAN = \frac{F1+F2+F3+F4+F5}{(1+i)^1+(1+i)^2+(1+i)^3+(1+i)^4+(1+i)^5} - i_0$$

$$VAN = \frac{80.647,06}{1 + 0.10^1} + \frac{95.435,89}{(1 + 0.10)^2} + \frac{111.703,60}{(1 + 0.10)^3} + \frac{133.136,20}{(1 + 0.10)^4} + \frac{152.856,13}{1 + 0.10^5} - i_0$$

$$VAN = 422306.70 - ((402098,8+20\%) + 5010)$$

$$VAN = -65.221,86$$

El proyecto se rechaza.

### Escenario optimista

El costo de inversión inicial disminuye en 10% a causa de un nuevo tratado entre Ecuador y Chile que permite eliminar valores de importación.

$$VAN = \frac{F1+F2+F3+F4+F5}{(1+i)^1+(1+i)^2+(1+i)^3+(1+i)^4+(1+i)^5} - i_0$$

$$VAN = \frac{80.647,06}{1 + 0.10^1} + \frac{95.435,89}{(1 + 0.10)^2} + \frac{111.703,60}{(1 + 0.10)^3} + \frac{133.136,20}{(1 + 0.10)^4} + \frac{152.856,13}{1 + 0.10^5} - i_0$$

$$VAN = 422306.70 - ((402098,8-10\%) + 5010)$$

$$VAN = 55.407,78$$

El proyecto es factible

Este análisis permite observar que un factor de éxito para el proyecto de calzado, es su inversión inicial, si sufre un ajuste la factibilidad del mismo se vera comprometida.

## CONCLUSIONES

- El principal objetivo planteado para el desarrollo del proyecto fue elaborar un estudio de factibilidad mediante la investigación de mercado, que permita identificar las necesidades y la capacidad de producción de la empresa de calzado para la exportación al mercado internacional chileno.
- Mediante la aplicación de una encuesta realizada al personal de la empresa se constató la posibilidad para producir la cantidad estimada de calzado de exportación en este caso se producen 500 pares mensuales vendidos al mercado local, con el estudio se pretende producir 500 pares de calzado para el mercado internacional.
- De acuerdo al estudio de la demanda del mercado chileno se encontró con un porcentaje amplio e insatisfecho y, aún así, la participación de la empresa Torino es mínima, pero esto facilita el ingreso sin mayores conflictos en condiciones de competitividad pues existe un alto grado de aceptación en la adquisición de calzado de hombre; y la oferta no cubre ni abastece el segmento.
- Se elaboró los indicadores financieros que mide si es viable el proyecto mediante la fórmula del Valor Actual Neto el VAN con un valor de \$15201.90, de la Tasa Interna de Retorno TIR con un porcentaje de 11.27%, el Punto de equilibrio con un valor de producción de 8.550 en la venta de 190 pares de calzado mensuales.

## RECOMENDACIONES

- Con la elaboración del estudio de factibilidad la empresa cuenta con un soporte teórico científico y real en cuanto al análisis financiero para emprender en un nuevo mercado internacional.
- La empresa de calzado TORINO cuenta con los implementos necesarios para doblar su producción actual, con esto se indica que la capacidad instalada aún no trabaja en su totalidad, puesto que solo produce 500 pares de calzado mensuales esto deja un lapso de tiempo y maquinaria aún sin uso, que con una inversión no tan alta para la compra de materia prima y los gastos de exportación pretende dar uso a la capacidad de la planta.
- Es importante desde el punto de vista de la alta demanda existente en el mercado chileno, manejar una estructura de exportación fundamentada en mejorar siempre las condiciones y calidad del producto, sin incurrir en gastos altos de publicidad, pero sí ser participe como una opción de búsqueda digital que oferta calzada de caballero en varios modelos.
- De acuerdo a los indicadores si el VAN es mayor a cero se acepta el proyecto caso contrario se rechaza, el porcentaje del TIR debe ser mayor al porcentaje utilizado en la proyección del flujo de caja que fue de una utilidad del 10%, en las dos situaciones los valores superan a cero y el porcentaje es mayor al 10% por tanto el proyecto se acepta.

## BIBLIOGRAFÍA

American Marketing Association. (2009). *Marketing Power*. Obtenido de <http://marketingpower.com/>

Andía Valencia, W. (2002). *Fórmula demanda insatisfecha*. Argentina: Mc Graw Hill.

Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). *Código Organico de la producción, comercio e inversiones*. Quito: Asamblea Nacional.

Barral, W. (1999). LOS MECANISMOS DE DEFENSA COMERCIAL Y SU REGULACIÓN EN LOS ACUERDOS SUBREGIONALES Y EL ALCA. *VI Seminario Internacional La Dimensión Jurídica de la Integración*.doi:88b2fbe035e a01a5032569fa00646028

CALTU. (2018). El 65% del calzado nacional se elabora en Tungurahua. *El Telégrafo*.

CALTU. (Febrero de 2018). *EL COMERCIO*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/sectores-ambato-carroceria-calzado.html>

Cámara de Industria de Tungurahua. (7 de Marzo de 2016). *Cámara de Industria de Tungurahua*. (SANDRO, Productor) Obtenido de <https://camaradeindustriasdetungurahua.wordpress.com/2016/03/07/tungurahua-abarca-el-44-de-produccion-en-calzado-ecuatoriano/>

Chambers, A. (s.f.). Guía de exportación e importación. *Colombian American Chambers of Commerce*.

Chambi, G. (26 de Abril de 2012). *Mailxmail.com*. Obtenido de [http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado\\_h](http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h)

CIT Cámara de Industria de Tungurahua. (2016). Tungurahua mayor productor de calzado ecuatoriano. *CIT*.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (2008). TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL. *REGISTROS OFICIALES*.

Costa de Gracia, C. (2018). *EKOS*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=10182>

Ec. Barros León, B. V. (2015). *“Estudio de factibilidad de creación de una empresa*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil FCE.

Elizalde, M. (2016). *Exportación*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte.

Fedexport Federación ecuatoriana de Exportadores. (2013). *Fedexport*. Obtenido de <http://www.fedexport.com>

Gava, L., Roperó, E., Serna, G., & Ubierna, A. (2008). Dirección Financiera: Decisiones de Inversión. En M. Brealey, & Allen. Delta.

González, M. (Abril de 2012). *SOFOFA*. Obtenido de [http://www.sofofa.cl/BIBLIOTECA\\_Archivos/Eventos/2012/04/16\\_MGonzalez.pdf](http://www.sofofa.cl/BIBLIOTECA_Archivos/Eventos/2012/04/16_MGonzalez.pdf)

Incoterms y Comercio Internacional. (2010). *Incoterms y comercio internacional*. Obtenido de <https://incotermstransporte.wordpress.com/grupos-incoterms/>

INEC. (2018). 5 sectores que generan más empleo en Ambato. *EL COMERCIO*.

Instituto Nacional de Estadísticas de Chile. (10 de Octubre de 2015). *Instituto Nacional de Estadísticas de Chile*. Obtenido de <http://www.ine.cl/canales>

/chile\_estadistico/demografia\_y\_vitales/proyecciones/informes /microsoft%  
20word20-%20inforP\_TPDF

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2017). Producción de la industria Manufacturera. *INEC*, prr.1.

López Dumrauf, G. (2006). Cálculo Financiero Aplicado, un enfoque profesional. En G. López Dumrauf. Buenos Aires: La Ley 2º edición.

Macías, V. (01 de Abril de 2018). *El ciudadano*. Obtenido de [http:// www. elciudadano.gob.ec/la-industria-del-calzado-nacional-se-fortalecio-durante-los-ultimos-anos/](http://www.elciudadano.gob.ec/la-industria-del-calzado-nacional-se-fortalecio-durante-los-ultimos-anos/)

Méndez, R. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: INCONTEC.

Ministerio de Comercio Exterior. (2014). *Plan Estratégico Institucional 2014-2017*. Ministerio de comercio exterior. Quito-Ecuador: Coordinación General de Planificación. Obtenido de <https://studylib.es/doc/4815283/ver---ministerio-de-comercio-exterior>

Ministerio de Comercio Exterior. (2014). Planificación estratégica de exportaciones. *SRI*.

MINISTERIO DE ECONOMÍA REPÚBLICA DE EL SALVADOR, C.A. (2013). *Sistema de información comercial*. Obtenido de [http:// infotrade .minec. gov. sv/escritos-generales/defensa-comercial/](http://infotrade.minec.gob.sv/escritos-generales/defensa-comercial/)

Ministerios de relaciones exteriores Santiago de Chile. (15 de Junio de 2017). *Dirección General de Relaciones Económicas*. Obtenido de [https://www. direcon .gov.cl/2017/06/acuerdo-de-complementacion-economica-chile-ecuador-2/](https://www.direcon.gob.cl/2017/06/acuerdo-de-complementacion-economica-chile-ecuador-2/)

Miranda Miranda, J. J. (08 de Abril de 2005). *Gestiopolis*. Obtenido de [https:// www .gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/](https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/)

Moreta, Modesto. (2 de Febrero de 2018). Cinco sectores generaron más empleo en Ambato. *El Comercio*. Obtenido de [https:// www.elcomercio .com/actualidad/sectores-ambato-carroceria-calzado .html](https://www.elcomercio.com/actualidad/sectores-ambato-carroceria-calzado.html)

Peralta Sumba, T. P., & Salazar Galarza, E. J. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de cajas de cartón para calzado en los cantones Gualaeco y Chordeleg en la provincia del Azuay*. Cuenca: Universidad politécnica Salesiana FCA.

Peréz, B. (Febrero de 2015). *PBP*. Obtenido de [http:// www.pbplaw.com/consecue ncias-no-cumplir-obligaciones-laborales/](http://www.pbplaw.com/consecuencias-no-cumplir-obligaciones-laborales/)

Piloso, M., & Plaza, P. (2016). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil FCF.

Pilosos Crespín , M., & Plaza Rosado, P. (2016). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FÁBRICA DE*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil FCA.

PRO ECUADOR. (14 de Noviembre de 2017). *PRO ECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cuero-y-calzado/>

Pymes futuro. (2006-2007). *PF Pymes futuro*. (J. Váquiro, Productor) Recuperado el 23 de Febrero de 2010, de [http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio .html](http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html)

Rivera, E. (18 de Mayo de 2016). Definición de Administración. En *Apuntes Para Mando a Cargo De Personal Técnico Operativo* (pág. Cap.6). Palibrio.

Obtenido de [https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Jos%C3%A9\\_A.\\_Fern%C3%A1ndez\\_Arenas&action=edit&redlink=1](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Jos%C3%A9_A._Fern%C3%A1ndez_Arenas&action=edit&redlink=1)

Santos Santos, T. (2008). *Etapas de un estudio de factibilidad*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>

SECOM Secretaria Nacional de Comunicación. (2017). La industria del calzado nacional se fortaleció en los últimos años. *El Ciudadano*, pág. 1.

Secretaria de Economía y centros Regionales. (2014). *Guías Empresariales*. Obtenido de <http://www.segob.guanajuato.gob.mx/sil/docs/capacitacion/guiasEmpresariales/GuiaExportacion.pdf>

SevenGraus. (2013). *Significados*. Obtenido de <https://www.significados.com/pib/>

SEvengraus. (2013). *Significados de Administración*. Obtenido de <https://www.significados.com/administracion/>

smarthdraw. (2018). *smarthdraw*. Obtenido de <https://www.smartdraw.com/flowchart/simbolos-de-diagramas-de-flujo.htm>

Toapanta, F. (2012). *La Motivación y el Desempeño Laboral*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

Vasquez, M. (2018). *Análisis de factibilidad de la empresa de calzado Torinao para la exportación a Chile*. Ambato: Universidad Católica Facultad de Administración.

Vasquez, M. (2018). *Análisis de factibilidad en la empresa de calzado torino para la exportación de calzado de caballero hacia Santiago de Chile*. Ambato: Universidad Católica sede Ambato.

Wigodski, J. (07 de 14 de 2010). *Metología de la investigación*. Obtenido de Población y muestra: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

Wikipedia. (7 de Junio de 2012). *Wikipedia*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Balanza\\_de\\_pagos](https://es.wikipedia.org/wiki/Balanza_de_pagos)

## ANEXOS

**ENCUESTA CALZADO TORINO**

**Objetivo:** Conocer la situación actual de la empresa y de su entorno, medir las condiciones que sustenten la exportación del calzado de hombre hacia Santiago de Chile. Es un sustento académico y los resultados respaldan la investigación.

**Instructivo:** Lea detenidamente cada pregunta, marque con una x la opción que decida, si tiene dudas sobre las opciones de respuesta, consultar.

**Criterios de análisis:** Es de opción múltiple así que solo se considera las respuestas, para medir el grado de conocimiento y capacidad de la empresa.

1.- ¿Por qué decide exportar?

Mantenemos calidad y diversidad en el producto

Precio accesible y competitivo

Demanda local satisfecha

2.- ¿Se consideran competitivos con el tipo de calzado que desea exportar?

SI  NO

3.- ¿Considera que los productos que ofertan, satisfacen de manera total a sus clientes?

SI  NO

4.- ¿Qué material es el más solicitado para elaborar calzado?

CUERO  SINTÉTICO

Porqué.....

5.- ¿Qué características frecuentemente solicitan que cumpla el calzado de hombre

DURABILIDAD

COMODIDAD Y ESTÉTICA

AMBAS

6.- ¿Considera usted que al adquirir nueva maquinaria se reduciría el tiempo de producción y entrega?

SI  NO

7.- ¿El tiempo de entrega del producto es el adecuado o existe demora; si existe demora explique porque?

TIEMPO ADECUADO

EXISTE DEMORA

Porqué.....

8.- ¿Los puntos de distribución de su producto incentivan la adquisición del mismo?

SI  NO  DESCONOCE

9.- ¿Existen reclamos por parte de sus clientes en la entrega del producto, si es el caso mencione como se puede mejorar?

SI  NO

Cómo.....

10.- ¿Sus proveedores conocen su enfoque de exportar y le han mencionado su capacidad para proveerlos continuamente en las cantidades que solicite?

SI  NO

11.- ¿Cuáles son los plazos de pago que maneja con su proveedor?

DE CONTADO

8 DÍAS

15 DÍAS

12.- Indique cuales de estas empresas son su competencia directa, selección múltiple:

GAMOS	<input type="checkbox"/>	PRODUCALZA	<input type="checkbox"/>	SAINT GERMAIN	<input type="checkbox"/>
GUZMAR	<input type="checkbox"/>	VECACHI	<input type="checkbox"/>	WONDERLAND	<input type="checkbox"/>
BOOM´S	<input type="checkbox"/>	DACRIS	<input type="checkbox"/>	JOSHEP`S	<input type="checkbox"/>
BULL TERRIER	<input type="checkbox"/>	VENUS	<input type="checkbox"/>	BARONÍS	<input type="checkbox"/>

*Gracias por su colaboración!!!!*

## Registro Fotografico



*Ilustración 5. Proceso de producción*



*Ilustración 6. Producción de zapatos*



*Ilustración 7. Maquinaria*



*Ilustración 8. Maquinaria 2*