

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL



“ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DE CALZADO CON MATERIAL TEXTIL ARTESANAL Y SU POTENCIALIDAD DE EXPORTACIÓN, AREQUIPA, 2017 - 2021”

Tesis presentada por las Bachilleres:

Lazo Carrión, Allison Andrea

Velarde Rodríguez, Daniela Tathiana

Para optar el Título Profesional de:

INGENIERA COMERCIAL CON
MENCIÓN EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES

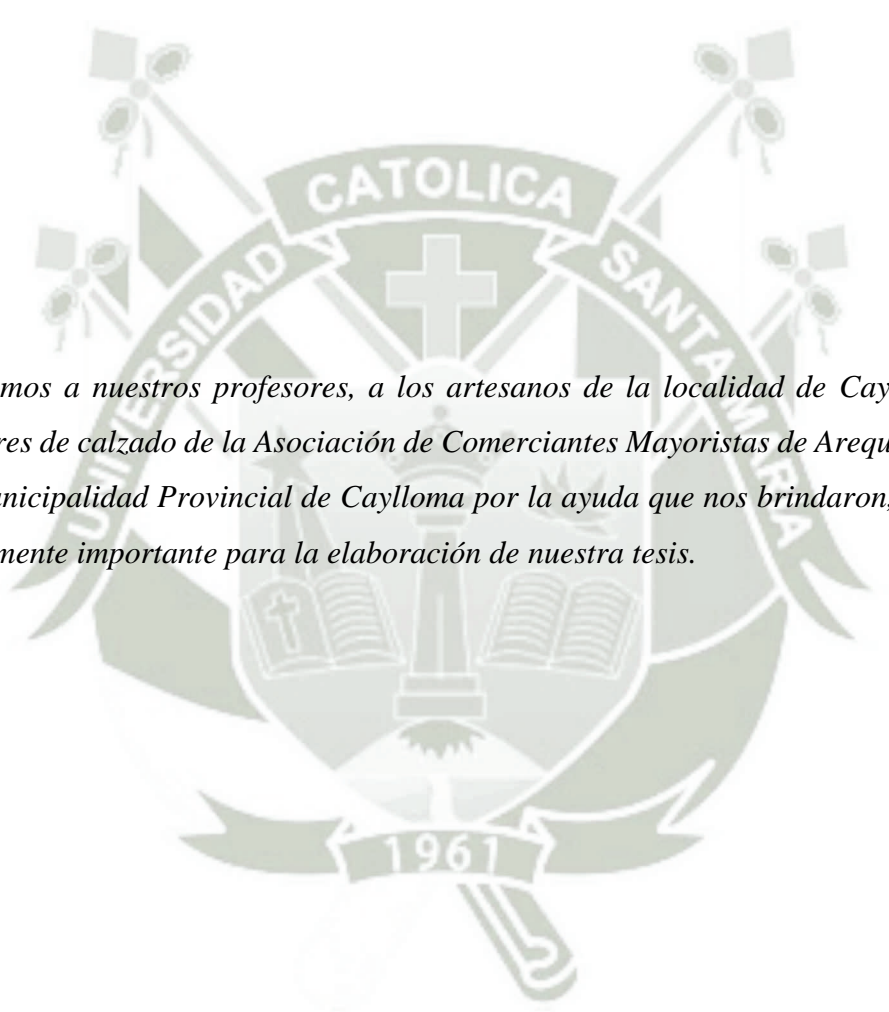
Asesor: Víctor Hugo Wong Calderón

AREQUIPA – PERÚ

2017



AGRADECIMIENTOS



Agradecemos a nuestros profesores, a los artesanos de la localidad de Caylloma, a los productores de calzado de la Asociación de Comerciantes Mayoristas de Arequipa (ACMA) y a la Municipalidad Provincial de Caylloma por la ayuda que nos brindaron, ya que esta fue sumamente importante para la elaboración de nuestra tesis.

DEDICATORIA

“Toda obra desafiante necesita tanto esfuerzo propio como la orientación de mentores, especialmente aquellos que están muy cerca de nuestro corazón.

Mi humilde esfuerzo lo dedico a mi amada familia, sin cuyo afecto, amor, estímulo y oraciones este trabajo no habría sido posible y porque mi amor hacia ellos seguirá siendo tan fuerte que trascenderá todo tiempo y espacio.”

Lazo Carrión, Allison Andrea

“En la vida hay pocas personas que nos impulsan a la superación constante, que nos motivan a creer en nosotros mismos y tienen fe en que lograremos nuestros sueños. En mi vida a esas personas las llamo madre, padre, hermana y abuela. Gracias a ellos aprendí que todo es posible si me lo propongo y este esfuerzo es mi manera de agradecerles.”

Velarde Rodríguez, Daniela Tathiana

EPÍGRAFE

“En la medida que el ámbito indígena se difunde y colora a los otros grupos y realidades; en la medida que se proyecta sobre ellos, la diversidad de sangres, cultura e intereses adquiere el frescor rudo de una esperanza inédita, y la sabiduría absorta de quien empieza reconocer su fortaleza”.

JOSÉ MARIA ARGUEDAS

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DE CALZADO CON MATERIAL TEXTIL ARTESANAL Y SU POTENCIALIDAD DE EXPORTACIÓN, AREQUIPA, 2017 - 2021 se realizó con la finalidad de demostrar la viabilidad del proyecto, analizando el beneficio y rendimiento del mismo a través de diferentes indicadores económicos, además de seleccionar el país óptimo para realizar las exportaciones y detallar la relación económica y comercial entre Perú y dicho país. Esta investigación también pretende describir el mejor canal de comercialización, el volumen óptimo de producción para la empresa y los requerimientos exigidos para ingresar el calzado con material textil al mercado objetivo.

Cabe mencionar que el estudio de mercado se encuentra dividido en demanda y oferta. En el análisis de demanda se identificaron tres posibles países de destino: Chile, Estados Unidos y México. Para elegir el país óptimo se utilizaron herramientas que permitieron seleccionar a Chile como el mejor destino de exportación entre las opciones propuestas, debido a su crecimiento en exportaciones, estabilidad económica, la fase de consumismo que atraviesa y la cercanía que tiene con Perú. En el análisis de oferta se detallaron los principales competidores del producto, entre los que se encuentran las empresas productoras y exportadoras de calzado con material textil procedentes de Perú, Bolivia y México, elegidas debido a la similitud cultural y artística que presentan sus diseños textiles artesanales. La empresa en investigación, Cabana Flats S.A.C., ofrecerá bailarinas con detalles artesanales étnicos de gran calidad debido a la materia prima utilizada en su producción, considerando como valor agregado al diseño plasmado en la pieza textil y al reconocimiento del trabajo del tejedor artesano en el empaque del calzado. Además la empresa contará con procesos eficientes y la legalidad necesaria para facilitar el proceso de comercialización y negociación con el importador, presentando una gran oportunidad de participación en el mercado extranjero.

A través de los resultados positivos de los indicadores económicos, se demostró que el proyecto es viable ya que demuestra tener rentabilidad y capacidad para recuperar la inversión. También se corroboró la disponibilidad de recursos materiales y humanos suficientes para la creación de la empresa.

Palabras Clave: Factibilidad, Exportación, Mercado, Producción, Calzado.

ABSTRACT

The present research work entitled FEASIBILITY ANALYSIS FOR THE PRODUCTION OF FOOTWEAR WITH ARTISANAL TEXTILE MATERIAL AND ITS EXPORT POTENTIAL, AREQUIPA, 2017 - 2021 was carried out with the purpose of demonstrating the viability of the project, analyzing its benefit and profit-earning capacity through different economic indicators, as well as selecting the optimal country for exports and detailing the economic and trade relationship between Peru and that country. This investigation also aims to describe the best trade channel, the optimal volume of production for the company and the requested requirements to enter footwear with textile material to the target market.

It should be mentioned that the market study is divided into demand and supply. In the demand analysis, three possible destination countries were identified: Chile, United States and Mexico. In order to choose the optimum country, tools were used to select Chile as the best export destination among the proposed options, due to its growth in exports, economic stability, the phase of consumerism that this country is experiencing and its proximity to Peru. The supply analysis detailed the main competitors of the product, among which are the companies producing and exporting footwear with textile materials from Peru, Bolivia and Mexico, chosen due to the cultural and artistic similarity presented in their artisan textile designs. The researched company, Cabana Flats SAC, will offer balerinas with ethnic details of high quality due to the raw material used in its production, considering as added value to the design embodied in the textile and the recognition of the work of the artisan weavers in the packaging of the footwear. In addition, the company will have efficient processes and the legality necessary to facilitate the process of commercialization and negotiation with the importer, presenting a great opportunity of participation in the foreign market.

Through the positive results of the economic indicators, it was demonstrated that the project is viable since it demonstrates profitability and the capacity to recover the investment. The availability of sufficient material and human resources for the creation of the company was also corroborated.

Keywords: Feasibility, Export, Market, Production, Footwear.

INTRODUCCIÓN

Un análisis de factibilidad constituye hoy en día una herramienta de ingeniería básica muy útil para establecer la viabilidad del desarrollo de una oportunidad de negocio. Esta investigación analiza desde un punto de vista técnico y económico la conveniencia o no de la ejecución de un proyecto de inversión, tomando en cuenta el nivel de recursos necesarios y su disponibilidad, las proyecciones económicas, además de indicadores confiables y precisos que permitan tomar decisiones y determinar la rentabilidad del proyecto. Al mismo tiempo, este análisis verifica la existencia de un mercado potencial con una necesidad no satisfecha. Por otro lado, permite establecer cuál será la mejor forma de llevar a cabo la constitución de la nueva empresa a través de la documentación técnica de la inversión, incluyendo la identificación del mercado objetivo, la descripción de una óptima producción y el desarrollo de un producto con una calidad y valor agregado incomparable con el que los consumidores se encuentren satisfechos, además de estrategias que puedan lograr posicionar la empresa en el mercado.

Por este motivo, la elaboración de un análisis de factibilidad es altamente relevante antes del lanzamiento de una nueva empresa o producto, ya que permitirá asegurar la viabilidad del proyecto.

El presente trabajo de investigación contempla dos capítulos, los cuáles se precisan a continuación:

En el primer capítulo denominado Aspectos Metodológicos, se contemplan los principales aspectos del sector, como su historia y estadísticas. Además se describen las características de la oferta y el precio promedio de los posibles competidores.

En el segundo capítulo denominado Resultados, se analiza la información recopilada en el estudio de mercado, se detallan las características de la demanda, brindando herramientas concluyentes para elegir el país óptimo de destino. Por otro lado, se especifica el equilibrio de mercado entre demanda de la empresa y oferta del mercado seleccionado. Adicionalmente se detallan las características de la empresa y del producto en cuestión, describiendo los procesos internos de la organización, el diseño del producto, la ubicación de la empresa y las estrategias que permiten tomar decisiones acertadas para ingresar al mercado de forma exitosa. Por último, la evaluación de costos contempla los indicadores económicos que demuestran si el proyecto presenta o no la rentabilidad deseada.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
EPÍGRAFE.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	viii
CAPÍTULO I: ASPECTOS METODOLÓGICOS	1
1.1. EL SECTOR.....	2
1.1.1. Evolución histórica.....	2
1.1.2. Características del sector.....	5
1.1.3. Marco legal del sector.....	8
1.1.4. Estadísticas del sector.....	12
1.1.5. Análisis de factores externos.....	34
1.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	49
1.2.1. Perú.....	50
1.2.2. Bolivia.....	58
1.2.3. Ecuador.....	63
1.2.4. México.....	67
1.3. FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER.....	72
1.3.1. Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter.....	72
1.3.2. Competencia Empresarial.....	93
1.3.3. Matriz del Perfil Referencial.....	98
1.3.4. Matriz del Perfil Competitivo.....	98
1.4. ANÁLISIS DE PRECIOS.....	100
1.4.1. Perú.....	100
1.4.2. Bolivia.....	104
1.4.3. Ecuador.....	107
1.4.4. México.....	108
1.4.5. Comparación de los países Ofertantes que exportan a Chile.....	111

1.4.6.	Comparación de los países Ofertantes que exportan a Estados Unidos.....	113
1.4.7.	Comparación de los países Ofertantes que exportan a México.....	115
CAPÍTULO II: RESULTADOS		117
2.1.	RESULTADOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO	118
2.1.1.	Análisis de Resultados.....	118
2.1.2.	Análisis de Tablas Cruzadas.....	149
2.1.3.	Análisis de la Demanda.....	164
2.1.4.	Comparación de las importaciones de los países demandantes.....	208
2.1.5.	Matriz Boston Consulting Group (BCG)	210
2.1.6.	Matriz de Selección de Destino.....	213
2.1.7.	Equilibrio de Mercado.....	220
2.2.	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA EMPRESA	221
2.2.1.	Características.....	221
2.2.2.	Constitución de la Empresa.....	222
2.2.3.	Organización.....	225
2.2.4.	Procesos.....	227
2.3.	EL PRODUCTO.....	263
2.3.1.	Definición.....	263
2.3.2.	Características.....	263
2.3.3.	Diseño del Producto	264
2.4.	LOCALIZACIÓN	279
2.5.	ESTRATEGIAS	283
2.6.	RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE COSTOS	284
2.6.1.	Distribución de la Carga Laboral de la Empresa.....	284
2.6.2.	Beneficios Sociales de la Carga Laboral de la Empresa	285
2.6.3.	Gastos Operativos.....	286
2.6.4.	Gastos de Marketing.....	288
2.6.5.	Inversión	289
2.6.6.	Materiales	294
2.6.7.	Materia Prima	298

2.6.8.	Ingresos.....	299
2.6.9.	Impuesto a la Renta	300
2.6.10.	Estado de Pérdidas y Ganancias	301
2.6.11.	Flujo de Caja Económico	302
2.6.12.	Indicadores Económicos.....	303
2.6.13.	Punto de Equilibrio.....	306
CONCLUSIONES		307
RECOMENDACIONES		311
BIBLIOGRAFÍA		312
ANEXOS		330



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.	Producción Peruana de las Industrias Textil, Cuero y Calzado 2008-2012.....	13
Tabla N° 2.	Variación Porcentual para las Industrias Textil, Cuero y Calzado entre 2008-2012	14
Tabla N° 3.	Proyección de Producción para las Industrias Textil, Cuero y Calzado entre 2013-2020	15
Tabla N° 4.	Ventas realizadas en territorio peruano para prendas de vestir, calzado y artículos de cuero entre 2010-2015 (Ventas en Millones de Soles – Variación porcentual).....	17
Tabla N° 5.	Proyección de Ventas realizadas en Territorio Peruano para Prendas de Vestir, Calzado y Artículos de Cuero entre 2016-2020 (Ventas en Millones de Soles).....	18
Tabla N° 6.	Lista de Principales Mercados importadores para productos peruanos identificados en el capítulo 64 de la nomenclatura arancelaria entre 2011-2015 (unidades en miles de dólares americanos).....	20
Tabla N° 7.	Variaciones porcentuales de principales importadores de productos peruanos identificados en el capítulo 64 de la nomenclatura arancelaria entre 2011-2015	21
Tabla N° 8.	Proyección de cantidad importada por principales importadores de productos peruanos identificados en el capítulo 64 de la nomenclatura arancelaria entre 2016-2020 (unidades en miles de dólares americanos).....	22
Tabla N° 9.	Lista de Principales Mercados importadores para productos identificados con la partida arancelaria 6404 exportados por Perú entre 2011-2015 (unidades en miles de dólares americanos).....	24
Tabla N° 10.	Lista de Principales Mercados importadores para productos identificados con la partida arancelaria 6404 exportados por Perú entre 2011-2015 (Cantidad de Toneladas)	25
Tabla N° 11.	Lista de Principales Mercados importadores para productos identificados con la partida arancelaria 6404 exportados por Perú entre 2011-2015 (Participación en porcentaje).....	26

Tabla N° 12.	Proyección de cantidad importada por principales importadores de productos identificados con la partida arancelaria 6404 exportados por Perú entre 2016-2020 (unidades en miles de dólares americanos)	27
Tabla N° 13.	Lista de Principales Mercados importadores para productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 exportados por Perú entre 2011-2015 (unidades en miles de dólares americanos).....	29
Tabla N° 14.	Variaciones porcentuales de principales importadores de productos peruanos identificados con la subpartida arancelaria 640419 exportados por Perú entre 2011-2015.....	31
Tabla N° 15.	Proyección de cantidad importada por principales importadores de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 exportados por Perú entre 2016-2020 (unidades en miles de dólares americanos)...	32
Tabla N° 16.	Clasificación General del Perú 2016-2017	35
Tabla N° 17.	Indicadores para la Clasificación General del Perú 2016-2017	36
Tabla N° 18.	Total de exportaciones peruanas y sus 5 principales Países Importadores 2012-2015 (unidades en miles de dólares americanos / variación porcentual).....	38
Tabla N° 19.	Dimensiones y sus componentes del Índice de Progreso Social.....	41
Tabla N° 20.	Indicadores de los componentes del Índice de Progreso Social.....	42
Tabla N° 21.	Índice de Progreso Regional de Perú	43
Tabla N° 22.	Cantidad Total Exportada de productos procedentes de Perú identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por el Mundo entre los años 2011-2015	54
Tabla N° 23.	Cantidad Total Exportada de productos procedentes de Bolivia identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por el Mundo entre los años 2011-2015.....	60
Tabla N° 24.	Cantidad Total exportada de productos procedentes de Ecuador identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por el Mundo entre los años 2011-2015.....	65
Tabla N° 25.	Cantidad Total exportada de productos procedentes de México identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por el Mundo entre los años 2011-2015.....	70
Tabla N° 26.	Requisitos elegidos en los artesanos	77
Tabla N° 27.	Proveedores de Plantas (PVC)	78

Tabla N° 28.	Proveedores de Forros	78
Tabla N° 29.	Proveedores de Plantillas	79
Tabla N° 30.	Proveedores de Etiquetas	79
Tabla N° 31.	Proveedores de Cajas	80
Tabla N° 32.	Matriz del Perfil Referencial	98
Tabla N° 33.	Matriz del Perfil Competitivo	99
Tabla N° 34.	Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de Perú identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por Chile entre los años 2011-2015.....	100
Tabla N° 35.	Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de Perú identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por Estados Unidos entre los años 2011-2015	102
Tabla N° 36.	Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de Perú identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por México entre los años 2011-2015	103
Tabla N° 37.	Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de Bolivia identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por Chile entre los años 2011-2015.....	105
Tabla N° 38.	Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de Bolivia identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por México entre los años 2011-2015	106
Tabla N° 39.	Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de Ecuador identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por Estados Unidos entre los años 2011-2015	107
Tabla N° 40.	Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de México identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por Chile entre los años 2011-2015.....	109
Tabla N° 41.	Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de México identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por Estados Unidos entre los años 2011-2015	110
Tabla N° 42.	Comparación de los países competidores que exportan a Chile productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015.....	111

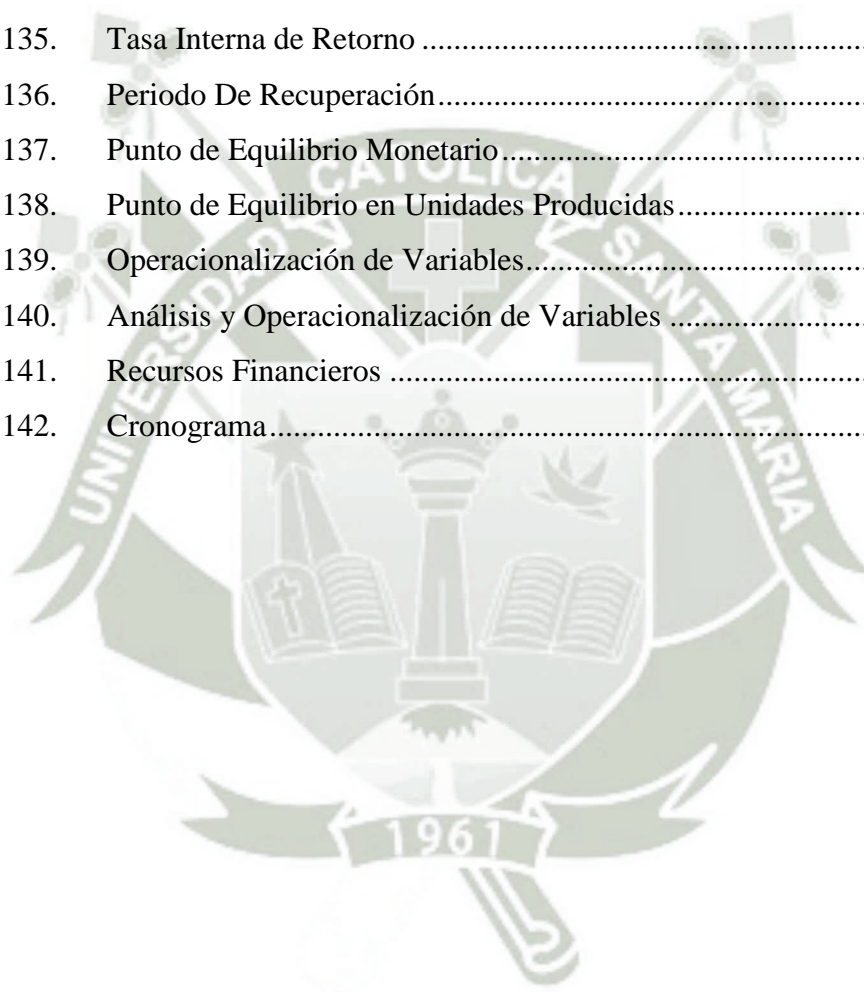
Tabla N° 43.	Comparación de la variación porcentual de los países competidores que exportan a Chile productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015	111
Tabla N° 44.	Proyección de los países competidores que exportan a Chile productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022.....	112
Tabla N° 45.	Comparación de los países competidores que exportan a Estados Unidos productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015	113
Tabla N° 46.	Comparación de la variación porcentual de los países competidores que exportan a Estados Unidos productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015	113
Tabla N° 47.	Proyección de los países competidores que exportan a Estados Unidos productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022	114
Tabla N° 48.	Comparación de los países competidores que exportan a México productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015.....	115
Tabla N° 49.	Comparación de la variación porcentual de los países competidores que exportan a México productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015	115
Tabla N° 50.	Proyección de los países competidores que exportan a México productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022.....	116
Tabla N° 51.	Edad de la Población Objetivo.....	118
Tabla N° 52.	Sexo de la Población Objetivo	119
Tabla N° 53.	Ubicación de la Población Objetivo.....	120
Tabla N° 54.	Tipo de Artesano	121
Tabla N° 55.	¿Quién o quienes compran la mayor parte de la producción artesanal?	122
Tabla N° 56.	¿Exporta sus productos?.....	124
Tabla N° 57.	¿Qué tipo de productos textiles produce?	125
Tabla N° 58.	¿Cuenta usted con experiencia previa en este tipo de trabajo (lliclla)?	126
Tabla N° 59.	¿En cuánto tiempo terminaría la siguiente pieza textil en un tamaño de 1.5m X 3m?.....	127

Tabla N° 60.	¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil de 1.5m X 3m?.....	129
Tabla N° 61.	¿Qué material considera ideal para realizar la mencionada pieza textil de 1.5m X 3m?	130
Tabla N° 62.	¿Cuántas piezas textiles de 1.5m X 3m cree que pueda realizar en una semana?	131
Tabla N° 63.	¿Cuenta usted con experiencia previa en este tipo de trabajo (bordado)?	133
Tabla N° 64.	¿En cuánto tiempo terminaría la siguiente pieza textil, bordada en un tamaño de 5cm X 5cm?.....	134
Tabla N° 65.	¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil bordada de 5cm X 5cm?	135
Tabla N° 66.	¿Qué material considera ideal para realizar la mencionada pieza textil bordada de 5cm X 5cm?.....	136
Tabla N° 67.	¿Cuántas piezas textiles en un tamaño de 5cm X 5cm cree que pueda realizar en una semana?	138
Tabla N° 68.	¿Qué tipo de instrumentos utiliza para realizar sus tejidos?	139
Tabla N° 69.	¿Cuál de los dos productos previamente descritos le sería más difícil de elaborar?.....	140
Tabla N° 70.	¿Realiza usted el diseño de sus productos a pedido?	141
Tabla N° 71.	¿Tiene usted la disponibilidad necesaria para suministrar los productos mencionados anteriormente de manera regular a una empresa?.....	142
Tabla N° 72.	En caso de trabajar con una empresa ¿estaría de acuerdo en que su trabajo sea reconocido y expuesto como una pequeña biografía en la decoración de las cajas del producto?.....	143
Tabla N° 73.	¿Los conocimientos textiles que usted tiene los ha adquirido mediante estudios especializados?.....	144
Tabla N° 74.	¿Usted estaría dispuesto a compartir sus conocimientos con diferentes tejedores y con esto conseguir un crecimiento individual y de grupo?.	145
Tabla N° 75.	¿Consideraría que producir para una empresa mejoraría su calidad de vida?	146
Tabla N° 76.	¿Qué le frena a Ud. para incrementar sus ventas?.....	147
Tabla N° 77.	¿Qué hace Ud. mejor que sus competidores?.....	148
Tabla N° 78.	Ubicación vs Tipo de producto textil	149

Tabla N° 79.	Ubicación vs Tipo de consumidor.....	151
Tabla N° 80.	Edad del artesano vs Tipo de Producto textil.....	152
Tabla N° 81.	Sexo del artesano vs Estudios especializados	153
Tabla N° 82.	Tipo de instrumentos vs Disponibilidad para suministrar productos....	154
Tabla N° 83.	Disponibilidad para suministrar productos vs Obstáculos para incrementar ventas.....	155
Tabla N° 84.	Sexo del artesano vs Experiencia haciendo Llicllas.....	156
Tabla N° 85.	Material para elaborar la Lliclla vs Precio de la Lliclla	157
Tabla N° 86.	Tiempo que demanda hacer una Lliclla vs Precio de la Lliclla	158
Tabla N° 87.	Llicllas elaboradas en una semana vs Tipo de instrumento	159
Tabla N° 88.	Sexo del artesano vs Experiencia haciendo bordados.....	160
Tabla N° 89.	Material para elaborar el bordado vs Precio del bordado	161
Tabla N° 90.	Tiempo que demanda hacer un bordado vs Precio del bordado.....	162
Tabla N° 91.	Bordados elaborados en una semana vs Tipo de instrumento.....	163
Tabla N° 92.	Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales en Chile, 2013	173
Tabla N° 93.	Población total de mujeres según grupos quinquenales de edad – Chile	174
Tabla N° 94.	Proyección del Consumo de Calzado en Chile según el crecimiento de la población de mujeres de 14 a 35 años.....	175
Tabla N° 95.	Total de Cantidad Importada por Chile de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015	175
Tabla N° 96.	Nueva proyección de la Demanda Total	176
Tabla N° 97.	Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales de Estados Unidos, 2011	187
Tabla N° 98.	Población total de mujeres según grupos quinquenales de edad – Estados Unidos	187
Tabla N° 99.	Proyección del Consumo de Calzado en Estados Unidos según el crecimiento de la población de mujeres de 14 a 35 años	188
Tabla N° 100.	Total de Cantidad Importada por Estados Unidos de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015.....	189
Tabla N° 101.	Nueva proyección de la Demanda Total	190

Tabla N° 102.	Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales de México, 2011.....	201
Tabla N° 103.	Población total de mujeres según grupos quinquenales de edad – México.....	202
Tabla N° 104.	Proyección del Consumo de Calzado en México según el crecimiento de la población de mujeres de 14 a 35 años.....	203
Tabla N° 105.	Total de Cantidad Importada por México de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015	203
Tabla N° 106.	Nueva proyección de la Demanda Total	204
Tabla N° 107.	Comparación de las importaciones de los países demandantes de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015	208
Tabla N° 108.	Comparación de la variación porcentual de las importaciones de los países demandantes de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015	208
Tabla N° 109.	Proyección de las importaciones de los países demandantes de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022.....	209
Tabla N° 110.	Matriz Boston Consulting Group	211
Tabla N° 111.	Criterio de Calificación	213
Tabla N° 112.	Matriz de Selección de Destino.....	214
Tabla N° 113.	Equilibrio de Mercado.....	220
Tabla N° 114.	Cuadro de Personal	225
Tabla N° 115.	Procesos de la empresa.....	227
Tabla N° 116.	Equivalencias de tallas de calzado para dama.....	273
Tabla N° 117.	Evaluación para la localización de la empresa Cabana Flats	281
Tabla N° 118.	Estrategias	283
Tabla N° 119.	Distribución de la Carga Laboral de la Empresa.....	284
Tabla N° 120.	Beneficios Sociales de la Carga Laboral de la Empresa	285
Tabla N° 121.	Gastos Operativos	286
Tabla N° 122.	Gastos de Marketing	288
Tabla N° 123.	Inversión.....	289
Tabla N° 124.	Materiales	294
Tabla N° 125.	Materia Prima.....	298

Tabla N° 126.	Ingresos Mensuales	299
Tabla N° 127.	Ingresos Mensuales por Producto	299
Tabla N° 128.	Ingresos Anuales	300
Tabla N° 129.	Impuesto a la Renta	300
Tabla N° 130.	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	301
Tabla N° 131.	Flujo de Caja Económico	302
Tabla N° 132.	Costo de Oportunidad de Capital	303
Tabla N° 133.	Valor Actual Neto	304
Tabla N° 134.	Ratio Beneficio / Costo	304
Tabla N° 135.	Tasa Interna de Retorno	304
Tabla N° 136.	Periodo De Recuperación.....	305
Tabla N° 137.	Punto de Equilibrio Monetario.....	306
Tabla N° 138.	Punto de Equilibrio en Unidades Producidas.....	306
Tabla N° 139.	Operacionalización de Variables.....	333
Tabla N° 140.	Análisis y Operacionalización de Variables	363
Tabla N° 141.	Recursos Financieros	367
Tabla N° 142.	Cronograma.....	367



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1.	Evolución del Calzado en Egipto, Grecia y Roma.....	3
Figura N° 2.	Revolución del Calzado Femenino a partir del Siglo XX.....	4
Figura N° 3.	Porcentaje de Empresas de Calzado que operan en Perú por Tamaño.....	6
Figura N° 4.	Porcentaje de Empresas de Calzado que operan en Perú por Principales Departamentos.....	7
Figura N° 5.	Proyección de Producción para las Industrias Textil, Cuero y Calzado entre 2013-2020	16
Figura N° 6.	Proyección de Ventas realizadas en Territorio Peruano para Prendas de Vestir, Calzado y Artículos de Cuero entre 2016-2020 (Ventas en Millones de Soles)	19
Figura N° 7.	Proyección de cantidad importada por principales importadores de productos peruanos identificados en el capítulo 64 de la nomenclatura arancelaria entre 2016-2020 (unidades en miles de dólares americanos).....	23
Figura N° 8.	Proyección de cantidad importada por principales importadores de productos identificados con la partida arancelaria 6404 exportados por Perú entre 2016-2020 (unidades en miles de dólares americanos)	28
Figura N° 9.	Comparación de los 5 principales países importadores de productos peruanos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre 2011-2015.....	30
Figura N° 10.	Proyección de cantidad importada por principales importadores de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 exportados por Perú entre 2016-2020 (unidades en miles de dólares americanos).....	33
Figura N° 11.	Variación Porcentual del PBI Peruano 2008-2016	37
Figura N° 12.	Variación porcentual de la Tasa de Inflación Peruana 2008-2016	39
Figura N° 13.	Tipo de cambio (S/. por US\$) 2008-2016.....	40
Figura N° 14.	Porcentaje del PBI que invierten países en Ciencia, Tecnología e Innovación – 2014.....	45
Figura N° 15.	Boletín Informativo CITECCAL	47
Figura N° 16.	Problemas Medioambientales en la Industria de Calzado.....	48
Figura N° 17.	Calzado Peruano de Cuero	50
Figura N° 18.	Tejidos Peruanos con detalles Étnicos	51
Figura N° 19.	Zapatilla Peruana con Parte Superior de Material Textil Étnica.....	51

Figura N° 20.	Zapatillas con Diseño de Telar Peruano Iconográfico	52
Figura N° 21.	Botas con Diseño de Telar Peruano Iconográfico.....	52
Figura N° 22.	Balerina con Diseño Étnico Peruano.....	53
Figura N° 23.	Balerinas con Acabado Étnico Peruano	53
Figura N° 24.	Balerinas Plomas con Diseño Étnico Peruano	54
Figura N° 25.	Zapato de Cuero Boliviano	59
Figura N° 26.	Calzado de Aguayo con detalles étnicos	59
Figura N° 27.	Zapatillas de Aguayo con detalles étnicos	60
Figura N° 28.	Calzado de Cuero Ecuatoriano.....	64
Figura N° 29.	Balerinas Ecuatorianas hechas por artesanos	64
Figura N° 30.	Balerinas Ecuatorianas con detalles textiles	65
Figura N° 31.	Zapatos pertenecientes a la marca Kuiká	68
Figura N° 32.	Zapatos pertenecientes a la marca Rabia	68
Figura N° 33.	Calzado artesanal bordado estilo Xicotepec	69
Figura N° 34.	Zapatillas inspirado en arte Huichol diseñadas por Ricardo Seco	69
Figura N° 35.	Cinco Fuerzas Competitivas de Porter	72
Figura N° 36.	Tejidos Bolivianos	73
Figura N° 37.	Tejidos Ecuatorianos	74
Figura N° 38.	Tejidos Mexicanos	75
Figura N° 39.	Balerinas.....	84
Figura N° 40.	Mocasines.....	85
Figura N° 41.	Zapatos modelo Oxford.....	86
Figura N° 42.	Alpargatas	86
Figura N° 43.	Zapatillas “Slip-On”	87
Figura N° 44.	Logo de Incalpaca	88
Figura N° 45.	Página Web de Incalpaca	88
Figura N° 46.	Logo de Michell	89
Figura N° 47.	Página Web de Michell	90
Figura N° 48.	Logo de Zapatería Ojeda	91
Figura N° 49.	Perfil de Facebook de la Zapatería Ojeda	91
Figura N° 50.	Logo de Calzado Estodas	92
Figura N° 51.	Página Web de Calzado Estodas	92
Figura N° 52.	Logo de Intishine Store	93
Figura N° 53.	Balerinas de Intishine	94

Figura N° 54.	Logo de Paykunapaq	94
Figura N° 55.	Balerinas de Paykunapaq	95
Figura N° 56.	Logo de Calzart Bolivia	95
Figura N° 57.	Balerinas de Kory Malku	96
Figura N° 58.	Logo de Nich Chiapas	97
Figura N° 59.	Balerinas de Nich Chiapas	97
Figura N° 60.	Cantidad Total de Pares de Zapatos Peruanos Exportados a Chile.....	101
Figura N° 61.	Cantidad Total de Pares de Zapatos Peruanos Exportados a Estados Unidos	102
Figura N° 62.	Cantidad Total de Pares de Zapatos Peruanos Exportados a México ...	104
Figura N° 63.	Cantidad Total de Pares de Zapatos Bolivianos Exportados a Chile	105
Figura N° 64.	Cantidad Total de Pares de Zapatos Bolivianos Exportados a México.	106
Figura N° 65.	Cantidad Total de Pares de Zapatos Ecuatorianos Exportados a Estados Unidos	108
Figura N° 66.	Cantidad Total de Pares de Zapatos Mexicanos Exportados a Chile....	109
Figura N° 67.	Cantidad Total de Pares de Zapatos Mexicanos Exportados a Estados Unidos	110
Figura N° 68.	Proyección de los países competidores que exportan a Chile productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022.....	112
Figura N° 69.	Proyección de los países competidores que exportan a Estados Unidos productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022	114
Figura N° 70.	Proyección de los países competidores que exportan a México productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022.....	116
Figura N° 71.	Edad de la Población Objetivo.....	118
Figura N° 72.	Sexo de la Población Objetivo	119
Figura N° 73.	Ubicación de la Población Objetivo.....	120
Figura N° 74.	Tipo de Artesano	122
Figura N° 75.	¿Quién o quienes compran la mayor parte de la producción artesanal?	123
Figura N° 76.	¿Exporta sus productos?.....	124
Figura N° 77.	¿Qué tipo de productos textiles produce?	125
Figura N° 78.	Modelo de patrón de lliclla	126

Figura N° 79.	¿Cuenta usted con experiencia previa en este tipo de trabajo (lliclla)?	127
Figura N° 80.	¿En cuánto tiempo terminaría la siguiente pieza textil en un tamaño de 1.5m X 3m?.....	128
Figura N° 81.	¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil de 1.5m X 3m?.....	129
Figura N° 82.	¿Qué material considera ideal para realizar la mencionada pieza textil de 1.5m X 3m?.....	130
Figura N° 83.	¿Cuántas piezas textiles de 1.5m X 3m cree que pueda realizar en una semana?.....	132
Figura N° 84.	Modelo de bordado	133
Figura N° 85.	¿Cuenta usted con experiencia previa en este tipo de trabajo (bordado)?	133
Figura N° 86.	¿En cuánto tiempo terminaría la siguiente pieza textil, bordada en un tamaño de 5cm X 5cm?.....	134
Figura N° 87.	¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil bordada de 5cm X 5cm?	135
Figura N° 88.	¿Qué material considera ideal para realizar la mencionada pieza textil bordada de 5cm X 5cm?.....	137
Figura N° 89.	¿Cuántas piezas textiles en un tamaño de 5cm X 5cm cree que pueda realizar en una semana?	138
Figura N° 90.	¿Qué tipo de instrumentos utiliza para realizar sus tejidos?	139
Figura N° 91.	¿Cuál de los dos productos previamente descritos le sería más difícil de elaborar?.....	140
Figura N° 92.	¿Realiza usted el diseño de sus productos a pedido?	141
Figura N° 93.	¿Tiene usted la disponibilidad necesaria para suministrar los productos mencionados anteriormente de manera regular a una empresa?.....	142
Figura N° 94.	En caso de trabajar con una empresa ¿estaría de acuerdo en que su trabajo sea reconocido y expuesto como una pequeña biografía en la decoración de las cajas del producto?.....	143
Figura N° 95.	¿Los conocimientos textiles que usted tiene los ha adquirido mediante estudios especializados?.....	144
Figura N° 96.	¿Usted estaría dispuesto a compartir sus conocimientos con diferentes tejedores y con esto conseguir un crecimiento individual y de grupo?.	145

Figura N° 97.	¿Consideraría que producir para una empresa mejoraría su calidad de vida?	146
Figura N° 98.	¿Qué le frena a Ud. para incrementar sus ventas?.....	147
Figura N° 99.	¿Qué hace Ud. mejor que sus competidores?.....	148
Figura N° 100.	Ubicación vs Tipo de producto textil	150
Figura N° 101.	Ubicación vs Tipo de consumidor.....	151
Figura N° 102.	Edad del artesano vs Tipo de Producto textil.....	152
Figura N° 103.	Sexo del artesano vs Estudios especializados	153
Figura N° 104.	Tipo de instrumentos vs Disponibilidad para suministrar productos....	154
Figura N° 105.	Disponibilidad para suministrar productos vs Obstáculos para incrementar ventas.....	155
Figura N° 106.	Sexo del artesano vs Experiencia haciendo Llicllas.....	156
Figura N° 107.	Material para elaborar la Lliclla vs Precio de la Lliclla	157
Figura N° 108.	Tiempo que demanda hacer una Lliclla vs Precio de la Lliclla	159
Figura N° 109.	Llicllas elaboradas en una semana vs Tipo de instrumento	160
Figura N° 110.	Sexo del artesano vs Experiencia haciendo bordados.....	161
Figura N° 111.	Material para elaborar el bordado vs Precio del bordado	162
Figura N° 112.	Tiempo que demanda hacer un bordado vs Precio del bordado.....	163
Figura N° 113.	Bordados elaborados en una semana vs Tipo de instrumento.....	164
Figura N° 114.	Cuota de Mercado – Socios en importaciones – Chile	166
Figura N° 115.	Balerina con detalles en lentejuelas – Tienda DAFITI, Chile	177
Figura N° 116.	Balerina de jean con aplicaciones – Tienda Ripley, Chile.....	178
Figura N° 117.	Sección de novedades en balerinas – Tienda TODOPIEL, Chile	178
Figura N° 118.	Sección de balerinas – Tienda Chalada, Chile	179
Figura N° 119.	Modelos y presentación de balerinas – Tienda Pretty Ballerinas, Chile	179
Figura N° 120.	Cuota de Mercado – Socios en importaciones – Estados Unidos	181
Figura N° 121.	Modo de transporte utilizado para la exportación a Estados Unidos	183
Figura N° 122.	Sección de balerinas – Tienda Designer Shoe Warehouse en Estados Unidos	191
Figura N° 123.	Modelo de calzado con parte superior textil – Tienda Macy’s, Estados Unidos	191
Figura N° 124.	Sección de novedades en balerinas – Tienda Macy’s, Estados Unidos	192
Figura N° 125.	Sección de Balerinas – Tienda Payless, Estados Unidos	192

Figura N° 126.	Modelo de calzado con bordados en la parte superior – Tienda NORDSTROM, Estados Unidos.....	193
Figura N° 127.	Modelo de calzado con bordados en diferentes colores – Tienda NORDSTROM, Estados Unidos.....	193
Figura N° 128.	Cuota de Mercado – Socios en importaciones – México.....	195
Figura N° 129.	Novedades en balerinas con parte superior textil - Tienda IMPULS, México.....	205
Figura N° 130.	Modelo de balerina con parte superior textil - Tienda ÖSOM, México	206
Figura N° 131.	Sección balerinas – Tienda ÖSOM, México.....	206
Figura N° 132.	Sección balerinas– Tienda Coppel, México.....	207
Figura N° 133.	Modelos de balerinas con aplicaciones - Tienda IMPULS, México.....	207
Figura N° 134.	Proyección de las importaciones de Chile y México de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022.....	209
Figura N° 135.	Proyección de las importaciones de Estados Unidos de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022.....	210
Figura N° 136.	Matriz Boston Consulting Group.....	212
Figura N° 137.	Equilibrio de Mercado.....	220
Figura N° 138.	Organigrama de la empresa Cabana Flats.....	225
Figura N° 139.	Diagrama de flujo del proceso de Contratación de Personal.....	228
Figura N° 140.	Diagrama de flujo del proceso de Abastecimiento de Materiales.....	230
Figura N° 141.	Diagrama de flujo del proceso de elaboración del calzado.....	232
Figura N° 142.	Diseño de moldes.....	233
Figura N° 143.	Corte de la tela.....	234
Figura N° 144.	Corte de la badana.....	234
Figura N° 145.	Unión de piezas.....	235
Figura N° 146.	Pegado de Puntera y Talonera.....	235
Figura N° 147.	Capellada terminada.....	236
Figura N° 148.	Capellada lista para tomar forma de la horma.....	236
Figura N° 149.	Unión con clavos de la capellada y falsa de la balerina.....	237
Figura N° 150.	Unión de capellada y falsa de la balerina con pegamento.....	237
Figura N° 151.	Unión de piezas de la misma talla para pegado de la suela.....	238
Figura N° 152.	Pegado de suela.....	238

Figura N° 153.	Calzado con la suela pegada	239
Figura N° 154.	Colocación de la plantilla.....	239
Figura N° 155.	Diagrama de flujo del proceso de Almacenamiento	240
Figura N° 156.	Diagrama de flujo del proceso de Negociación	242
Figura N° 157.	Diagrama de flujo del proceso Documentario	244
Figura N° 158.	Póliza de Seguro sin Llenar.....	245
Figura N° 159.	Certificado de Origen requerido por Chile sin Llenar	247
Figura N° 160.	Factura Comercial sin Llenar	249
Figura N° 161.	Packing List sin Llenar.....	252
Figura N° 162.	Carta Porte Internacional sin Llenar	253
Figura N° 163.	Declaración Única de Aduanas sin Llenar	256
Figura N° 164.	Diagrama de flujo del proceso de Exportación	259
Figura N° 165.	Diagrama de flujo del proceso de Transporte	261
Figura N° 166.	Producto	263
Figura N° 167.	Ficha Técnica	264
Figura N° 168.	Molde para Balerinas	265
Figura N° 169.	Chaveta para calzado.....	265
Figura N° 170.	Horma.....	266
Figura N° 171.	Máquina de Coser	266
Figura N° 172.	Pegamento de Contacto Master Bond	267
Figura N° 173.	Herramientas para elaborar balerinas.....	267
Figura N° 174.	Suela de caucho.....	268
Figura N° 175.	Plantilla de Cuero.....	268
Figura N° 176.	Pieza Textil.....	269
Figura N° 177.	Pieza Textil Bordada	269
Figura N° 178.	Plasti Flex.....	270
Figura N° 179.	Badana.....	271
Figura N° 180.	Etiqueta	271
Figura N° 181.	Bolsa transparente	272
Figura N° 182.	Caja de Cartón.....	272
Figura N° 183.	Balerinas de lliclla.....	274
Figura N° 184.	Balerinas con bordado.....	275
Figura N° 185.	Logotipo de Cabana Flats.....	276
Figura N° 186.	Caja de las Balerinas	277

Figura N° 187.	Contratapa de la Caja de las Balerinas	277
Figura N° 188.	Reseña del Artesano	278
Figura N° 189.	Mapa de Ubicación- Local Cerro Colorado	279
Figura N° 190.	Mapa de Ubicación- Local Sachaca	280
Figura N° 191.	Mapa de Ubicación- Local Paucarpata	280
Figura N° 192.	Mapa de Distribución- Local Sachaca	282
Figura N° 193.	Computadora	291
Figura N° 194.	Impresora.....	291
Figura N° 195.	Máquina de Coser Industrial	292
Figura N° 196.	Combo: Escritorio + Silla y Sillas Duraplast	292
Figura N° 197.	Mesa de Trabajo	293
Figura N° 198.	Estantería de Almacén.....	293
Figura N° 199.	Martillo y Clavos.....	295
Figura N° 200.	Alicate y Huincha.....	295
Figura N° 201.	Horma.....	296
Figura N° 202.	Combo: Escoba + Recogedor y Basurero	296
Figura N° 203.	Combo: Clorox + Pinesol y Papel Higiénico	297
Figura N° 204.	Hojas Bond y Guantes de Trabajo	297
Figura N° 205.	Fórmula del Costo de Oportunidad	303
Figura N° 206.	Metodología del análisis de mercado.....	340
Figura N° 207.	Análisis del entorno general.....	342
Figura N° 208.	Fuerzas Competitivas de Porter	344



1.1. EL SECTOR

1.1.1. Evolución histórica

Para la Oficial de Recursos del museo de zapatos de Northampton, Rebecca Shawcross (2014, p.10), los zapatos siempre han sido más que una simple necesidad, ya que estos revelan la cultura, la moral sexual, el poder social y los interminables cambios de moda que se dieron en el pasado.

1.1.1.1. Evolución Histórica Mundial

Tomando en consideración lo explicado por García (2016), las culturas o civilizaciones antiguas vienen registrando a lo largo de los años, la creación y uso del calzado, que no solo cumplían el rol de proteger los pies sino un medio que simbolizaba las diferentes características y clases sociales de los seres humanos.

En Egipto, solo se permitía usar calzado al Faraón y sus altos funcionarios, mientras que en Roma los esclavos eran obligados a andar descalzos y los prisioneros llevar zapatos muy pesados de madera como castigo.

Para esta época el calzado que más se utilizaba eran las denominadas sandalias, sin embargo, en Grecia empezaron a crear y adecuar diferentes zapatos que se acoplaban a cada tipo de pie y a cada actividad que se realizaba, por ejemplo, los zapatos que utilizaban los soldados presentaban características diferentes a las de los sacerdotes y estos a su vez presentaban características diferentes al calzado de los nobles.

Con el pasar del tiempo los romanos adoptaron estas nuevas técnicas griegas y las popularizaron por todo Roma, dándole un nuevo significado al calzado y relacionándolo directamente con el estatus social.

Figura N° 1: Evolución del Calzado en Egipto, Grecia y Roma



Fuente: Google – Portal Vestuario Escénico
Portal Revista de Artes
Portal Historia de las Civilizaciones
Elaboración: Propia

Al llegar la Edad Media, la percepción simbólica del calzado se vuelve obsoleta y es reemplazada por el interés y agrado de lo estético. En otras palabras, se buscaba lucir los atributos o disimular los desperfectos en los pies.

La palabra moda empezó a tomar forma en esta época, siendo los personajes públicos los que marcarían su tendencia, por ejemplo, Luis XIV inició la moda del zapato con tacón para esconder su baja estatura.

En el siglo XVIII estalló la Revolución Francesa, acontecimiento que impactó en la tendencia del calzado, las personas empezaron a necesitar zapatos que generen comodidad, por lo cual el tacón fue rápidamente reemplazado por los esarpines estrechos o las sandalias de tiras.

Para el siglo XIX y con una revolución industrial que generó grandes cambios en la elaboración de muchos productos, el rubro del calzado se vio beneficiado con la aparición de nuevos modelos y nuevas formas que optimizaban su producción. Este siglo tiene gran trascendencia porque gracias a la maquinaria existente y a

la capacidad que tuvieron las industrias de producir en serie se le denomina en la actualidad, “Industria del calzado”.

El siglo XX, se caracterizó por la revolución del calzado femenino, las mujeres empezaron a formar parte de la vida pública ya que los hombres marchaban a la guerra, debían reemplazarlos en las actividades laborales por lo cual se puso de moda el calzado bajo y práctico.

En los años 50 se introduce al mercado el “tacón de aguja”, como característica de altura y sutileza, de igual forma ingresa al mercado la “balerina”, un zapato bajo que fue promocionado a través de medios masivos y populares, recibiendo gran acogida por el público femenino en general. Para los años 60, se introducen los mocasines, altas plataformas, y nuevos tipos de calzado que marcan la tendencia que se registra hasta la actualidad, Una tendencia basada en la variedad y en la creación de nuevos modelos ligados directamente a la industria de la moda.

Industrias que difunden un mensaje universal basado en que existe calzado para todos los gustos, para cada momento y para cada persona.

Figura N° 2: Revolución del Calzado Femenino a partir del Siglo XX

Revolución del Calzado Femenino



Fuente: Diario Digital Astrolabio
Elaboración: Propia

1.1.1.2. Evolución Histórica en Perú

En el Perú la tradición del calzado ha estado directamente ligada a la historia social del país. Como bien describe Lévano en su artículo publicado en Caretas (2016), al menos desde inicios del siglo XX se hacía visible la demanda de estos productos, ya que los mineros de Quiruvilca exigían se les de zapatos para salvaguardar sus pies descalzos pues así trabajaban en los socavones.

Se conoce que las primeras zapaterías se formaron en el distrito de Mache en la Provincia de La Libertad, donde un grupo de pobladores andinos invadió los dominios de una hacienda, para luego firmar con el dueño un acta de deslinde en 1874. Es en este lugar donde surgen los primeros abastecedores de calzado para los trabajadores de las minas de Quiruvilca en 1929.

Es a partir de ese momento que Trujillo se establece como la primera ciudad productora de calzado en Perú, y ha sabido mantenerse así a pesar de que su historia no siempre estuvo en auge ya que, por ejemplo en los 90, habiendo 12,000 fabricantes, las importaciones desmedidas auspiciadas por el gobierno fujimorista hicieron que este número se reduzca a 2,000. Sin embargo, los conocimientos adquiridos durante la misión enviada por la Unión Europea permitieron que los zapateros aprendan nuevas técnicas en la fabricación del calzado, permitiendo así mejorar la calidad y el diseño de sus productos.

1.1.2. Características del sector

El estudio realizado por ProChile (2010, P. 1), describe que el mercado peruano de calzado se ha caracterizado por su alta competitividad ya que cuenta no sólo con la producción nacional sino también con marcas extranjeras. Además, este producto permite una alta variedad debido a

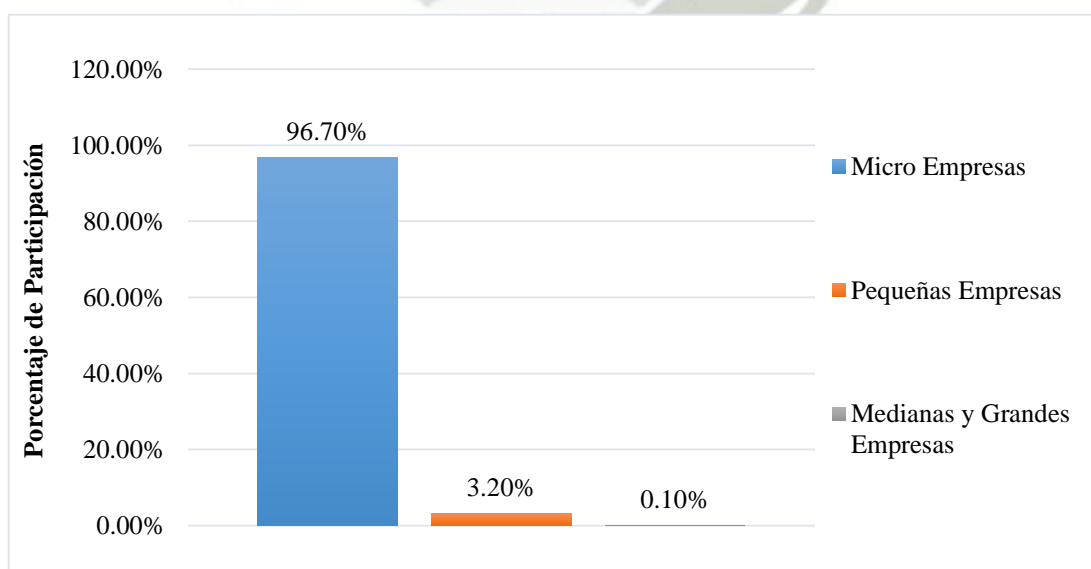
que los grupos a los que se dirige pueden ser divididos por género, edad, uso, temporada, etc.

Se considera al sector calzado como uno de los que cuenta con más relevancia entre las actividades minoristas realizadas en Perú, esto debido a la cantidad de puestos de empleo que genera y a la participación que tiene en el mercado.

Actualmente la informalidad en este tipo de empresas llega ser del 80% y considerando que esta industria mueve aproximadamente \$500 millones al año en Perú, se deduce que \$350 millones de ellos provienen de la informalidad o el contrabando.

Adicionalmente como explica Andina (2011), el 96.7 por ciento de empresas que se encargan de la manufactura de calzado peruano son microempresas, quienes direccionan su producción a calzado de vestir, escolar y zapatillas; el 3.2 por ciento son empresas pequeñas, que a su vez fabrican principalmente calzado para caballero o dama, calzado plástico, calzado de goma, zapatillas, botas de PVC, entre otras; por último, el 0.1 por ciento son medianas y grandes empresas que producen zapatillas de cuero o goma, calzado de vestir hecho a base de cuero, mocasines, etc., información brindada por la Sociedad Nacional de Industria (SIN).

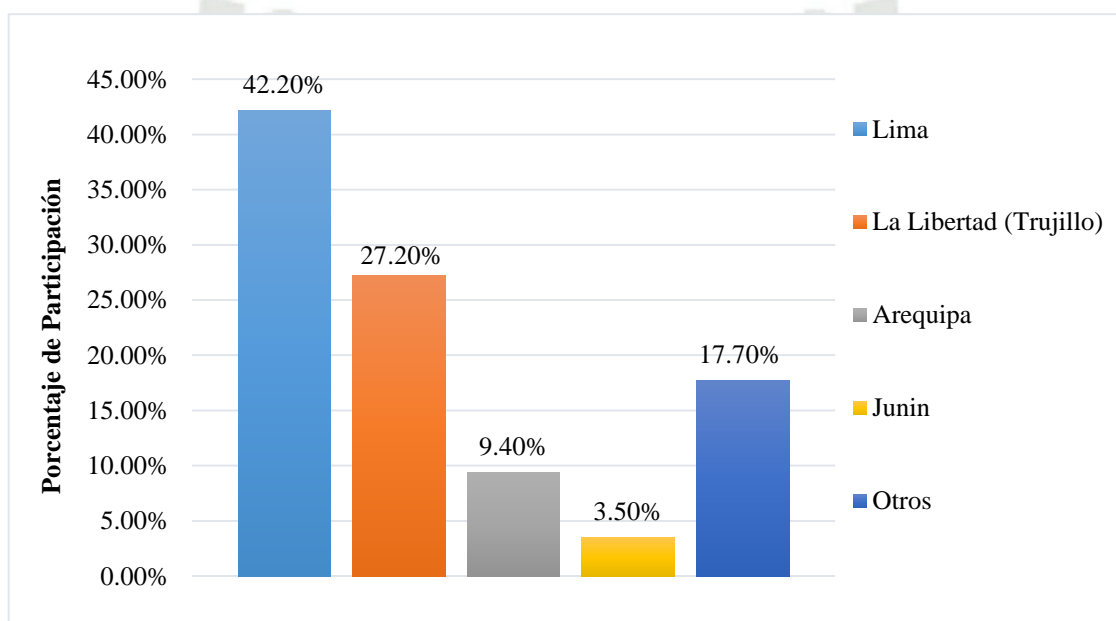
Figura N° 3: Porcentaje de Empresas de Calzado que operan en Perú por Tamaño



Fuente: Portal Andina
Elaboración: Propia

Asimismo, de la totalidad de empresas de calzado que operan en Perú, la provincia de Lima cuenta con el mayor número de las mismas, liderando el mercado con un 42.2 por ciento, en segundo lugar Trujillo (La Libertad) con 27.2 por ciento, como tercero se encuentra Arequipa con 9.4 por ciento y cuarto lugar Huancayo (Junín) con un 3.5 por ciento.

Figura N° 4: Porcentaje de Empresas de Calzado que operan en Perú por Principales Departamentos



Fuente: Portal Andina
Elaboración: Propia

Cabe resaltar que en el distrito de El Porvenir (Trujillo), se encuentra formado el mayor clúster de micro y pequeñas empresas de calzado, reuniendo a más de 500 establecimientos que operan en la zona.

Por otro lado, como se explica en ProChile (2010, P. 1), el mercado peruano se volvió atractivo para diferentes productores internacionales, por ende, los productos chinos ingresaron al Perú de forma bastante abrupta con grandes cantidades de importación y a precios muy económicos, por lo cual se posicionaron por encima de otros competidores internacionales. Esto generó que en 2000 la Corporación de Cuero, Calzado y Afines (CCCA), solicitara al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual

(INDECOPI) una investigación para esclarecer una posible práctica de dumping en las importaciones de calzado provenientes de China y Vietnam. Como resultado de esta investigación, la INDECOPI ordenó la aplicación de Derechos Antidumping para las importaciones de calzado provenientes de los países mencionados.

1.1.3. Marco legal del sector

1.1.3.1. Producción y Comercialización

Según lo que indica el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2016, p. 3-6), el gobierno peruano ha apoyado firmemente la producción de calzado a través de leyes y programas que pretenden reimpulsar a este sector de la economía que ha venido mostrando un decrecimiento en los últimos años.

Respecto a la protección de la producción de calzado en el Perú, la comisión de Fiscalización de Dumping y Subsidios de INDECOPI ha mantenido la vigencia de las medidas antidumping a la importación de calzado de China desde el 2000.

Se resolvió esta medida debido a que dichos impuestos protegen a la producción peruana que se ha visto claramente afectada en los últimos años debido a las grandes importaciones de diferentes variedades de calzado provenientes de la República Popular de China.

Por otro lado, un artículo publicado en el boletín del Centro de Innovación Productiva y Transparencia Tecnológica del Cuero, Calzado e Industrias Conexas (2016, p. 5-6), explica que Perú tiene planes para mejorar en el ranking global de innovación, por lo que está trabajando en mejorar 3 importantes factores: la simplificación administrativa, el financiamiento en todas sus modalidades (inversión, capital, etc.) y el desarrollo del capital humano asociado a

temas de innovación, tecnología y ciencia. Para tal labor se realizará la identificación de todas las barreras burocráticas que se presentan en el aparato estatal y que obstaculizan el desarrollo fluido de las actividades empresariales, siendo las principales entidades analizadas el Ministerio de Economía y Finanzas, la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria y el Ministerio del Ambiente.

El Estado participara también en el impulso de la innovación a través de la inversión en capacitación. Además, como apoyo al financiamiento, ya se tienen mecanismos como el factoring o las facturas negociables que sirven para capital de trabajo. Sin embargo se precisa también que los productores tengan acceso rápido a créditos que les permita desarrollar sus negocios.

Según Heredia, G. Marrufo, L. (2013, p. 45-47), entre las principales leyes que intervienen en la producción y comercialización de calzado, se resumen las siguientes:

- La Ley Orgánica del Ministerio de Salud D.L. N° 584-1990 garantiza que es de su competencia la salud ocupacional y la salud del medio ambiente.
- La Ley de la Promoción de la Inversión Privada, D.L. N° 757-PCM de 1991 implanta la libre iniciativa y las inversiones privadas realizadas o por realizar, en cada uno de los sectores de la actividad económica y en todos las formas contractuales o empresariales facultadas por la Constitución.
- La Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, Ley N° 28015, tiene como objetivo la promoción de la competitividad, desarrollo y formalización de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo, productividad, rendimiento, su contribución al producto bruto

interno, el incremento del mercado interno y la contribución de las exportaciones.

- La Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo, Ley N° 29783, tiene como finalidad la prevención de riesgos laborales en el Perú. Para lo cual asume el deber de capacitar a empleados en temas de prevención, además se encarga de la fiscalización por parte del Estado, como la participación de los trabajadores y los organismos sindicales, teniendo como objetivo el dialogo social para el cumplimiento, promoción y difusión de la materia.
- El Decreto Supremo N° 009-2005-TR implanta las normas imprescindibles que las empresas tiene que cumplir para el mantenimiento y la mejora continua de sus instalaciones y condiciones de trabajo, en ámbitos como seguridad y protección de los recursos humanos, o la creación de un sistema de gestión de salud.

1.1.3.2. Exportación

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2006, p. 81), ha establecido un Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) para impulsar las exportaciones de calzado, cuya normatividad es la siguiente:

- El Comité Técnico de Normalización Permanente de Cuero, Calzado y Derivados terminó en agosto de 1999 la creación de las normas técnicas referentes al calzado, oficializándose como Norma Técnica Peruana en el 2000.
- En enero del 2000 INDECOPI se dispuso la aplicación de derechos antidumping decisivos sobre

las importaciones de calzado originarias y/o procedentes de la República Popular China y Taiwán. De igual forma, en abril de 2002 se impartieron derechos antidumping decisivos a las importaciones de calzado originarias y/o procedentes de Indonesia. En ambos casos participaron CCCA, APEMEFAC y el Comité de Fabricantes de Calzado de la SNI.

- El reglamento técnico de etiquetado para calzado fue aprobado en 2004, el cual fija las descripciones mínimas que deberán tener las etiquetas de los calzados distribuidos en el mercado peruano. Las entidades que supervisan el cumplimiento del reglamento son PRODUCE (a través de la Dirección Nacional de Industria y las Direcciones Regionales de Producción) y Aduanas (para el caso de calzados importados).

Con respecto a la capacitación, el Gobierno Peruano resolvió realizar las siguientes actividades:

- El CITECCAL brinda una serie de cursos para alcanzar una capacitación técnica y productiva de los alumnos brindándoles herramientas y mecanismos de alta tecnología con el fin de lograr altos niveles de producción. Los cursos van dirigidos a trabajadores y empresarios de pequeñas y microempresas.
- PROMPERÚ a través de sus programas "Buenas Prácticas de Mercadeo y Manufactura", "Planes Exportadores (Planex)" y "Programas de Adecuación del Producto", busca el desarrollo, el posicionamiento y la organización de la capacidad exportadora de la pequeña y mediana empresa en los sectores Textil, Confecciones, Calzado y Accesorios, Manufacturas Diversas, Muebles y Madera.

- El SENATI a través de su programa "Confeccionista de Calzado" busca capacitar de forma operativa y técnica a empresarios y estudiantes independientes, a través de un programa de 4 semestres con cursos que comprenden el proceso productivo de la fabricación de calzado desde la realización del diseño hasta el montaje del mismo.
- La ONG DIACONIA en asociación con la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional de Ingeniería y contando con el financiamiento de la cooperación noruega crearon el IPELCAYA, instituto especializado en la enseñanza del proceso productivo de calzado. En los primeros años esta iniciativa mostró resultados positivos sin embargo, tras la cancelación del financiamiento externo la Universidad presenta dificultades para alcanzar un nivel académico eficiente.
- El movimiento educativo Fe y Alegría a través de su programa PASE (el cual tiene a su cargo empresas y escuelas situadas en Cajamarca y La Libertad), permite la capacitación de jóvenes en el desarrollo de técnicas de calzado y cuero con enseñanza vivencial, integrando el aprendizaje teórico con prácticas reales de trabajo.

1.1.4. Estadísticas del sector

Para identificar la situación nacional del calzado con material textil se procederá a analizar la producción peruana de textiles, cuero y calzado; por lo cual la siguiente tabla muestra el valor producido en diferentes unidades de medida para los productos mencionados entre los años 2008 a 2012.

Tabla N°1: Producción Peruana de las Industrias Textil, Cuero y Calzado 2008-2012

Producto	Unidad de medida	Valor producido en 2008	Valor producido en 2009	Valor producido en 2010	Valor producido en 2011	Valor producido en 2012
Hilatura y tejedura de productos textiles						
Hilos e hilados sintéticos y artificiales	toneladas	4,752	4,508	4,825	4,900	4,504
Tejidos de algodón	metros	46,453,944	35,621,500	40,893,788	44,626,666	34,998,939
Tejidos mixtos	metros	14,348,811	10,273,761	11,760,835	12,726,052	13,048,244
Hilos e hilados de algodón	toneladas	41,985	34,013	41,317	37,689	35,551
Hilos e hilados de pelos de alpaca	toneladas	2,359	1,917	2,573	2,580	3,467
Hilos e hilados de algodón y mezclas	toneladas	1,779	1,222	1,478	1,950	1,549
Curtido y adobo de cueros						
Suela quebracho	kilogramo	32,377	21,984	2,356
Cueros diversos	pie cuadrado	7,276,853	7,049,103	8,239,213	9,032,647	9,109,960
Fabricación de calzado						
Calzado de goma	par	2,375,469	1,946,162	2,072,461	1,847,480	1,831,681
Calzado de plástico	par	1,694,605	1,536,308	1,507,393	1,414,292	1,137,005

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2016). Producción de industrias textiles, cuero y calzado, papel y edición e impresión. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del <http://www.inei.gov.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>

Como se observa en la tabla, la mayoría de productos textiles muestran un decrecimiento en su producción del año 2012 comparada con años anteriores, a excepción de tejidos mixtos y de hilos e hilados de pelos de alpaca que muestran incremento en el 2012, por otro lado la producción de suela quebracho sufrió un estancamiento en el año 2010, mientras que cueros diversos presenta un crecimiento constante a partir del 2009, por último la producción de calzado de goma y plástico sufrió a lo largo de los años una caída constante.

La siguiente tabla muestra las variaciones porcentuales que se registraron en las industrias textil, cuero y calzado entre el 2008 y 2012.

Tabla N°2: Variación Porcentual para las Industrias Textil, Cuero y Calzado entre 2008-2012

Producto	Variación (%)				Promedio de la Variación
	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	
Hilatura y tejedura de productos textiles					
Hilos e hilados sintéticos y artificiales	-5.13%	7.03%	1.55%	-8.08%	-1.16%
Tejidos de algodón	-23.32%	14.80%	9.13%	-21.57%	-5.24%
Tejidos mixtos	-28.40%	14.47%	8.21%	2.53%	-0.80%
Hilos e hilados de algodón	-18.99%	21.47%	-8.78%	-5.67%	-2.99%
Hilos e hilados de pelos de alpaca	-18.74%	34.22%	0.27%	34.38%	12.53%
Hilos e hilados de algodón y mezclas	-31.31%	20.95%	31.94%	-20.56%	0.25%
Curtido y adobo de cueros					
Suela quebracho	-32.10%	-89.28%	-100.00%	-100.00%	-80.35%
Cueros diversos	-3.13%	16.88%	9.63%	0.86%	6.06%
Fabricación de calzado					
Calzado de goma	-18.07%	6.49%	-10.86%	-0.86%	-5.82%
Calzado de plástico	-9.34%	-1.88%	-6.18%	-19.61%	-9.25%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2016). Producción de industrias textiles, cuero y calzado, papel y edición e impresión. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del <http://www.inei.gov.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>

Elaboración: Propia

Las variaciones porcentuales brindan el porcentaje promedio de crecimiento o disminución de producción registrado en un número de años, como se observa hilos e hilados de pelos de alpaca presenta el mayor crecimiento promedio con 12.53%, mientras que calzado de

plástico presenta la mayor caída con -9.25%, teniendo en cuenta que suela quebracho detuvo su producción en el año 2010.

A continuación se presenta una tabla con la proyección de producción de las industrias textil, cuero y calzado para los años 2013 a 2020.

Tabla N°3: Proyección de Producción para las Industrias Textil, Cuero y Calzado entre 2013-2020

Producto /Unidad de Medida	Proyección de Producción							
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Hilatura y tejedura de productos textiles								
Hilos e hilados sintéticos y artificiales (toneladas)	4,452	4,000	4,349	4,299	4,249	4,200	4,151	4,103
Tejidos de algodón (metros)	33,164,687	31,426,565	29,779,536	28,218,827	26,739,912	25,338,505	24,010,544	22,752,180
Tejidos mixtos (metros)	12,944,294	12,841,172	12,738,872	12,637,387	12,536,710	12,436,835	12,337,756	12,239,466
Hilos e hilados de algodón (toneladas)	34,487	33,456	32,455	31,484	30,542	29,628	28,742	27,882
Hilos e hilados de pelos de alpaca (toneladas)	3,902	4,391	4,941	5,560	6,257	7,041	7,924	8,917
Hilos e hilados de algodón y mezclas (toneladas)	1,553	1,557	1,561	1,565	1,569	1,573	1,577	1,581
Curtido y adobo de cueros								
Cueros diversos (pie cuadrado)	9,662,007	10,247,506	10,868,486	11,527,096	12,225,617	12,966,466	13,752,210	14,585,568
Fabricación de calzado								
Calzado de goma (par)	1,725,014	1,624,559	1,529,954	1,440,858	1,356,950	1,277,929	1,203,509	1,133,424
Calzado de plástico (par)	1,031,816	936,358	849,732	771,119	699,780	635,040	576,290	522,975

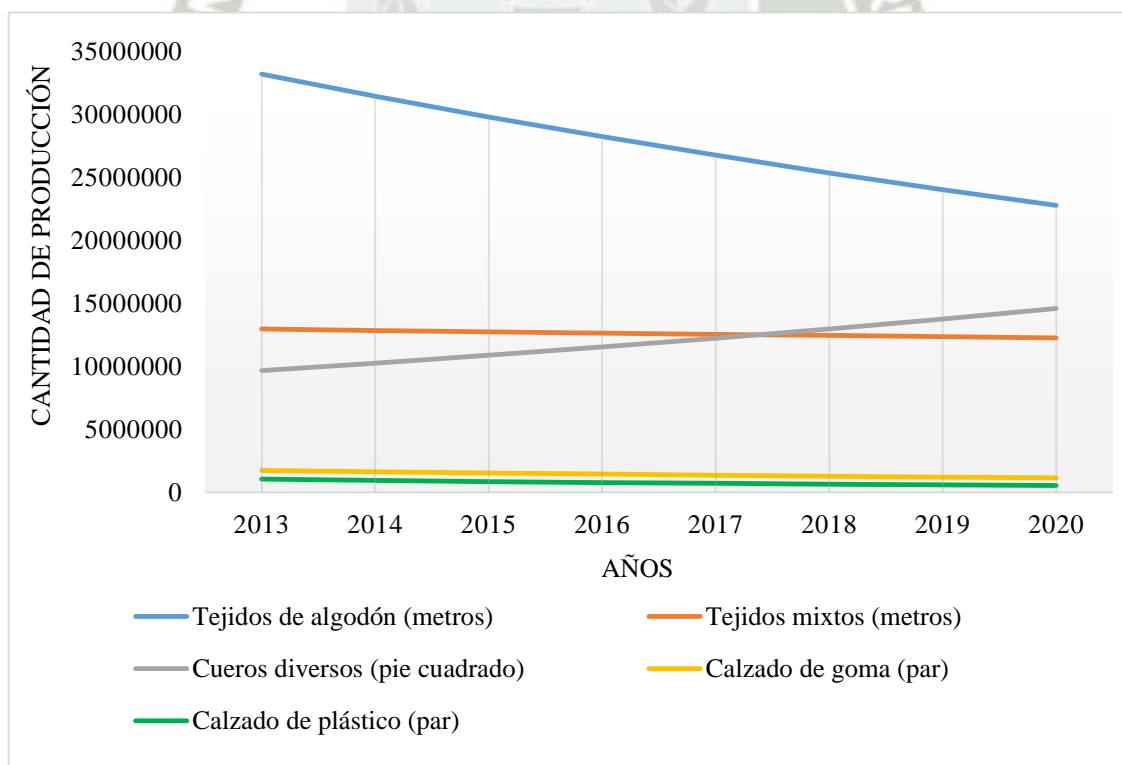
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2016). Producción de industrias textiles, cuero y calzado, papel y edición e impresión. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del <http://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>

Elaboración: Propia

La tabla anterior proyectó la producción de las Industrias Textil, Cuero y Calzado, entre los cuales la mayor tendencia de crecimiento se encuentra en hilos e hilados de pelos de alpaca, creciendo desde 3,902 toneladas en 2013 hasta 8,917 toneladas para el año 2020, por otro lado la mayoría de productos textiles muestran una disminución constante de producción a lo largo de los años, mientras que cueros diversos proyectan un crecimiento importante para el año 2020 con 14,585,568 toneladas, por último, la fabricación de calzado disminuye notablemente ya que el calzado de plástico presenta la mayor caída entre los productos con 1,031,816 toneladas en 2013 y 522,975 toneladas en 2020.

La siguiente figura expresará de forma gráfica la proyección de producción para las Industrias Textil, Cuero y Calzado entre los años 2013 y 2020.

Figura N° 5: Proyección de Producción para las Industrias Textil, Cuero y Calzado entre 2013-2020



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2016). **Producción de industrias textiles, cuero y calzado, papel y edición e impresión.** Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del <http://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>

Elaboración: Propia

Como se observa, la mayoría de productos se encuentran en decrecimiento, siendo cueros diversos el único con incremento productivo en los siguientes años.

Sin embargo la figura no presenta el total de productos analizados en su proyección, debido a los bajos niveles de producción que tienen, entre los cuales se encuentran hilos e hilados sintéticos y artificiales, hilos e hilados de algodón, hilo e hilados de algodón y mezclas y por último hilos e hilados de pelos de alpaca; este último ha presentado mayor crecimiento llegando al 12.53% de promedio en los estándares comparativos.

Para conocer más de la producción de calzado nacional, en la siguiente tabla se analizará la cantidad de ventas y su variación porcentual registradas dentro del territorio nacional entre los años 2010 a 2015.

Tabla N°4: Ventas realizadas en territorio peruano para prendas de vestir, calzado y artículos de cuero entre 2010-2015 (Ventas en Millones de Soles – Variación porcentual)

Prendas de vestir, calzado y artículos de cuero										
Ventas (Millones de S/.)						Var (%)				
2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
S/.2,014	S/.2,492	S/.2,885	S/.3,646	S/.4,074	S/.4,164	23.7%	15.8%	26.4%	11.7%	2.2%

Fuente: Ministerio de la Producción del Perú. (2015). Anuario Estadístico Industrial, Mipyme y Comercio Interno 2015. Primera edición. Ministerio de la Producción del Perú. Perú. p. 165. <http://www.produce.gob.pe/documentos/estadisticas/anuarios/anuario-estadistico-mype-2015.pdf>

Como se puede apreciar, las ventas registradas en la tabla anterior muestran un crecimiento constante desde el año 2010 al 2015, lo que significa que el consumidor peruano viene acrecentado la demanda de dichos productos, sin embargo las variaciones porcentuales registradas en dichos años muestran que el crecimiento viene acortándose cada año, con una variación para los años 2010-2011 de 23.7% mientras que la variación de los años 2014-2015 presenta un ligero crecimiento de 2.2%.

Al compararse la tabla 4 con la tabla 1, se puede observar que la caída de la producción de prendas de vestir, calzado o artículos de cuero no afectó al crecimiento de sus ventas, ventas que serían cubiertas por productos importados.

Para complementar la información se realizará una tabla que proyecte las ventas en territorio peruano de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero para los años 2016 a 2020.

Tabla N°5: Proyección de Ventas realizadas en Territorio Peruano para Prendas de Vestir, Calzado y Artículos de Cuero entre 2016-2020 (Ventas en Millones de Soles)

Prendas de vestir, calzado y artículos de cuero				
Proyección de Ventas (Millones de S/.)				
2016	2017	2018	2019	2020
S/.4,829	S/.5,600	S/.6,494	S/.7,531	S/.8,733

Fuente: Ministerio de la Producción del Perú. (2015). Anuario Estadístico Industrial, Mipyme y Comercio Interno 2015. Primera edición. Ministerio de la Producción del Perú. Perú. p. 165. <http://www.produce.gob.pe/documentos/estadisticas/anuarios/anuario-estadistico-mype-2015.pdf>

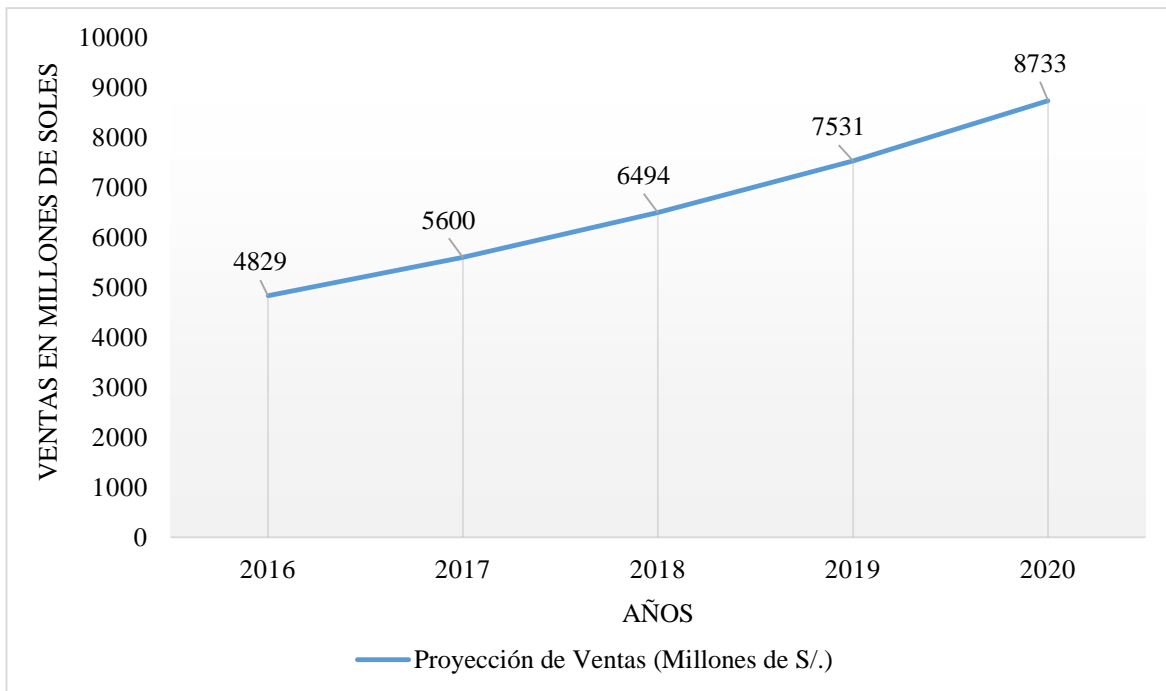
Elaboración: Propia

Como se observa, la proyección de ventas de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero presenta una tendencia de crecimiento constante, en 2016 se venden productos valorizados en 4,829 millones de soles y para el 2020 se espera un crecimiento que alcance los 8,733 millones de soles.

Por ende, este mercado deberá ser explotado por empresas nacionales, para lo cual necesitarán buscar estrategias que den como resultado una mayor y mejor producción logrando posicionamiento y finalmente competir con los productos importados.

La siguiente figura mostrará de forma gráfica la proyección de ventas realizadas en territorio peruano para Prendas de Vestir, Calzado y Artículos de Cuero en millones de soles para los años 2016 a 2020.

Figura N° 6: Proyección de Ventas realizadas en Territorio Peruano para Prendas de Vestir, Calzado y Artículos de Cuero entre 2016-2020 (Ventas en Millones de Soles)



Fuente: Ministerio de la Producción del Perú. (2015). *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme y Comercio Interno 2015*. Primera edición. Ministerio de la Producción del Perú. Perú. p. 165. <http://www.produce.gob.pe/documentos/estadisticas/anuarios/anuario-estadistico-mype-2015.pdf>
Elaboración: Propia

Como se aprecia, la figura demuestra la tendencia clara de crecimiento que se proyecta en las ventas de Prendas de Vestir, Calzado y Artículos de Cuero.

A continuación, se procederá a analizar y evaluar la aceptación mundial del producto escogido, siendo el objetivo de la siguiente tabla la comparación de los 9 principales mercados internacionales que importan calzado peruano entre los años 2011 a 2015, utilizando como unidad de medida miles de dólares americanos; cabe indicar que dichos productos están identificados en el capítulo 64 dentro de la nomenclatura arancelaria.

De igual forma, es importante resaltar que esta partida abarca todos los tipos de calzado fabricados en tierra peruana con destino a la exportación, por ende se la utilizará únicamente de referencia para conocer la aceptación mundial y su posible crecimiento o decrecimiento en los mercados importadores entre los años 2011 a 2015.

Tabla N°6: Lista de Principales Mercados importadores para productos peruanos identificados en el capítulo 64 de la nomenclatura arancelaria entre 2011-2015 (unidades en miles de dólares americanos)

Productos: 64 Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos

Importadores	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015
Chile	\$4,610	\$5,673	\$6,656	\$6,944	\$6,933
Ecuador	\$3,036	\$4,087	\$4,284	\$5,097	\$4,660
Colombia	\$4,984	\$3,561	\$4,939	\$5,820	\$4,145
Estados Unidos de América	\$2,025	\$2,395	\$2,691	\$3,204	\$3,684
Canadá	\$810	\$1,215	\$1,007	\$1,402	\$1,985
México	\$1,739	\$1,109	\$1,507	\$1,419	\$1,400
Bolivia	\$672	\$946	\$679	\$1,065	\$862
Venezuela	\$1,131	\$970	\$541	\$978	\$585
Trinidad y Tobago	\$24	\$0	\$163	\$121	\$446

Fuente: Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 64. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||64||2|1|2|2|1|2|1|1

Como se puede observar en la tabla, los principales países importadores de calzado peruano se encuentran liderados por Chile, país que muestra un aumento constante desde el año 2011 al 2014, pero registra una pequeña caída para el 2015, a continuación se encuentra Ecuador que presenta un panorama similar, una caída en el año 2015, por otro lado Estados Unidos de América, Canadá y Trinidad y Tobago son los países que presentan un aumento constante en todos los años, por último Colombia, México, Bolivia y Venezuela registran aumentos y disminuciones sin una tendencia clara.

La siguiente tabla muestra las variaciones porcentuales de los principales importadores de productos peruanos identificados en el capítulo 64 de la nomenclatura entre los años 2011 y 2015.

Tabla N°7: Variaciones porcentuales de principales importadores de productos peruanos identificados en el capítulo 64 de la nomenclatura arancelaria entre 2011-2015

Productos: 64 Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos

Importadores	Variación (%)				
	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	Promedio de la Variación
Chile	23.06%	17.33%	4.33%	-0.16%	11.14%
Ecuador	34.62%	4.82%	18.98%	-8.57%	12.46%
Colombia	-28.55%	38.70%	17.84%	-28.78%	-0.20%
Estados Unidos de América	18.27%	12.36%	19.06%	14.98%	16.17%
Canadá	50.00%	-17.12%	39.23%	41.58%	28.42%
México	-36.23%	35.89%	-5.84%	-1.34%	-1.88%
Bolivia	40.77%	-28.22%	56.85%	-19.06%	12.58%
Venezuela	-14.24%	-44.23%	80.78%	-40.18%	-4.47%
Trinidad y Tobago	-100.00%	0.00%	-25.77%	268.60%	35.71%

Fuente: Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 64. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||64||2|1|1|2|2|1|2|1|1
Elaboración: Propia

La tabla anterior muestra que la mayoría de países importadores presentan una tendencia de crecimiento positiva, siendo Trinidad y Tobago y Canadá los de mayor promedio de crecimiento con 35.71%, y 28.42% respectivamente, mientras que Estados Unidos de América cuenta con un promedio de 16.17% seguido por Bolivia con 12.58%, Ecuador con 12.46%, y Chile con un promedio de variación de 11.14%, los demás países muestran tasas negativas siendo Venezuela el que presenta mayor decrecimiento con un promedio de -4.47%.

A continuación se presenta una tabla con la proyección de cantidad importada por principales importadores de productos peruanos identificados en el capítulo 64 de la nomenclatura arancelaria en miles de dólares americanos para los años 2016 a 2020.

Tabla N°8: Proyección de cantidad importada por principales importadores de productos peruanos identificados en el capítulo 64 de la nomenclatura arancelaria entre 2016-2020 (unidades en miles de dólares americanos)

Productos: 64 Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos

Importadores	Proyección de Cantidad Importada				
	2016	2017	2018	2019	2020
Chile	\$7,705	\$8,564	\$9,517	\$10,577	\$11,756
Ecuador	\$5,241	\$5,894	\$6,628	\$7,454	\$8,383
Colombia	\$4,137	\$4,129	\$4,120	\$4,112	\$4,104
Estados Unidos de América	\$4,280	\$4,972	\$5,775	\$6,709	\$7,794
Canadá	\$2,549	\$3,274	\$4,204	\$5,399	\$6,934
México	\$1,374	\$1,348	\$1,323	\$1,298	\$1,273
Bolivia	\$970	\$1,093	\$1,230	\$1,385	\$1,559
Venezuela	\$559	\$534	\$510	\$487	\$465
Trinidad y Tobago	\$605	\$821	\$1,115	\$1,513	\$2,053

Fuente: Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 64. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||64||2|1|1|2|2|1|2|1|1
Elaboración: Propia

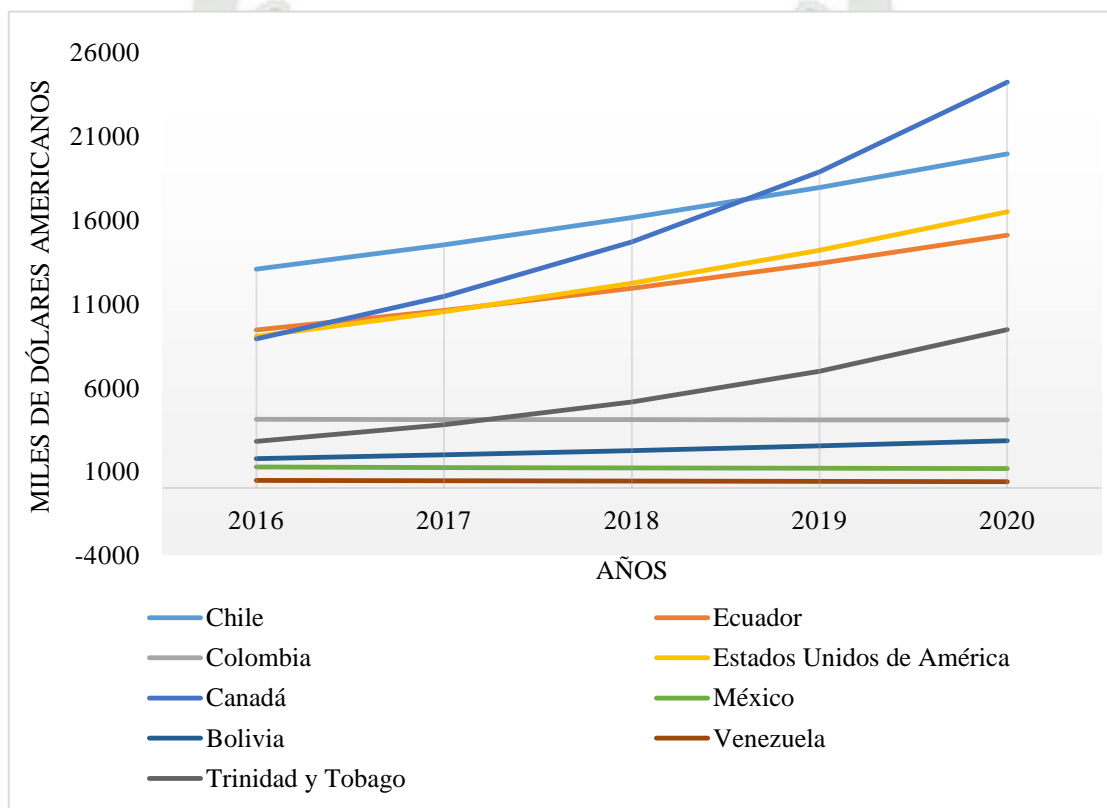
Como se aprecia en la tabla, la proyección de Chile, Ecuador, Estados Unidos de América, Canadá, Bolivia, y Trinidad y Tobago presenta una tendencia de crecimiento positiva para los años 2016 a 2020, siendo

Colombia, México y Venezuela los únicos con una caída constante a lo largo de los años.

La siguiente figura mostrará de forma gráfica la proyección de cantidad importada antes mencionada en la tabla 8 entre los años 2016 a 2020.

Figura N° 7: Proyección de cantidad importada por principales importadores de productos peruanos identificados en el capítulo 64 de la nomenclatura arancelaria entre 2016-2020 (unidades en miles de dólares americanos)

Productos: 64 Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos



Fuente: Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 64. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||64||2|1|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Como se aprecia Trinidad y Tobago y Canadá presentan una proyección de crecimiento más visible en comparación con Chile, Bolivia, Ecuador y Estados Unidos que presentan crecimientos pequeños, por otro lado la tendencia negativa se ve reflejada en Colombia, México y Venezuela. Conociendo la aceptación que presenta el calzado peruano a nivel mundial, se procederá a analizar la partida arancelaria 6404, calzado

con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de material textil; partida que representa con mayor exactitud al producto que se pretende exportar, por lo cual a continuación se muestra el cuadro de los 10 principales mercados importadores de los productos comparados en miles de dólares americanos entre los años 2011 a 2015.

Tabla N°9: Lista de Principales Mercados importadores para productos identificados con la partida arancelaria 6404 exportados por Perú entre 2011-2015 (unidades en miles de dólares americanos)

Productos: 6404 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de material textil

Importadores	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015
Colombia	\$3,849	\$2,253	\$3,007	\$4,011	\$2,410
México	\$1,667	\$960	\$1,431	\$1,088	\$1,268
Ecuador	\$643	\$1,099	\$1,086	\$705	\$554
Chile	\$38	\$163	\$79	\$93	\$478
Estados Unidos de América	\$53	\$191	\$180	\$445	\$283
Brasil	\$0	\$0	\$1	\$33	\$179
Países Bajos	\$0	\$0	\$133	\$272	\$176
Venezuela	\$793	\$213	\$184	\$25	\$116
Francia	\$56	\$4	\$6	\$31	\$93
Bolivia	\$61	\$193	\$73	\$166	\$71

Fuente: Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 6404. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||6404||4|1|1|2|2|1|2|1|1

Como se pudo apreciar en la tabla, los 10 principales mercados importadores se encuentran liderados por Colombia, país que muestra variaciones sin rumbo claro de crecimiento o decrecimiento, un panorama parecido al de México, Estados Unidos, Países Bajos, Venezuela y Bolivia, por su parte, Ecuador es el único país que presenta una caída constante a lo largo de los años, mientras que Chile y Brasil cuentan con un crecimiento constante a partir del año 2013 y por último Francia registra un incremento a partir del 2012.

Teniendo en cuenta el comportamiento en miles de dólares del producto seleccionado, se analizará en la siguiente tabla la cantidad de toneladas que los principales mercados importadores adquieren anualmente provenientes de Perú entre los años 2011 a 2015.

Tabla N°10: Lista de Principales Mercados importadores para productos identificados con la partida arancelaria 6404 exportados por Perú entre 2011-2015 (Cantidad de Toneladas)

Productos: 6404 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de material textil

Importadores	Cantidad en Toneladas 2011	Cantidad en Toneladas 2012	Cantidad en Toneladas 2013	Cantidad en Toneladas 2014	Cantidad en Toneladas 2015
Colombia	452	245	330	459	315
México	136	76	108	83	100
Ecuador	50	84	84	47	44
Chile	3	7	9	7	37
Estados Unidos de América	2	8	7	28	22

Fuente: Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 6404. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||6404||4|1|1|2|2|1|2|1|1

Como se observa, Colombia, México, Ecuador y Estados Unidos de América registran variaciones que no marcan ninguna tendencia de crecimiento o decrecimiento, ya que presentan panoramas muy cambiantes, sin embargo Chile registra un aumento constante hasta el año 2013, con una ligera caída en el 2014 pero que aumenta de manera significativa para el año 2015.

Como tercer análisis de la partida 6404, se mostrará la siguiente tabla que contiene la participación en porcentaje de las importaciones peruanas del producto seleccionado registradas por los 5 principales países importadores entre los años 2011 a 2015.

Tabla N°11: Lista de Principales Mercados importadores para productos identificados con la partida arancelaria 6404 exportados por Perú entre 2011-2015 (Participación en porcentaje)

Productos: 6404 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de material textil

Importadores	Participación en Porcentaje 2011	Participación en Porcentaje 2012	Participación en Porcentaje 2013	Participación en Porcentaje 2014	Participación en Porcentaje 2015
Colombia	52.6%	42.1%	46.1%	55%	41%
México	22.8%	18%	21.9%	14.9%	21.6%
Ecuador	8.8%	20.6%	16.6%	9.7%	9.4%
Chile	0.5%	3%	1.2%	1.3%	8.1%
Estados Unidos de América	0.7%	3.6%	2.8%	6.1%	4.8%

Fuente: Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 6404. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||6404|||4|1|1|2|2|1|2|1|1

Como se aprecia, Colombia presenta la mayor participación registrando en el año 2015 un 41%, porcentaje que muestra una caída comparado con los años anteriores, México registra su mayor caída en el 2014 con

14.9%, mientras que Ecuador cuenta con una mayor participación en el 2012 con 20.6%, para el caso de Chile muestra una tendencia creciente a lo largo de los 5 años, con 0.5% en 2011 y finalmente 8.1% en 2015, siendo el país con mejores oportunidades de exportación debido a su crecimiento constante, por último Estados Unidos de América registra un mayor crecimiento en el año 2014 con un 6.1% y una caída para el año 2015 de 4.8%.

A continuación se presenta una tabla con la proyección de cantidad importada por principales importadores de productos peruanos identificados con la partida arancelaria 6404 exportados por Perú en miles de dólares americanos para los años 2016 a 2020.

Tabla N°12: Proyección de cantidad importada por principales importadores de productos identificados con la partida arancelaria 6404 exportados por Perú entre 2016-2020 (unidades en miles de dólares americanos)

Productos: 6404 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de material textil

Importadores	Proyección de Cantidad Importada				
	2016	2017	2018	2019	2020
Colombia	\$2,322	\$2,238	\$2,157	\$2,079	\$2,003
México	\$1,266	\$1,263	\$1,261	\$1,258	\$1,256
Ecuador	\$572	\$591	\$611	\$631	\$652
Chile	\$1,325	\$3,675	\$10,190	\$28,255	\$78,344
Estados Unidos de América	\$542	\$1,036	\$1,983	\$3,795	\$7,262

Fuente: Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 6404. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||6404|||4|1|1|2|1|2|1|1
Elaboración: Propia

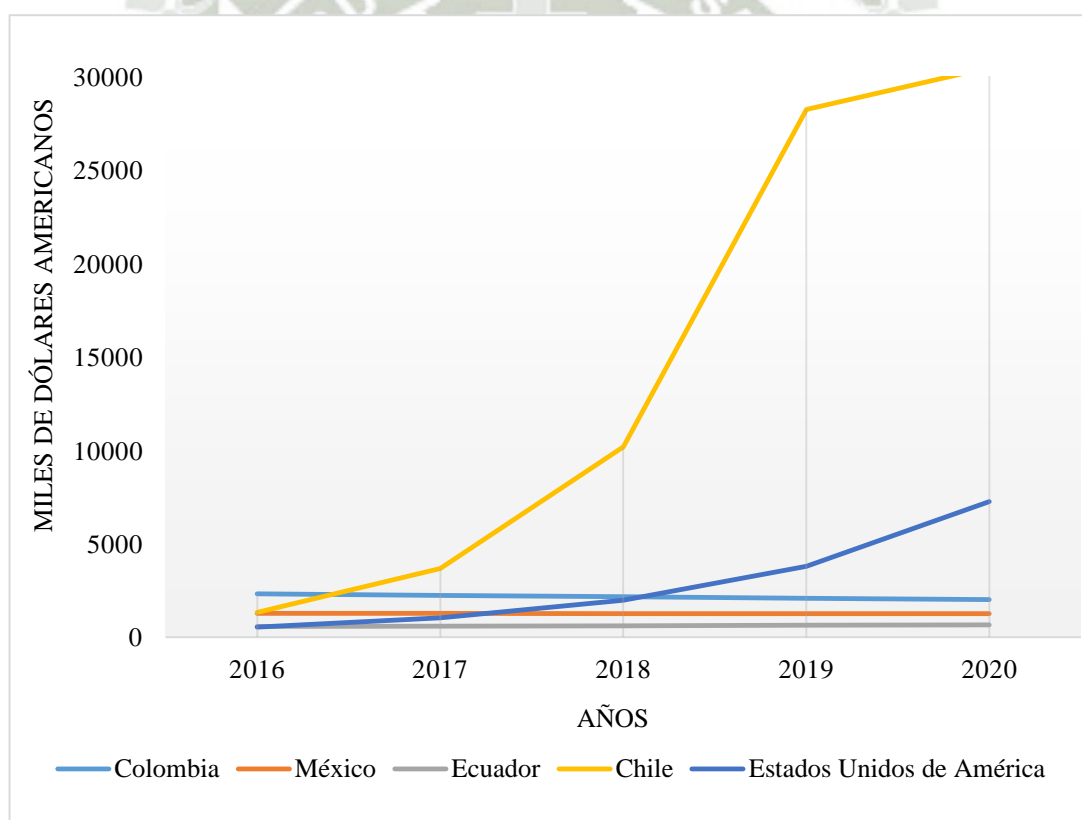
La tabla anterior muestra que Chile sería el mayor importador para el año 2020 con un valor de 78,344 millones de dólares, proyección que

se debe al continuo crecimiento de importaciones peruanas que realizó en los últimos años, por otro lado Colombia y México presentarían una disminución de sus importaciones, mientras que Estados Unidos se posicionaría como el segundo mayor importador para el año 2020.

A continuación, se mostrará una figura que plasmará de forma gráfica la proyección de cantidad importada antes mencionada en la tabla 12 entre los años 2016 a 2020.

Figura N° 8: Proyección de cantidad importada por principales importadores de productos identificados con la partida arancelaria 6404 exportados por Perú entre 2016-2020 (unidades en miles de dólares americanos)

Productos: 6404 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de material textil



Fuente: Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 6404. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||6404||4|1|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Como se observa, la proyección de Chile para el año 2020 muestra un crecimiento bastante alto, seguido por Estados Unidos, mientras que

Colombia y México presentan proyecciones negativas muy leves y por último Ecuador registra un crecimiento mínimo cada año.

A continuación se buscará precisar el producto en su totalidad, por lo cual se analizará la subpartida arancelaria 640419, calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil, presentando la siguiente tabla con los 5 principales mercados importadores del producto comparados en miles de dólares americanos entre los años 2011 a 2015.

Tabla N°13: Lista de Principales Mercados importadores para productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 exportados por Perú entre 2011-2015 (unidades en miles de dólares americanos)

Productos: 640419 Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil

Importadores	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015
Colombia	\$2,929	\$2,163	\$2,778	\$3,759	\$2,211
México	\$1,580	\$960	\$568	\$927	\$1,268
Ecuador	\$643	\$1,099	\$1,086	\$689	\$548
Chile	\$29	\$163	\$53	\$87	\$466
Estados Unidos de América	\$28	\$189	\$95	\$439	\$194

Fuente: Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 640419. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1

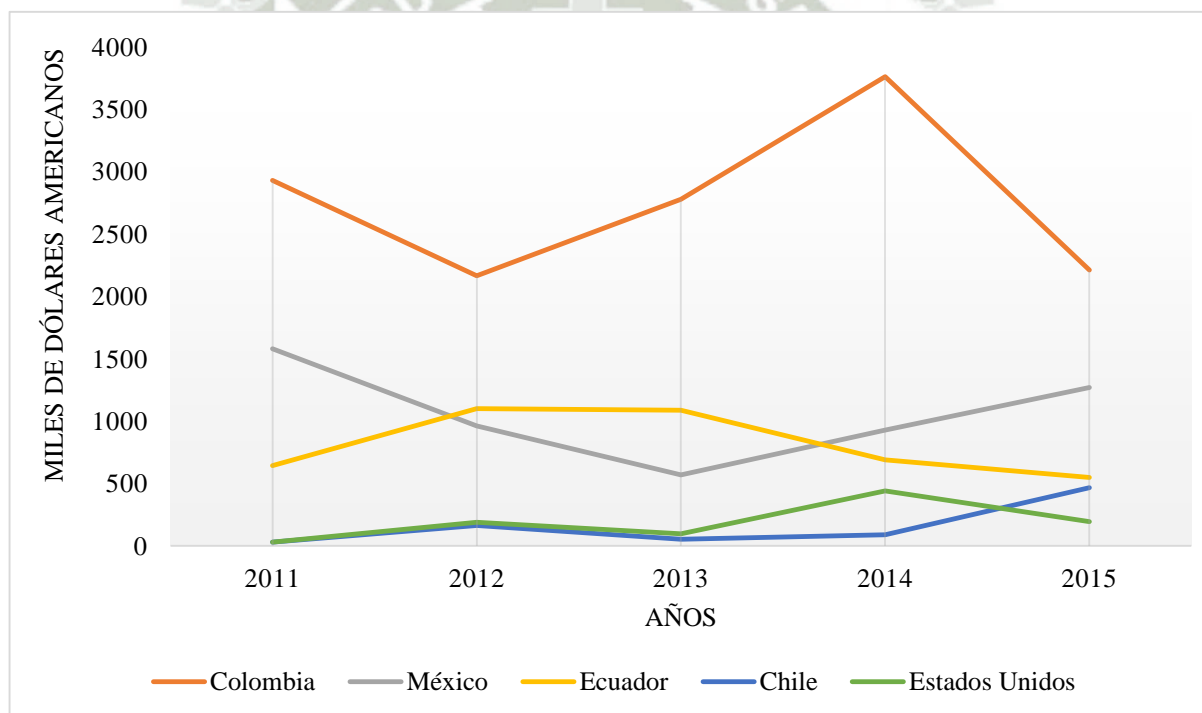
Como se puede observar en la tabla, México y Chile son los únicos países que muestran tendencia positiva de crecimiento a partir del año 2013, mientras que Colombia, Ecuador y Estados Unidos de América

registran un decrecimiento significativo para el año 2015, dejando a simple vista que no cuentan con escenarios de crecimiento o decrecimiento claros.

Para continuar con el análisis, se observa una figura que muestra y compara la tendencia de crecimiento o decrecimiento de los principales países importadores en los últimos 5 años para el producto elegido, con el fin de evaluar e identificar un perfil de país óptimo para la exportación de calzado con material textil entre los años 2011 a 2015.

Figura N° 9: Comparación de los 5 principales países importadores de productos peruanos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre 2011-2015

Productos: 640419 Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil



Fuente: Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 640419. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1

Como se observa en la figura, los dos países que presentan tendencia de crecimiento a partir del año 2013 son México y Chile, posibles mercados óptimos para la exportación del producto analizado, por su parte Colombia, el principal importador muestra una caída drástica para

el 2015 y por último Ecuador y Estados Unidos registran crecimientos estancados que se traducen en un decrecimiento para el año 2015.

La siguiente tabla muestra las variaciones porcentuales de los principales importadores de productos peruanos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011 y 2015.

Tabla N°14: Variaciones porcentuales de principales importadores de productos peruanos identificados con la subpartida arancelaria 640419 exportados por Perú entre 2011-2015

Productos: 640419 Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil

Importadores	Variación (%)				Promedio de la Variación
	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	
Colombia	-26.15%	28.43%	35.31%	-41.18%	-0.90%
México	-39.24%	-40.83%	63.20%	36.79%	4.98%
Ecuador	70.92%	-1.18%	-36.56%	-20.46%	3.18%
Chile	462.07%	-67.48%	64.15%	435.63%	223.59%
Estados Unidos de América	575.00%	-49.74%	362.11%	-55.81%	207.89%

Fuente: Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 640419. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||640419|||6|1|1|2|2|1|2|1|1
Elaboración: Propia

Como se aprecia, el único país que muestra tendencia de disminución en sus importaciones es Colombia, con -0.90% en su promedio de variación, por otro lado Chile y Estados Unidos presentan crecimientos altos 223.59% y 207.89% respectivamente, lo que significa que en una proyección para los siguientes años sus importaciones crecerán de

manera significativa, por último México y Ecuador presentan crecimientos relativamente pequeños.

A continuación se presenta una tabla con la proyección de cantidad importada por principales importadores de productos peruanos identificados con la subpartida arancelaria 640419 exportados por Perú en miles de dólares americanos para los años 2016 a 2020.

Tabla N°15: Proyección de cantidad importada por principales importadores de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 exportados por Perú entre 2016-2020 (unidades en miles de dólares americanos)

Productos: 640419 Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil

Importadores	Proyección de Cantidad Importada				
	2016	2017	2018	2019	2020
Colombia	\$2,191	\$2,172	\$2,152	\$2,133	\$2,114
México	\$1,331	\$1,397	\$1,467	\$1,540	\$1,617
Ecuador	\$565	\$583	\$602	\$621	\$641
Chile	\$1,508	\$4,880	\$15,790	\$51,095	\$165,338
Estados Unidos de América	\$597	\$1,839	\$5,662	\$17,434	\$53,676

Fuente: Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 640419. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||640419|||6|1|1|2|2|1|2|1|1
Elaboración: Propia

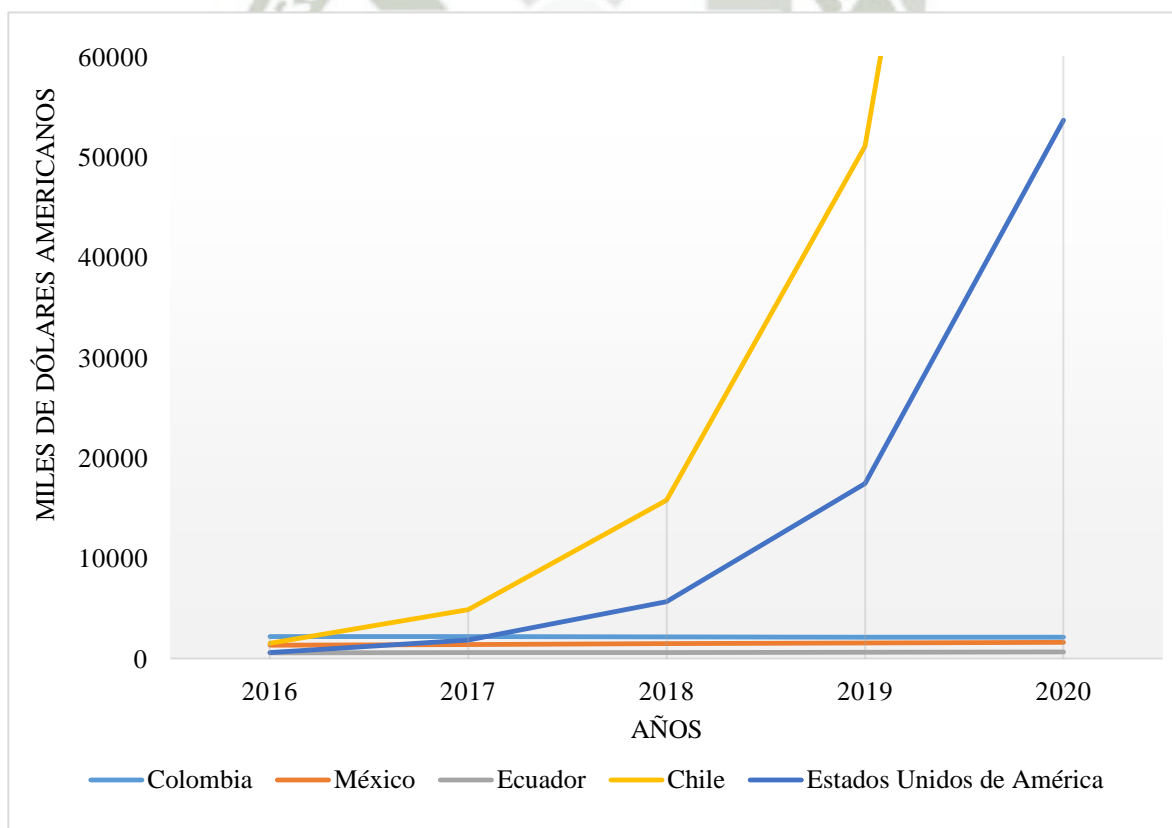
Como se puede apreciar Chile y Estados Unidos presentan una proyección de crecimiento bastante elevada a lo largo de los años. Proyección que se debe a las variaciones de crecimiento que se muestran en la tabla 14, Chile presenta para el año 2016 una importación valorizada en 1,508 millones de dólares, mientras que para

el año 2020 estaría importando 165,338 millones de dólares de los productos seleccionados, de la misma forma Estados Unidos importaría 53,676 millones de dólares para el año 2020, por su lado México y Ecuador registrarían un crecimiento más lento que los países mencionados, por último, Colombia presenta un decrecimiento con una importación de 2,191 millones para 2016 y de 2,114 millones de dólares para el año 2020.

La siguiente figura plasmará de forma gráfica la proyección de cantidad importada antes mencionada en la tabla 15 entre los años 2016 a 2020.

Figura N° 10: Proyección de cantidad importada por principales importadores de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 exportados por Perú entre 2016-2020 (unidades en miles de dólares americanos)

Productos: 640419 Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil



Fuente: Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 640419. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|640419|6|1|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Como se aprecia fácilmente, Chile presenta un crecimiento realmente alto a partir del año 2018, mientras que Estados Unidos de América presenta un incremento notorio de importación a partir del año 2019, desplazando a Colombia, México y Ecuador a una tendencia casi lineal. Al haber realizado el análisis de producción y exportación del producto se puede deducir que el mercado y en particular, la demanda internacional de calzado con material textil peruano presentan proyecciones positivas de crecimiento para los siguientes años, haciendo atractiva la realización de este proyecto.

1.1.5. Análisis de factores externos

a) Factores Políticos (P)

Actualmente el Perú se viene adaptando a un proceso de globalización, el cual mantiene a la población nacional en constante comunicación con diferentes países y genera una codependencia de mercados internacionales, por tales motivos las fronteras comerciales se encuentran en parcial o completa desaparición.

Debido a los cambios que generó la globalización, el Estado peruano se adaptó a nuevas formas de comercio internacional, cumpliendo el rol de agente económico que promueve el crecimiento competitivo, protegiendo la libre competencia del mercado ante posibles prácticas desleales e impulsando el reconocimiento de productos nacionales a nivel mundial.

En los últimos años, el gobierno peruano viene negociando diversos tratados comerciales a nivel internacional que permiten el ingreso de productos nacionales a diferentes mercados con el fin que compitan libremente gracias a la eliminación de obstáculos al intercambio comercial. Sin embargo, dichos tratados también permiten el ingreso de diversos productos a territorio nacional, como es el caso del calzado proveniente de China, el cual amenazó la productividad de diferentes

empresarios peruanos al no poder competir con sus precios, por lo que el gobierno tuvo que tomar medidas antidumping a la importación de calzado chino en el año 2000.

Por otro lado, a partir del año 2013 las exportaciones peruanas en general se han visto afectadas por un decrecimiento preocupante, estancando el desarrollo de la economía nacional, esto se debe a razones políticas y económicas. Según El Comercio (2016), dentro de las razones políticas se tiene como referencia la caída en los indicadores de competitividad del Perú, como muestra el Doing Business del Banco Mundial; estos indicadores expresan la dificultad que existe actualmente para hacer empresa en el país, debido al incremento de los costos tributarios, laborales, logísticos, entre otros.

La siguiente tabla muestra la Clasificación General del Perú según el Doing Business para los años 2016 y 2017.

Tabla N°16: Clasificación General del Perú 2016-2017

Clasificación General del Perú		
Doing Business 2016 Puesto/Clasificación	Doing Business 2017 Puesto/Clasificación	Variación 2017/2016
53	54	-1

Fuente: Banco Mundial. (2017). Doing Business. Extraído el 23 de Enero del 2017 del <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/peru/#close>

Elaboración: Propia

Como se observa en la tabla anterior, en el año 2016 el Perú se encontraba en el puesto 53 y en el 2017 se encuentra en el 54, lo cual significa que el Perú disminuyó en 1 punto su facilidad para hacer empresa, ya que en la escala analizada el país más eficiente para hacer empresa se encuentra en el puesto número 1.

A continuación se mostrará una tabla con la Clasificación General del Perú dividida en sus indicadores más relevantes para los años 2016 y 2017.

Tabla N°17: Indicadores para la Clasificación General del Perú 2016-2017

Indicadores	2016 Puesto/Clasificación	2017 Puesto/Clasificación	Variación 2017/2016
Apertura de una Empresa	94	103	-9
Manejo de Permisos de Construcción	48	51	-3
Obtención de Electricidad	56	62	-6
Registro de Propiedades	38	37	+1
Obtención de Crédito	14	16	-2
Protección de los Inversionistas Minoritarios	51	53	-2
Pago de Impuestos	107	105	+2
Comercio Transfronterizo	86	86	no cambio
Cumplimiento de Contratos	62	63	-1

Fuente: Banco Mundial. (2017). Doing Business. Extraído el 23 de Enero del 2017 del <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreconomies/peru/#close>

Como se puede apreciar en la tabla, la clasificación de 6 indicadores se muestran de forma decreciente, entre los cuales se tiene; Apertura de una empresa, Manejo de permisos de construcción, Obtención de electricidad, Obtención de crédito, Protección de los inversionistas minoritarios y Cumplimiento de Contratos, por otro lado los indicadores que se presentan de forma creciente son el Registro de Propiedad y el Pago de Impuestos, mientras que el Comercio Transfronterizo no experimentó ninguna variación en ambos años; es necesario recalcar que el país con mayor eficiencia para hacer empresa se encuentra en el puesto 1, mientras que Perú en el puesto 54 de 190.

Dichos resultados reflejan los obstáculos más relevantes que enfrentan los productores y exportadores peruanos, tanto de calzado como de otros rubros al momento de crear y formalizar

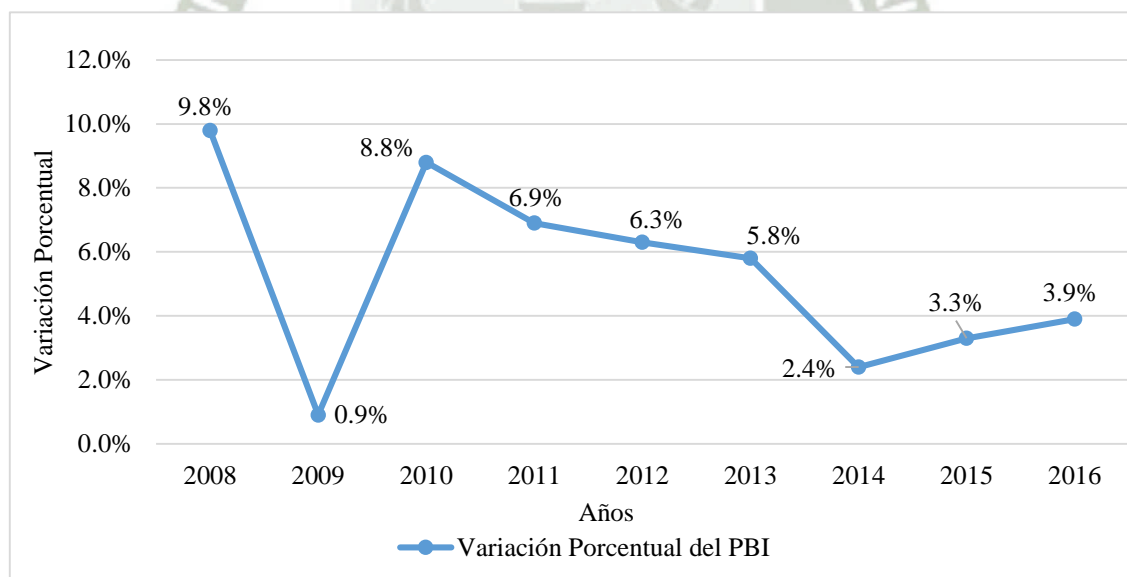
sus empresas, por ende no consiguen comercializar sus productos a precios más competitivos.

Conociendo estos antecedentes, el Gobierno debe buscar medidas para reactivar la economía nacional que se vio afectada por la caída de las exportaciones en los últimos años, para lo cual necesita promover la formalización de empresas a través de la reducción de barreras burocráticas, venciendo la informalidad con el apoyo a las pequeñas empresas, generando productividad, competitividad y protegiendo a los recursos humanos.

b) Factores Económicos (E)

El PBI es el principal indicador económico de un país, por lo cual la siguiente figura muestra las variaciones porcentuales del PBI nacional entre 2008 y 2016.

Figura N° 11: Variación Porcentual del PBI Peruano 2008-2016



Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas. (2016). Producto Bruto Interno (Variación porcentual real). Extraído el 25 de Enero del 2017 del <https://www.mef.gob.pe/es/component/content/article?id=131:indicadores>
Elaboración: Propia

Como se observa, el Perú registró crecimiento del PBI en 2015 y 2016 de 3.3% y 3.9% respectivamente, lo cual se traduce como estabilidad económica y desarrollo nacional en los últimos dos

años, a pesar de la crisis mundial ocurrida en 2009 que afectó a gran cantidad de países, siendo Perú uno de ellos con un PBI de 0.9% para dicho año, la economía peruana logró una rápida recuperación en los años posteriores basándose principalmente en el incremento de las exportaciones de minerales a China, sin embargo, para el año 2014 el crecimiento económico chino sufrió un estancamiento que limitó sus importaciones de materia prima, por ende el PBI peruano creció únicamente en 2.4%.

Según el Banco Central de Reserva (2016, p.1), para el año 2017 se espera un crecimiento del PBI de 4,6% y para el 2018 de 4,2%, crecimiento impulsado principalmente por productos tradicionales, sin embargo para 2018 se espera dinamizar los sectores no tradicionales como la construcción y la manufactura. A continuación se presenta una tabla con las exportaciones peruanas en miles de dólares americanos para los años 2012 a 2015 y sus variaciones porcentuales, además de sus 5 principales países importadores.

Tabla N°18: Total de exportaciones peruanas y sus 5 principales Países Importadores 2012-2015 (unidades en miles de dólares americanos / variación porcentual)

Países Importadores	Año				Variación %		
	2012	2013	2014	2015	2012/13	2013/14	2014/15
Total	\$46,366,536	\$42,568,899	\$38,459,251	\$33,244,872	-8.19%	-9.65%	-13.56%
China	\$7,843,946	\$7,354,028	\$7,024,630	\$7,332,901	-6.25%	-4.48%	4.39%
Estados Unidos	\$6,671,977	\$7,819,227	\$6,234,158	\$5,018,325	17.20%	-20.27%	-19.50%
Suiza	\$5,074,453	\$3,024,891	\$2,642,273	\$2,694,471	-40.39%	-12.65%	1.98%
Canadá	\$3,448,350	\$2,741,606	\$2,551,557	\$2,305,901	-20.50%	-6.93%	-9.63%
Japón	\$2,571,432	\$2,226,153	\$1,583,218	\$1,118,559	-13.43%	-28.88%	-29.35%

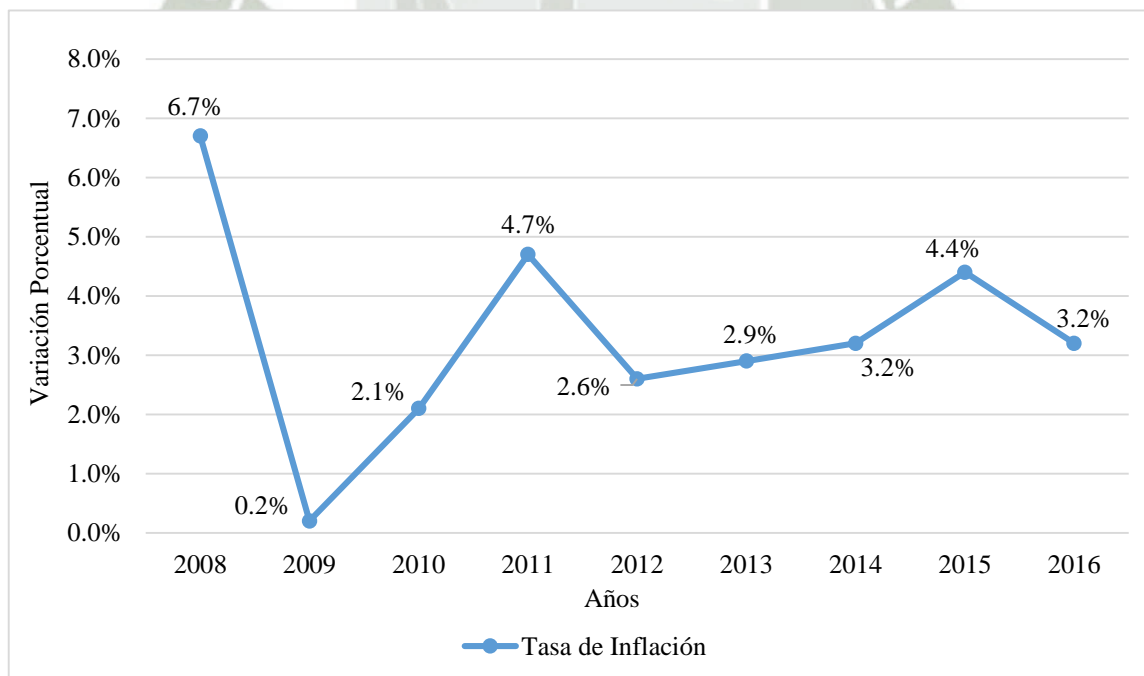
Fuente: Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Todos los productos. Extraído el 30 de Enero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||TOTAL||2|1|2|2|1|2|1

Como se puede apreciar en la tabla, las exportaciones peruanas en su totalidad sufrieron una caída constante a lo largo de los años, dichos resultados se asocian a la disminución del precio de los commodities, al estancamiento del crecimiento económico chino que debilita su poder de compra y por último, al decrecimiento general en la demanda de diferentes países importadores como Estados Unidos, Suiza, Canadá y Japón.

El incremento o disminución de las exportaciones nacionales va ligado al crecimiento económico del país, por ende el Perú debe buscar la diversificación de su economía, potenciando la industrialización y así comenzar a impulsar exportaciones no tradicionales.

Otro indicador importante para analizar una economía es la tasa de inflación, por ende la siguiente figura muestra las variaciones porcentuales de la tasa de inflación peruana para los años 2008 a 2016.

Figura N° 12: Variación porcentual de la Tasa de Inflación Peruana 2008-2016.



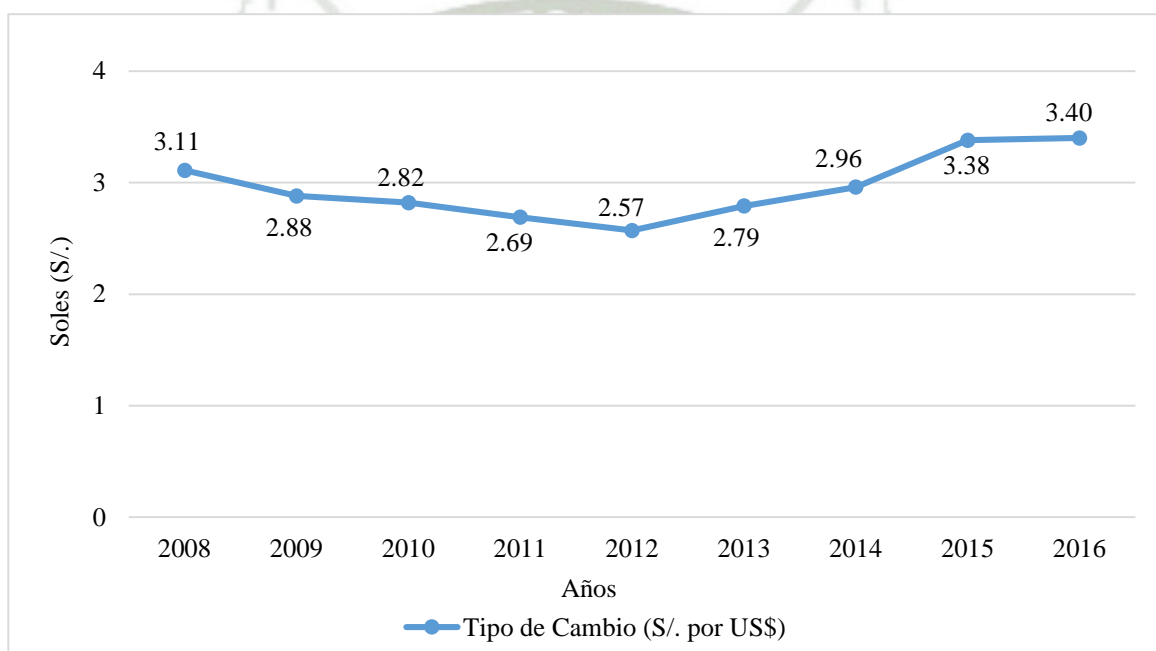
Fuente: Banco Central de Reserva del Perú. (2017). Índice de precios (var % acumulada) IPC. Extraído el 25 de Enero del 2017 del <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN01272PM/html/2008-1/2017-1/>

Elaboración: Propia

La estabilidad económica se ve reflejada en la inflación nacional, según lo explicado por el Banco Central de Reserva (2016, p. 2-3), la tasa de 3.2% registrada en 2016 se debe a que “*las expectativas de inflación se van reduciendo gradualmente, los choques de oferta que afectaron temporalmente la inflación continúan revirtiéndose*” y a que se viene controlando la inflación causada por la desvalorización monetaria.

Por último, el indicador a analizar es el tipo de cambio (S/. por US\$) registrado entre los años 2008 a 2016.

Figura N° 13: Tipo de cambio (S/. por US\$) 2008-2016.



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú. (2017). Tipo de cambio – promedio del periodo (S/. por US\$). Extraído el 25 de Enero del 2017 del <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN01213PM/html/2008-1/2017-1/>
Elaboración: Propia

Respecto al tipo de cambio durante el periodo comprendido entre 2008 a 2016, la moneda peruana se valorizó notablemente entre los años 2011 a 2013; sin embargo a partir del 2014 sufrió una desvalorización constante presentando un tipo de cambio de 3.40 para finales de 2016, la cifra más alta en los últimos 9 años, esto a consecuencia de la recuperación económica que viene logrando

Estados Unidos a raíz de la crisis financiera que experimentó en el año 2008.

c) Factores Sociales (S)

Como explica CENTRUM (2016), el Índice de Progreso Social (IPS) es un instrumento que permite medir el bienestar de la población a través de diferentes elementos fundamentales para el bienestar humano, dichos elementos se dividen en tres dimensiones: necesidades básicas humanas, fundamentos de bienestar y oportunidades, cada una de las dimensiones presenta cuatro componentes que se pueden apreciar en la siguiente tabla.

Tabla N°19: Dimensiones y sus componentes del Índice de Progreso Social

Necesidades Básicas Humanas	Fundamentos de Bienestar	Oportunidades
Nutrición y Asistencia Médica Básica	Acceso al Conocimiento Básico	Derechos Personales
Agua y Saneamiento	Acceso a Información y Telecomunicaciones	Libertad Personal y de Elección
Vivienda	Salud y Bienestar	Tolerancia e Inclusión
Seguridad Personal	Sustentabilidad del Ecosistema	Acceso a Educación Superior

Fuente: CENTRUM. (2016). *Índice del Progreso Social Regional Perú 2016*. Única edición. CENTRUM. Perú. p. 4. http://observatoriodenoticias.redue-alcue.org/wp-content/uploads/2016/05/IPSR_PERU2016.pdf
Elaboración: Propia

En la dimensión de Necesidades Básicas Humanas se encuentran componentes que analizan el nivel de salud básica y nutrición, el servicio de agua potable y saneamiento, condiciones de las viviendas y seguridad.

En la dimensión de Fundamentos del Bienestar se hallan componentes que analizan el acceso a comunicación, información

y educación básica, así como elementos que pueden mejorar la calidad de vida y por último, la sustentabilidad ambiental.

En la dimensión de Oportunidades se encuentran componentes que analizan el grado de libertad de las personas, el nivel de tolerancia e inclusión y el acceso a estudios superiores.

A continuación se presenta cada indicador de los componentes mencionados.

Tabla N°20: Indicadores de los componentes del Índice de Progreso Social

Nutrición y Asistencia Médica Básica	Acceso al Conocimiento Básico	Derechos Personales
Desnutrición en menores de 5 años	Tasa de Analfabetismo en Adultos	Libertad de Expresión
	Tasa Asistencia en Primaria	Título Propiedad Urbano
Anemia en Menores de 5 años	Tasa Asistencia en Secundaria	Título Propiedad Rural
	Brecha de Género en Asistencia a Secundaria	Derecho a la Participación Ciudadana
Tasa de Mortalidad Materna	Logro en 2º Grado de Matemática	
	Logro en 2º Grado de Lenguaje	
Agua y Saneamiento	Acceso a Información y Telecomunicaciones	Libertad Personal y de Elección
Acceso Agua Potable	Tenencia Telefónica Móvil	Uso Anticonceptivos
Acceso Servicio de Saneamiento	Usuarios de Internet Urbanos	Embarazo en Adolescentes
Brecha Rural / Urbana en Acceso Servicio Saneamiento	Usuarios de Internet Rurales	Corrupción
	Densidad de Teléfono Fijo	Acceso a Bienes de uso Público
Vivienda	Salud y Bienestar	Tolerancia e Inclusión
Acceso Electricidad	Padecimiento de Enfermedades Crónicas	Violencia contra la Mujer
Brecha Rural / Urbana en Acceso Electricidad	Mortalidad Prematura por Enfermedades no Contagiosas	Discriminación a Minorías Étnicas
		Discriminación a Inmigrantes
Déficit Cualitativo de Vivienda	Tasa de Obesidad	Discriminación a Discapacitados
Déficit Cuantitativo de Vivienda	Porcentaje de Personas que Fuman	
Calidad del Aire dentro de la Vivienda		
Seguridad Personal	Sustentabilidad del Ecosistema	Acceso a Educación Superior
Tasa de Homicidios	Huella Ecológica	Tasa de Matriculados Educación Superior
Percepción Inseguridad	Hectáreas Reforestadas	
Tasa de Victimización	Aguas Residuales Tratadas	Mujeres con Educación Superior
Tasa de Heridos y Muertes por Accidentes de Tránsito	Aire Contaminado en Zonas Urbanas	Tasa de Graduados de Universidad

Fuente: CENTRUM. (2016). *Índice del Progreso Social Regional Perú 2016*. Única edición. CENTRUM. Perú. p. 5. http://observatoriodenoticias.redue-alcue.org/wp-content/uploads/2016/05/IPSR_PERU2016.pdf

Elaboración: Propia

Como indica CENTRUM (2016), El Índice del Progreso Social (IPS) abarca únicamente indicadores sociales y ambientales, teniendo como objetivo “medir la calidad de vida de las personas, independientemente de su nivel de ingreso”; lo cual ayuda a brindar resultados más precisos en cuanto a progreso social, identificar los sectores que requieren más atención y de tal forma tomar decisiones eficientes en cuanto a inversión.

Los resultados se brindan a través de la elaboración de perfiles que califican un país o una región con puntuación del 0 al 100.

A continuación se presenta una tabla con el Índice de Progreso Regional del Perú.

Tabla N°21: Índice de Progreso Regional de Perú

Ranking	Región	IPS	Ranking	Región	IPS
1	Moquegua	65.37	14	Cusco	50.77
2	Ica	65.01	15	Apurímac	50.58
3	Lima Metropolitana	64.22	16	Lima Provincias	50.45
4	Arequipa	61.86	17	San Martín	50.23
5	Tacna	61.71	18	Cajamarca	49.11
6	Lambayeque	59.42	19	Huancavelica	48.81
7	Callao	59.03	20	Huánuco	46.72
8	Ancash	58.97	21	Puno	45.17
9	La Libertad	58.75	22	Amazonas	44.19
10	Piura	57.06	23	Pasco	44.15
11	Tumbes	56.10	24	Madre de Dios	43.88
12	Ayacucho	53.77	25	Loreto	39.51
13	Junín	53.00	26	Ucayali	39.40

Fuente: CENTRUM. (2016). Índice del Progreso Social Regional Perú 2016. Única edición. CENTRUM. Perú. p. 8. http://observatoriodenoticias.redue-alcue.org/wp-content/uploads/2016/05/IPSR_PERU2016.pdf

Elaboración: Propia

La tabla anterior se encuentra dividida en colores debido al puntaje que presentan, las regiones que alcanzan más de 85

puntos se les asigna el color verde y una calificación de “Muy Alto”, como se aprecia ninguna zona califica en esta categoría de progreso social, a las regiones que presentan de 75 a 84 puntos se les otorga el color azul y una calificación de “Alto”, en esta categoría tampoco se registra ninguna región peruana, sin embargo Moquegua e Ica muestran entre 65 y 74 puntos atribuyéndoles el color amarillo y una calificación de “Medio Alto”, siendo las zonas regionales con mejor progreso social del Perú, por otro lado las regiones que consiguen de 55 a 64 puntos se les asigna el color naranja y una calificación de “Medio Bajo”, entre las cuales se tiene a Lima Metropolitana, Arequipa, Tacna, Lambayeque, Callao, Ancash, La Libertad, Piura y Tumbes; mientras que las regiones que presentan de 45 a 54 puntos se les otorga el color rosado y una calificación de “Bajo”, teniendo a Ayacucho, Junín, Cusco, Apurímac, Lima Provincias, San Martín, Cajamarca, Huancavelica, Huánuco y Puno como las regiones con bajo nivel de progreso social; por último Amazonas, Pasco, Madre de Dios, Loreto y Ucayali muestran menos de 45 puntos atribuyéndoles el color rojo y una calificación de “Muy Bajo”.

Como se observa, las regiones en general presentan resultados poco eficaces que deben ser prioridad para el gobierno a través de medidas que cubran las necesidades básicas de la población, estableciendo herramientas que mejoren su calidad de vida y brindando oportunidades a todos los peruanos, las regiones selváticas presentan los peores resultados de progreso social por lo que necesitan medidas de carácter urgente.

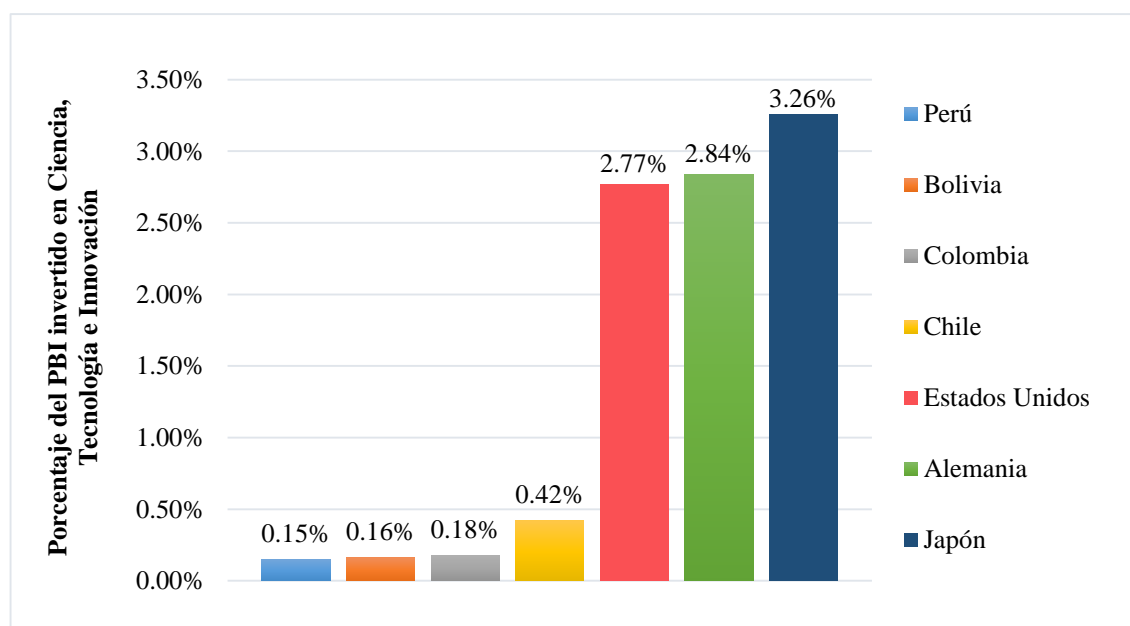
d) Factores Tecnológicos (T)

El uso de la tecnología juega un papel muy importante tanto en el desarrollo como en el crecimiento de la economía, sin embargo el gobierno peruano destina una pequeña parte del PBI a la inversión

en ciencia, tecnología e innovación lo que genera baja competitividad y pocas oportunidades de generar empleo.

A continuación se presenta una figura con el porcentaje del PBI que invierten varios países en Ciencia, Tecnología e Innovación para el año 2014.

Figura N° 14: Porcentaje del PBI que invierten países en Ciencia, Tecnología e Innovación - 2014.



Fuente: Proexpansión. (2014). Perú, entre los países que menos invierte en Investigación y desarrollo. Extraído el 24 de Enero del 2017 del <http://proexpansion.com/es/articles/211-peru-entre-los-paises-que-menos-invierte-en-investigacion-y-desarrollo>
Elaboración: Propia

Como se aprecia, Perú invierte solo el 0.15% del PBI en Ciencia, Investigación y Desarrollo, la cifra más baja entre los países expuestos, también se puede observar que Bolivia y Colombia presentan tasas similarmente bajas, a excepción de Chile que invierte 0.42% de su PBI, por otro lado los países desarrollados invierten tasas altas que justifican su competitividad y tecnología constantemente actualizadas.

Por otro lado, la estructura productiva peruana se encuentra conformada principalmente por micro y pequeñas empresas, por tal motivo el gobierno debe establecer políticas que fomenten la inversión en tecnología orientada a este segmento con el fin de

brindar conocimientos que permitan mejorar la calidad y productividad en sus plantas de producción.

El Ministerio de Economía y Finanzas (2012, p. 12), plantea implementar el uso de herramientas tecnológicas en cada segmento productivo a través del siguiente orden de prioridades: 1° La adopción y uso de conocimientos y tecnologías, 2° La transferencia y difusión de conocimiento, 3° La generación de conocimiento; de tal forma las grandes y pequeñas empresas, por igual, se beneficiarían del conocimiento adquirido.

Para el rubro del Calzado, según lo indicado por Carazo (2017, p. 20-21), El Centro de Innovación Tecnológica del Cuero, Calzado e Industrias Conexas (CITECCAL) es una entidad técnica creada como resultado de la cooperación entre el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y del Turismo (PROMPERU), el Ministerio de Educación, empresas de calzado y cuero, proveedores de los mismos, universidades y otras instituciones. Dicha entidad presenta el apoyo del Instituto de Calzado y Conexas (INESCOP), centro tecnológico español que desempeña el labor de relacionar a CITECCAL con diferentes Centros de Innovación de cuero y calzado a nivel mundial.

La institución tiene como objetivo mejorar el nivel de competitividad y productividad de todas las empresas de cuero, calzado y conexas a través de la innovación tecnológica, por lo tanto tiene a su cargo centros especializados para investigaciones químicas y físicas en control de calidad, ofreciendo certificados de calidad internacional para los productos, insumos o diseños; además brinda cursos experimentales para incentivar la innovación de maquinaria, equipos, productos, organización, distribución y procesos de producción.

Sus acciones generan que diferentes empresas en la actualidad puedan implementar cambios tecnológicos en sus instalaciones, además de identificar la forma más eficiente de aprovechar sus

recursos e incorporar a sus productos los insumos que presenten mejor calidad.

A continuación se muestra un boletín informativo realizado por CITECCAL.

Figura N° 15: Boletín Informativo CITECCAL

ITP Instituto Tecnológico de la Producción

CITEccal CENTRO DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA DEL CUERO, CALZADO E INDUSTRIAS CONEXAS

BOLETÍN INFORMATIVO

CITEccal

I N F O R M A

Síntesis de Noticias
Meses: Septiembre, octubre, noviembre, diciembre del 2013

1 Día Mundial de la Normalización:
El Comité Técnico de Normalización del Cuero, Calzado y Derivados liderado por el CITEccal obtuvo el mejor desempeño en el 2012

2 Clausura del Curso Gestión de la Calidad

2 Control de Insumos Químicos Fiscalizados

4 8vo Foro de Cámaras de Calzado de América Latina

5 Importancia del I+D+i en la salud y la industria del calzado

5 "Curtidores" formalizan la creación de la primera Cámara de Curtiembre del Perú en el CITEccal

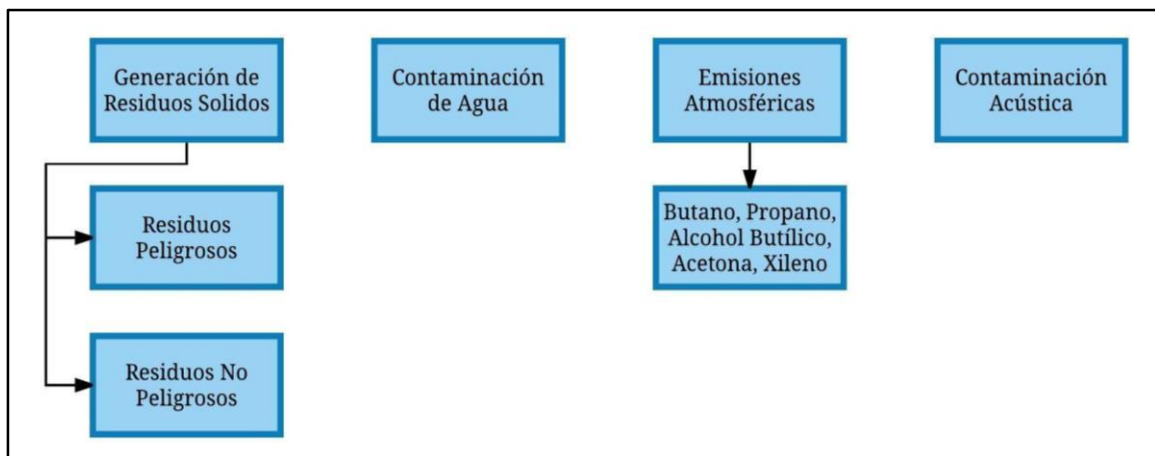
8 HACSA desarrolla adhesivo de poliuretano no contaminante para la industria del

Fuente: Google – Portal CITECCAL

e) **Factores Ecológicos (E)**

Para la fabricación artesanal o industrial de calzado se requieren materiales y procesos productivos que pueden generar problemática medioambiental como se muestra en la siguiente figura.

Figura N° 16: Problemas Medioambientales en la Industria de Calzado



Molina, M. Garmendia, I. Mangas, V. (2011). Evaluación medioambiental del sector de calzado: casos de Almansa y Elda. Única edición. Universidad de Alicante. España. p. 167. <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/cuaderno-interdisciplinar-de-desarrollo-sostenible-cuides/7/7-463.pdf>

Elaboración: Propia

Según indican Molina, Garmendia y Mangas (2011, p. 166-168), el primer paso para disminuir los residuos se plantea a través del análisis del proceso productivo, buscando cambiar materiales o maquinaria que generen altos grados de contaminación, por ende a continuación se analizará cada parte del proceso productivo.

- **Corte:** Los recortes y trazos de diferentes materiales representan la mayor cantidad de residuos producidos, por lo que se debe reajustar el diseño y buscar la utilización eficiente del material generando menos desperdicios.
- **Pegado:** “*Los adhesivos con disolvente orgánico dan lugar a vapores orgánicos contaminantes*”, por ende se debe emplear campanas extractoras que reduzcan la contaminación, protegiendo la salud de los empleados.

- **Materiales:** Al momento de escoger los diferentes materiales a utilizar como colorantes o adhesivos se debe tener en cuenta que no presenten componentes tóxicos o dañinos para el medio ambiente.
- **Residuos:** Los residuos generados a partir de los recortes de cuero, material textil u otro componente deben ser reutilizados y separados de alguna sustancia contaminante, los frascos vacíos de colorantes o adhesivos deben ser tratados como residuos peligrosos, con etiqueta y almacenaje correspondiente para una eliminación responsable.
- **Productos:** si algún producto no cumple los requisitos de calidad propuestos por la empresa puede ser reutilizado o vendido a otra empresa.

Por otro lado, las empresas de calzado deben aspirar a obtener certificaciones que representen su eficiencia industrial, como la norma ISO 14001 que fija los requisitos necesarios para constituir una gestión medioambiental efectiva, dicha norma entrelaza la necesidad de mantener una rentabilidad óptima con la reducción del impacto ambiental producido por la empresa, otra norma necesaria es ISO 14031 creada en 2009 que se encarga de la “*Evaluación del comportamiento Medioambiental*”.

1.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para realizar un correcto análisis, se seleccionó como ofertante a cada país de América que presenta expresiones culturales y artísticas similares a las peruanas, por ende se escogió a Bolivia, Ecuador y México.

Adicionalmente se procede a comparar la relación comercial de dichos países con tres posibles mercados destino, mercados que son elegidos debido a que presentan variaciones porcentuales de crecimiento en sus importaciones como se observa en la tabla 14, entre los cuales se seleccionó a Chile, Estados Unidos de América y México, es importante indicar que México se considera como ofertante y

demandante debido a que importa gran cantidad de calzado con material textil peruano pero a la vez presenta similitud en su cultura.

1.2.1. Perú

El calzado peruano se enfoca en alcanzar un mayor posicionamiento y reconocimiento a nivel mundial, por ende se debe generar mayor inversión en diseños nuevos para diversificar los modelos ya existentes y modernizar el proceso productivo.

El calzado a base de cuero es considerado como el más solicitado por el mercado nacional e internacional debido a su calidad, lo que posicionó a Trujillo como el principal productor de dicho producto.

Figura N° 17: Calzado Peruano de Cuero



Fuente: Perú 21. (2013). El calzado peruano pisa fuerte. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://peru21.pe/emprendedores/calzado-peruano-pisa-fuerte-2127323>

Referente al calzado con parte superior de material textil, los diferentes productores peruanos vienen aprovechando las características étnicas de los tejidos nacionales para dar algunos detalles a sus productos, a continuación se observan varios ejemplos.

Figura N° 18: Tejidos Peruanos con detalles Étnicos



Fuente: Pinterest. (2017). Tejido peruano. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <https://za.pinterest.com/explore/tejido-peruano-905815905012/>

Figura N° 19: Zapatilla Peruana con Parte Superior de Material Textil Étnica



Fuente: Facebook. (2013). Dimitre Ickovic. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=561201820583008&set=pb.100000795852683.-2207520000.1486929422.&type=3&theater>

Figura N° 20: Zapatillas con Diseño de Telar Peruano Iconográfico



Fuente: Intishine. (2012). Calzados Intishine peruanos. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del http://intishine.blogspot.pe/2012_07_01_archive.html

Figura N° 21: Botas con Diseño de Telar Peruano Iconográfico



Fuente: Intishine. (2012). Calzados Intishine peruanos. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del http://intishine.blogspot.pe/2012_07_01_archive.html

Teniendo en cuenta que existe mercado para bailarinas con parte superior de material textil, a continuación se muestran algunos modelos con cualidades semejantes a las que se plantea producir:

Figura N° 22: Balerina con Diseño Étnico Peruano



Fuente: Facebook. (2013). Dimitre Ickovic. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=561201760583014&set=pb.100000795852683.-2207520000.1486929422.&type=3&theater>

Figura N° 23: Balerinas con Acabado Étnico Peruano



Fuente: Intishine. (2012). Calzados Intishine peruanos. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del http://intishine.blogspot.pe/2012_07_01_archive.html

Figura N° 24: Balerinas Plomas con Diseño Étnico Peruano



Fuente: Intishine. (2012). Calzados Intishine peruanos. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del http://intishine.blogspot.pe/2012_07_01_archive.html

A continuación se hace referencia a la cantidad total exportada de Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil, procedente de Perú hacia el Mundo entre los años 2011 a 2015.

Tabla N° 22: Cantidad Total Exportada de productos procedentes de Perú identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por el Mundo entre los años 2011-2015

Año	Cantidad Total de Pares de Zapatos Exportados al Mundo procedentes de Perú
2011	767,143 pares de zapatos
2012	630,000 pares de zapatos
2013	665,714 pares de zapatos
2014	922,857 pares de zapatos
2015	748,571 pares de zapatos

Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

El producto perteneciente a la subpartida arancelaria 640419 es el Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil.

Como se observa en la tabla, el total de calzado exportado al Mundo experimentó un crecimiento constante entre los años 2012 a 2014, sin embargo sufrió una caída en el año 2015 exportando 748,571 pares de zapatos en comparación con el año 2014 que se exportaron 922,857 pares, se debe tomar en consideración que la cantidad total de par de zapatos se calculó tomando como referencia la cantidad total de toneladas exportadas al mundo.

- **Perú – Chile**

Perú y Chile presentan una buena relación comercial a pesar de diferencias políticas suscitadas en el pasado, como explica el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2017), dichos países firmaron un Tratado de Libre Comercio el 22 de agosto de 2006 que se encuentra en vigencia a partir del año 2009, representando una extensión del Acuerdo de Complementación Económica que rige desde el año 1998.

El Tratado de Libre Comercio dispuso la *“eliminación de derechos aduaneros y cargas equivalentes de carácter fiscal, monetario, cambiario o de cualquier otra naturaleza, para la formación de una Zona de Libre Comercio.”*

Dicho Tratado presenta preceptos específicos en temas como régimen de origen, medidas sanitarias y fitosanitarias, acceso al mercado, inversión, procedimientos aduaneros, transparencia, etc.

Entre los Objetivos más importantes que plantea el Tratado se tiene:

- Eliminar obstáculos que se presentan en el comercio de dichas naciones.
- Generar inversión en ambos países.

- Promover la cooperación y complementación económica.

Debido ha dicho acuerdo, al intercambio bilateral entre ambos países creció en un 702% entre los años 1998 y 2011, lo que posiciona a Chile en el puesto número siete entre los principales mercados importadores de productos peruanos en el mundo y como el primer mercado importador de productos nacionales en Latinoamérica.

Entre los productos no tradicionales que presentan mayor demanda en el mercado chileno, se encuentran los sectores químicos, metal mecánico, textil y agropecuario, siendo pequeñas y micro empresas las principales exportadoras de dichos productos.

- **Perú – Estados Unidos**

Como expone el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2017), Estados Unidos de América y Perú firmaron un Acuerdo de Promoción Comercial (APC) el 12 de abril del 2006 que se encuentra en vigencia a partir del año 2009, en dicho acuerdo se trataron temas como: *“Trato Nacional y Acceso a Mercados, Reglas de Origen, Administración Aduanera y Facilitación del Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Obstáculos Técnicos al Comercio, Defensa Comercial, Inversión,, Políticas de Competencia, Telecomunicaciones, Derechos de Propiedad Intelectual, Medio Ambiente, Transparencia, Fortalecimiento de Capacidades Comerciales.”*

Entre los Objetivos más importantes del Acuerdo se tiene:

- Garantizar el ingreso preferencial permanente de las exportaciones peruanas a Estados Unidos.
- El incremento y diversificación de las exportaciones nacionales sin aranceles, sin cuotas de importación, ni barreras arancelarias.

- Proteger los intereses de los empresarios peruanos en Estados Unidos.
- Impulsar la economía a escala.
- Aumentar la productividad de las empresas nacionales.

Según el Diario El Peruano (2016), el Acuerdo mencionado permitió que el Perú aumente su volumen de exportación para productos no tradicionales en dicho mercado, el año 2009 se exportó 1,568 millones de dólares y para el año 2015 se alcanzó la cifra de 2.985 millones.

Estados Unidos se convirtió en uno de los principales socios comerciales del Perú, ubicándose como el segundo mercado importador de productos nacionales a nivel mundial, siendo la minería no metálica el sector más favorecido, seguido por la venta de químicos, productos agrícolas y textiles.

- **Perú – México**

Como explica el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2017), Perú y México firmaron un Acuerdo de Integración Comercial el 06 de Abril del 2011 que entró en vigencia el año 2012.

Anteriormente a dicho Acuerdo, la relación comercial de ambos países se desarrolló ligada al Acuerdo de Complementación Económica, vigente desde el año 1987, dicho Acuerdo presentó limitaciones arancelarias, dificultando el crecimiento de las exportaciones nacionales.

Al implementarse el Nuevo Tratado Comercial, Perú obtuvo acceso preferencial en más de 12,000 productos ingresando al mercado mexicano sin pagar aranceles.

Entre los Objetivos más importantes del Tratado se tiene:

- Garantizar el ingreso preferencial de las exportaciones peruanas a México en el tiempo determinado.

- El incremento y diversificación de las exportaciones nacionales sin aranceles, sin cuotas de importación, ni barreras arancelarias.
- Proteger los intereses de los empresarios peruanos en México.

México se ha posicionado como un socio comercial importante para el país, registrando un intercambio comercial que pasó de 389 millones de dólares el año 2000 a 1,412 millones el 2010, traducido en un promedio de crecimiento anual de 13.7%.

Además, el mercado mexicano se convirtió en un foco de productos con valor agregado, ya que aproximadamente el 50% de sus importaciones procedentes de Perú entre los años 2007 a 2010 se vieron conformadas por productos no tradicionales.

1.2.2. Bolivia

Según España Exportación e Inversiones (2013, p. 7-8), la producción boliviana de calzado se ha visto afectada por la cantidad de productos importados procedentes de Asia que ingresaron a su mercado, provocando un déficit comercial en dicho país.

Es decir, los productores locales no pueden competir con los productos extranjeros, estancando su crecimiento y desarrollo, las empresas tradicionales tuvieron que reducir sus volúmenes de fabricación ya que no cuentan con maquinaria especializada o formas de producción que les dé ventaja competitiva contra la competencia internacional.

Por otro lado, los empresarios bolivianos no tienen facilidades para adquirir créditos, quitándoles la posibilidad de incrementar sus ventas o de mejorar su infraestructura.

Algunas empresas han logrado aprovechar las oportunidades de crecimiento como es la empresa industrial Manaco, que en la actualidad ocupa el 30% del mercado nacional, buscando estrategias para mantener la competitividad de sus productos.

Para el tema de insumos y materiales utilizados, un aproximado del 85% de estos tiene procedencia boliviana, siendo el cuero el más utilizado y reconocido a nivel internacional.

A continuación se observa un modelo de calzado de cuero boliviano:

Figura N° 25: Zapato de Cuero Boliviano



Fuente: Calzart Bolivia. (2017). Calzados de vestir. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://calzartbolivia.com/index.php/tienda/calzados2013-01-15-23-23-06/varones/de-vestir>

Referente al calzado con parte superior de material textil étnico, se lucen los siguientes diseños que presentan características semejantes al producto que se plantea exportar:

Figura N° 26: Calzado de Aguayo con detalles étnicos



Fuente: Correo del Sur. (2015). Calzado de Aguayo. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del http://correodelsur.com/ecos/20150830_calzados-de-aguayo-en-buenos-aires.html

Figura N° 27: Zapatillas de Aguayo con detalles étnicos



Fuente: Tejidosenscz Blog. (2012). Tejidos confeccionados a mano por bolivianas. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://tejidosenscz.blogspot.pe/2012/09/bienvenidos-seanya-que-encontraremos.html>

A continuación se hará referencia a la cantidad total exportada de Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil, precedente de Bolivia hacia el Mundo entre los años 2011 a 2015.

Tabla N° 23: Cantidad Total Exportada de productos procedentes de Bolivia identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por el Mundo entre los años 2011-2015

Año	Cantidad Total de Pares de Zapatos Exportados al Mundo procedentes de Bolivia
2011	47,143 pares de zapatos
2012	31,429 pares de zapatos
2013	31,429 pares de zapatos
2014	70,000 pares de zapatos
2015	44,286 pares de zapatos

Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Bolivia. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|068|||640419||6|1|1|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Como se puede apreciar, la exportación boliviana al mundo sufrió una caída el año 2015 en comparación con el 2014, exportando únicamente 44,286 pares de zapatos dicho mientras que el año anterior alcanzó a exportar 70,000 pares.

- **Bolivia – Chile**

Como indica Aduanas Chile (2017), Chile y Bolivia firmaron un Acuerdo de Complementación Económica en Santa Cruz de la Sierra, ubicado en Bolivia, el 6 de abril de 1993 y entró en vigencia el 1 de julio de dicho año.

El Acuerdo tiene como objetivo buscar la integración económica, facilitando y diversificando el intercambio comercial entre dichos países; además se tratan temas como: *“el programa de desgravación arancelaria, salvaguardias, complementación energética, solución de controversias, normas técnicas, sector automotor, prácticas desleales de comercio, y compras gubernamentales, procedimientos aduaneros, reglas de origen, entre otras.”*

Para marzo del año 2006, se logró un importante avance comercial en el cual Chile le brinda el 100% de preferencia arancelaria a todos los productos exportados por Bolivia, con excepción de azúcar, harina de pescado y trigo.

Sin embargo, como explica el Instituto Boliviano de Comercio Exterior (2015, p. 1.), las medidas implementadas para mejorar la relación comercial de ambos países, generaron un mayor beneficio económico para el país chileno, ya que entre los años 2007 a 2014, las exportaciones bolivianas hacia Chile solo alcanzaron los 930 millones de dólares, mientras que las importaciones registraron una cifra de 2,807 millones, provocando un saldo negativo de 1,877 millones para Bolivia.

Entre los productos bolivianos más cotizados por Chile se encuentra la torta de soya con una valor del 30% exportado, torta de girasol representando un 9% y alcohol etílico con 9%.

- **Bolivia – Estados Unidos**

Bolivia no realizó ninguna exportación de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 (Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil) hacia Estados Unidos entre los años 2011 a 2015, por lo cual deja de considerarse como competidor directo hacia dicho mercado.

- **Bolivia – México**

Como explica la Organización de los Estados Americanos (2017, p. 1), México y Bolivia firmaron un Tratado de Libre Comercio el 10 de septiembre de 1994.

Dicho Tratado tenía los siguientes objetivos:

- Incentivar el crecimiento y diversificación del comercio entre ambos países.
- Eliminar las barreras arancelarias y facilitar el intercambio de bienes para ambos países.
- Aumentar la inversión.
- Proteger los intereses de los empresarios locales.
- Promover la cooperación y complementación económica.
- Promover el desarrollo sostenible.

Según indica Expansión en alianza con CNN (2010), al entrar en vigencia dicho Tratado el 97% de productos exportados por México quedó libre de aranceles, mientras que el 99% de exportaciones bolivianas ya no deberían realizar ningún pago arancelario.

El comercio bilateral entre ambas naciones alcanzó los 106 millones de dólares para el año 2009, generando un superávit en la balanza comercial mexicana con 17 millones de dólares

Al pasar 16 años de vigencia, ambos países decidieron disolver el Tratado debido a los cambios ocurridos en la Constitución

Boliviana y en su lugar disponer de un Acuerdo de Complementación Económica.

Los productos bolivianos más cotizados por México son: Oxido de antimonio, minerales de cobre y plata, muebles de madera, entre otros.

1.2.3. Ecuador

Como informa Pro Ecuador (2017), el país ecuatoriano tiene una industria de calzado bastante desarrollada en temas como diseño y variedad. Las provincias que presentan mayor producción son Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas.

La industria de cuero se presenta muy ligada a la del calzado, ya que de 350 mil cueros que elaboran al año, una gran cantidad es destinada al mercado nacional de calzado.

Por otro lado, las exportaciones de zapatos elaborados en Ecuador ascienden a 38,900,000 millones de dólares en valor FOB y sus principales países importadores fueron: Perú, Venezuela, Colombia, Estados Unidos y Guatemala.

La Cámara de Industrias de Tungurahua (2016), indicó que se fabricaron 28 millones de pares de zapatos durante el año 2015, de ellos el 50% cubrieron la demanda nacional ecuatoriana, mientras que el otro 50% fue destinado a la exportación.

La provincia que fabrica la mayor cantidad de calzado es Tungurahua, cubriendo el 44% de la producción ecuatoriana, en dicha zona se encuentran desde micro hasta medianas empresas con talleres rudimentarios y se estima que esta producción representa el 1.09% del Producto Bruto Interno Ecuatoriano.

Adicionalmente como informa El Universo (2015), la industria de calzado se encareció debido al aumento de los productos importados y al crecimiento del sector, los ecuatorianos registraron compras de 1,2 pares de zapatos por persona en 2008 y 2,3 pares para 2014.

A continuación se observa el calzado de cuero ecuatoriano:

Figura N° 28: Calzado de Cuero Ecuatoriano



Fuente: Andes. (2015). Ecuador proyecta una sui géneris “Ciudad del calzado”. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-proyecta-sui-generis-ciudad-calzado.html>

Referente al calzado con parte superior de material textil étnico, se lucen los siguientes diseños que presentan características semejantes al producto que se plantea exportar:

Figura N° 29: Balerinas Ecuatorianas hechas por artesanos



Fuente: Marielisa Maques Blog. (2013). Xpo HandMade 2013. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://marielisamarques.blogspot.pe/2013/06/xpo-handmade-2013.html>

Figura N° 30: Balerinas Ecuatorianas con detalles textiles



Fuente: Marielisa Maques Blog. (2013). Xpo HandMade 2013. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://marielisamarques.blogspot.pe/2013/06/xpo-handmade-2013.html>.

A continuación se hará referencia a la cantidad total exportada de Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil, precedente de Ecuador hacia el Mundo entre los años 2011 a 2015.

Tabla N° 24: Cantidad Total exportada de productos procedentes de Ecuador identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por el Mundo entre los años 2011-2015

Año	Cantidad Total de Pares de Zapatos Exportados al Mundo procedentes de Ecuador
2011	1.952,857 pares de zapatos
2012	1,191,429 pares de zapatos
2013	1,484,286 pares de zapatos
2014	1,358,571 pares de zapatos
2015	661,429 pares de zapatos

Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|218|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Como se observa en la tabla, la exportación de calzado ecuatoriano ha mostrado un decrecimiento constante a lo largo de los 5 años analizados, llegando a exportar al mundo 661,429 pares de zapatos en el año 2015.

- **Ecuador – Chile**

Ecuador no realizó ninguna exportación de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 (Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil) hacia Chile entre los años 2011 a 2015, por lo cual deja de considerarse como competidor directo hacia dicho mercado.

- **Ecuador – Estados Unidos**

Como explica la Agencia Latinoamericana de Información (2005), la relación comercial entre Ecuador y Estados Unidos ha presentado altibajos en los últimos años, dichos países no concretaron ningún Tratado de Libre Comercio ya que las autoridades ecuatorianas consideran que su país no gozaría de ningún beneficio al realizar un Acuerdo económico de liberación de aranceles con la economía más grande de América, Estados Unidos.

Según analistas ecuatorianos, al realizarse la firma del Tratado de Libre Comercio ocurrirían los siguientes resultados:

- Ecuador se volvería en una colonia de Estados Unidos.
- El déficit comercial que presenta Ecuador con Estados Unidos se incrementaría trayendo como consecuencia un impacto negativo para la economía de dicho país.
- Se incrementaría la llegada de productos, empresas, capitales norteamericanos a Ecuador.
- Aumentaría el déficit fiscal.

- Varios sectores productivos se verían directamente afectados como la pequeña y la microempresas, la agricultura, la pequeña industria, entre otros.

Ecuador representa solo el 0.21% del total de importaciones norteamericanas, eso se puede traducir en que por cada 100 dólares que Estados Unidos importa del mundo, solo 21 centavos pertenecerían a Ecuador.

El principal producto exportado por los ecuatorianos a dicho país es el petróleo, que representa 6 centavos por cada importación de 100 dólares que realiza Estados Unidos.

- **Ecuador – México**

Ecuador no realizó ninguna exportación de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 (Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil) hacia México entre los años 2011 a 2015, por lo cual deja de considerarse como competidor directo hacia dicho mercado.

1.2.4. México

Como indica el Gobierno de México (2017), la industria de calzado en México representa un sector importante en la actividad comercial de dicho país, para elaborar sus productos utilizan materiales como caucho, cuero, tela, plástico, entre otros, realizando diferentes tipos de zapatos desde los más comunes hasta los que requieren fabricación especializada.

Las zonas que concentran la mayor producción de calzado son: Guanajuato con el 70%, Jalisco con el 15%, el Estado de México con el 5% y el Distrito Federal con el 3%.

“La industria de calzado es el principal eslabón de la cadena cuero-calzado-marroquinería y está integrada por cerca de 7 mil 400

establecimientos productores (equivalentes al 68.4% del total de la cadena productiva).

En el año 2014 el gobierno mexicano tomo medidas que impulsaron la productividad y competitividad del sector calzado con el fin de contrarrestar el impacto que presenta la importación a escala de dichos productos procedentes de Asia.

A continuación se observarán modelos de calzado que produce México:

Figura N° 31: Zapatos pertenecientes a la marca Kuiká



Fuente: Bossa. (2016). 15 marcas de zapatos mexicanos que debes conocer. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://www.bossa.mx/2016/01/marcas-de-zapato-mexicano-que-debes-conocer/>

Figura N° 32: Zapatos pertenecientes a la marca Rabia



Fuente: Bossa. (2016). 15 marcas de zapatos mexicanos que debes conocer. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://www.bossa.mx/2016/01/marcas-de-zapato-mexicano-que-debes-conocer/>

Referente al calzado con parte superior de material textil étnico, se lucen los siguientes diseños que presentan características semejantes al producto que se plantea exportar:

Figura N° 33: Calzado artesanal bordado estilo Xicotepec



Fuente: Pinterest. (2017). Calzado artesanal. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <https://www.pinterest.com/pin/418834834079190725/>

Figura N° 34: Zapatillas inspirado en arte Huichol diseñadas por Ricardo Seco



Fuente: Vogue. (2015). Ricardo Seco presenta en París. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://www.vogue.mx/moda/estilo-vogue/galerias/ricardo-seco-en-paris-fashion-week-otono-invierno-2015/3985/image/1272695>

A continuación se hará referencia a la cantidad total exportada de Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil, precedente de México hacia el Mundo entre los años 2011 a 2015.

Tabla N° 25: Cantidad Total exportada de productos procedentes de México identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por el Mundo entre los años 2011-2015

Año	Cantidad Total de Pares de Zapatos Exportados al Mundo procedentes de México
2011	1.321,429 pares de zapatos
2012	1,215,714 pares de zapatos
2013	1,152,857 pares de zapatos
2014	1,355,714 pares de zapatos
2015	1,720,000 pares de zapatos

Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por México. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|484|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Como se observa en la tabla, la exportación de calzado mexicano al mundo viene presentando un crecimiento importante entre los años 2013 a 2015, llegando a exportar 1,720,000 pares de zapatos en el último año.

- **México – Chile**

Según lo explicado por Aduanas Chile (2017), México y Chile firmaron un Tratado de Libre Comercio en Santiago de Chile, el 17 de Abril de 1998, que entró en vigencia en 1999.

Dicho Tratado presenta temas como: *“Reglas de Origen, Procedimientos Aduaneros, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Inversión, Comercio Transfronterizo de Servicios, Propiedad Intelectual, Excepciones, entre otros”*.

Adicionalmente se negoció que la mayor parte de productos cuenten con 100% de preferencia sin pagos arancelarios, teniendo solo 100 productos ligados a diferentes niveles arancelarios.

Como indica el Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. (2015), ambos países gozan de una buena relación diplomática, económica y comercial, por ende, México se ha convertido en uno de los principales socios comerciales para Chile, ubicándose como el quinto país exportador más importante en el mercado chileno.

En el año 2014, Chile y México lograron un intercambio comercial valorizado en 3,756 millones de dólares, que al ser comparado con el año anterior muestra una disminución del 3%, sin embargo las exportaciones mexicanas hacia Chile totalizaron en 2014 con 2,447 millones de dólares.

• **México – Estados Unidos**

La relación de México y Estados se ha visto afectada debido a las políticas migratorias y económicas planteadas por el actual presidente norteamericano, sin embargo ambos países presentan una gran interacción comercial principalmente por la cercanía de los mismos.

Según lo expuesto por la Base de datos Integrada de Controversias Comerciales de América Latina y el Caribe (2017, p. 2), Estados Unidos, México y Canadá firmaron el Tratado de Libre Comercio de América del Norte también conocido como TLCAN, dicho Tratado entro en vigencia el año 2004, teniendo los siguientes objetivos:

- Eliminar obstáculos arancelarios y permitir la libre comercialización de bienes.
- Promover la competencia leal y transparente.
- Aumentar la inversión en dichos países.
- Proteger los intereses de los empresarios de cada nación.

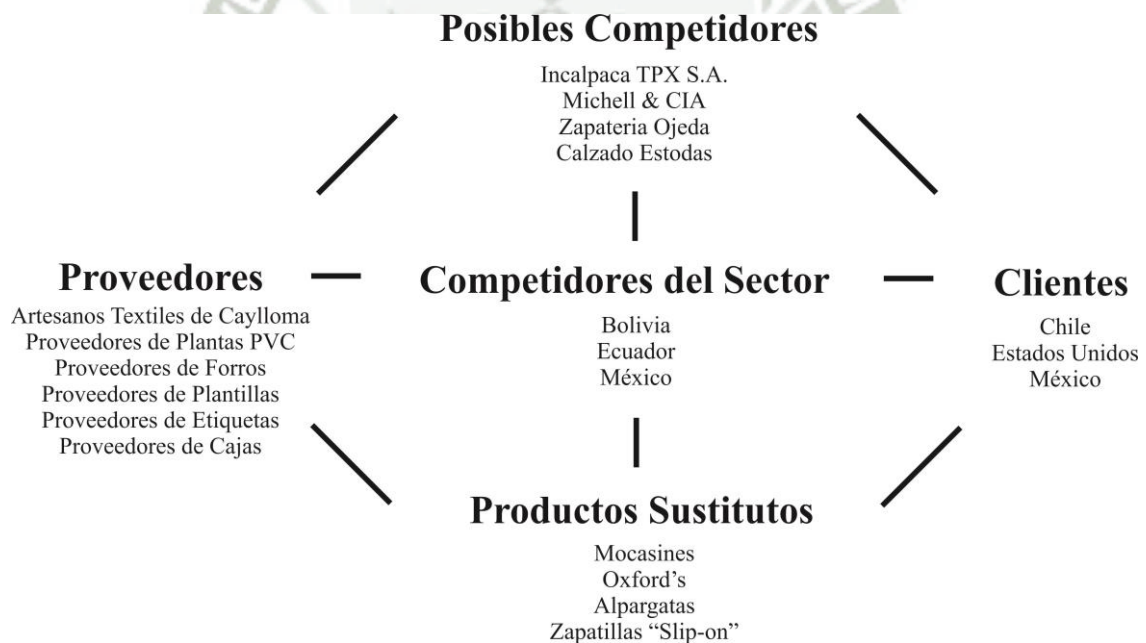
Como indica la Universidad Iberoamericana (2017), México y Estados Unidos presentan una relación asimétrica, en la que México depende de su relación comercial con dicho mercado destinando aproximadamente el 85% de sus exportaciones a Estados Unidos.

Las autoridades estadounidenses vienen desarrollando medidas de seguridad en sus fronteras a través de acciones proteccionistas en el norte y sur del país, acto que ha acrecentado los costos de transacción para México y entorpecido el libre ingreso de sus productos a Estados Unidos.

1.3. FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

1.3.1. Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter

Figura N° 35: Cinco Fuerzas Competitivas de Porter



Elaboración: Propia

- **Competidores del Sector**

Los competidores directos considerados en esta investigación, son los países que elaboran calzado con características textiles semejantes a las que se plantea producir.

Entre las naciones analizadas se tiene a Bolivia, Ecuador y México.

- **Bolivia**

La cultura boliviana se caracteriza por una diversidad étnica plasmada en las diferentes expresiones artísticas que arraigan desde las culturas prehispánicas, los bolivianos y peruanos presentan semejanzas culturales debido a que comparten una misma historia, por ende los tejidos propios de cada país lucen similitudes en colores y formas.

FCE: Diversidad de Expresión Artística.

Figura N° 36: Tejidos Bolivianos



Fuente: Google – Portal Salva Bolivia
Elaboración: Propia

Como se observa en la figura, los tejidos bolivianos presentan formas y colores llamativos que son utilizados para brindar un valor agregado a diferentes tipos de calzado, con el fin de ser exportados a diferentes países.

Dicho calzado boliviano se encuentra expuesto en la figura 26 y 27, siendo considerado como competencia para el producto que se viene analizando en esta investigación.

Sin embargo, es importante mencionar que Bolivia no fabrica balerinas con detalles étnicos artesanales, dedica su producción a zapatillas y otros zapatos de dama.

- **Ecuador**

La cultura ecuatoriana se caracteriza por ser pluricultural y multiétnica, por ende lograron plasmar en sus textiles la variedad de su procedencia, creando piezas bordadas muy llamativas y significativas que presentan cierto parecido a las piezas textiles peruanas.

FCE: Piezas bordadas llamativas.

Figura N° 37: Tejidos Ecuatorianos



Fuente: Google – Portal Proyecto Chakana Ecuador
Portal Pinterest
Elaboración: Propia

En la figura se observan textiles étnicos con patrones geométricos y de colores brillantes que sirven como guía al momento de realizar acabados en diferentes productos.

Ecuador supo elaborar mayor variedad de calzado en comparación a Bolivia, fabricando balerinas artesanales con detalles textiles como se observan en las figuras 29 y

30, presentando un perfil de producto con mayor semejanza al que se planea exportar.

FCE: Patrones geométricos y colores brillantes.

○ **México**

La cultura mexicana se caracteriza por haber heredado influencias artísticas de diferentes culturas prehispánicas ubicadas en su territorio demográfico, por ende presenta una gran variedad de expresiones culturales plasmadas en sus tejidos y bordados.

FCE: Herencia de culturas prehispánicas.

Figura N° 38: Tejidos Mexicanos



Fuente: Google – Portal Mas de Mx
Portal Pinterest
Elaboración: Propia

Como explica Más de Mx (2016), los bordados y tejidos mexicanos presentan diferentes características dependiendo del lugar donde se elaboren, el bordado rojo de la imagen pertenece al arte textil Mazahue que incorpora símbolos que representan el amor, muerte o esperanza, mientras que el de

la derecha pertenece al arte textil Huichol, representando aves, flores, fuego o al sol.

México presenta diferentes tipos de arte en sus textiles, como el Purépechas y Otomí pertenecientes a Michoacán, el Mazateco, Chinanteco, Zapoteco oriundos de Oaxaca, por ende dicho país desarrolla calzado con detalles textiles innovadores como se observa en las figuras 33 y 34.

Por otro lado, el volumen de producción y exportación de calzado mexicano supera en gran cantidad a Ecuador y Bolivia, por lo que se considera a dicho país como el principal competidor para el producto que se piensa elaborar.

FCE: Niveles altos de producción y exportación.

- **Proveedores**

Se consideran dos tipos de proveedores, los artesanos textiles procedentes de Caylloma que brindarán tejidos y bordados para la parte superior del calzado y por otro lado, las empresas que ofrecen la variedad de insumos necesarios para el ensamble del calzado.

FCE: Artesanos proveedores de tejidos y bordados.

FCE: Variedad de Empresas proveedoras de insumos.

- **Artesanos Textiles de Caylloma**

Gracias a la encuesta realizada entre los artesanos textiles que residen en Caylloma, se puede conocer las diferentes formas de trabajo, materiales que utilizan, precios que cobran por unidad y al por mayor, tiempo de elaboración, entre otros.

Por tal motivo, se elegirá trabajar con artesanos que cumplan los siguientes requisitos:

Tabla N° 26: Requisitos elegidos en los artesanos

Tejidos	Bordados
Hombre o Mujer	
Edad indiferente	
Elaborar 1 tejido entre 0 a 5 horas	Elaborar 1 bordado entre 0 a 5 horas
Cobrar por 1 tejido entre S/. 0 - s/. 50	Cobrar por 1 bordado entre S/. 0 - s/. 20
Material: Aleación de fibras o Alpacyl	Material: Hilo
Elaborar entre 0 a 25 tejidos por semana	Elaborar entre 0 a 50 bordados por semana
Diseños propios de la empresa	
Disponibilidad para suministrar productos de forma regular	
Permita agregar una pequeña biografía del artesano a la caja del producto	
Dispuesto a compartir sus conocimientos	

Elaboración: Propia

Al observar el cuadro se concluye que un artesano textil eficiente debe realizar la mayor cantidad de piezas, en el menor tiempo posible, sin perder la calidad mínima exigida y a un precio óptimo.

Teniendo la pieza textil, se procede a cortarla y unirla con los demás insumos para elaborar calzado.

FCE: Calidad y precio óptimo.

○ **Insumos para elaborar calzado**

A continuación se muestra la descripción de los principales insumos para elaborar el calzado con parte superior textil, entre los cuales se tiene plantas (PVC), forros, plantillas, etiquetas y cajas.

Adicionalmente se incorpora el precio promedio de cada empresa proveedora para dichos productos y su capacidad de producción.

✓ **Plantas (PVC)**

Tabla N° 27: Proveedores de Plantas (PVC)

Proveedor	Precio promedio (Espesor 4.0mm)	Oferta de Capacidad de Producción
BRITANN IMPORT EXPORT SRL (Lima)	Tallas 28-32: S/3,17 Tallas 33-38 S/4,00	8,140,000 pares/mes
POLISHOES SAC (Lima)	Tallas 27-32: S/ 3.00 Tallas 33-38: S/ 3.95	7,000 pares/día
YOHAAN EIRL (Lima)	Tallas 27-32: s/ 2,70 Tallas 33-38: s/3,75	83,200 pares/mes

Fuente: Foncodes. (2017). Relación de proveedores de insumos para calzado aptos para proveer a las MYPE. Única edición. Perú. Foncodes. p. 1. http://www.foncodes.gob.pe/portal/documentos/Transparencia_2012/ComprasMYPERU/Lista_actuualizada_de_proveedores_de_insumos_NE_Calzado.pdf
Elaboración: Propia

✓ **Forro**

Tabla N° 28: Proveedores de Forros

Proveedor	Precio promedio (espesor 1.0 - 1.2mm)	Oferta de Capacidad de Producción
CURTIEMBRE AUSTRAL SA (Arequipa)	S/3,60	40,000 pies2
ROGUSBEL SAC (Arequipa)	S/3.00 + IGV	20,000 pies2
CURTIEMBRE EL PORVENIR (Lima)	S/3.20 + IGV	80,000 pies2
CURTIDOS PERUANOS (Lima)	S/3.25 + IGV	50,000 pies2

Fuente: Foncodes. (2017). Relación de proveedores de insumos para calzado aptos para proveer a las MYPE. Única edición. Perú. Foncodes. p. 2. http://www.foncodes.gob.pe/portal/documentos/Transparencia_2012/ComprasMYPERU/Lista_actuualizada_de_proveedores_de_insumos_NE_Calzado.pdf
Elaboración: Propia

✓ **Plantilla**

Tabla N° 29: Proveedores de Plantillas

Proveedor	Precio promedio (espesor 0.8 - 1.0mm)	Oferta de Capacidad de Producción
CURTIEMBRE AUSTRAL SA (Arequipa)	S/ 2,71	40,000 pies2
CURTIEMBRE EL PORVENIR (Lima)	S/3.20 + IGV	80,000 pies2
CURTIDOS PERUANOS (Lima)	S/3.25 + IGV	50,000 pies2

Fuente: Foncodes. (2017). Relación de proveedores de insumos para calzado aptos para proveer a las MYPE. Única edición. Perú. Foncodes. p. 2. http://www.foncodes.gob.pe/portal/documentos/Transparencia_2012/ComprasMYPERU/Lista_actualizada_de_proveedores_de_insumos_NE_Calzado.pdf
Elaboración: Propia

✓ **Etiquetas**

Tabla N° 30: Proveedores de Etiquetas

Proveedor	Precio promedio	Oferta de Capacidad de Producción
INVERSIONES ALARCON EIRL (Arequipa)	1 millar S/70	100 millares
CARLOS MALCA CHACON (Lima)	1 millar S/ 46	400 millares

Fuente: Foncodes. (2017). Relación de proveedores de insumos para calzado aptos para proveer a las MYPE. Única edición. Perú. Foncodes. p. 2. http://www.foncodes.gob.pe/portal/documentos/Transparencia_2012/ComprasMYPERU/Lista_actualizada_de_proveedores_de_insumos_NE_Calzado.pdf
Elaboración: Propia

✓ **Cajas**

Tabla N° 31: Proveedores de Cajas

Proveedor	Precio promedio
TRUPAL S.A. (Lima)	S/ 14,02

Fuente: Foncodes. (2017). Relación de proveedores de insumos para calzado aptos para proveer a las MYPE. Única edición. Perú. Foncodes. p. 3. http://www.foncodes.gob.pe/portal/documentos/Transparencia_2012/Compras_MYPERU/Lista_actualizada_de_proveedores_de_insumos_NE_Calzado.pdf
Elaboración: Propia

• **Clientes**

Los tres posibles clientes son:

○ **Chile**

Chile tiene una economía orientada al mercado, un alto nivel de comercio exterior e instituciones financieras sólidas. El PBI per cápita es de \$24,000 y se gasta el 4% de este en ropa y calzado.

El transporte de carga más recomendado para hacer envíos a Chile es el terrestre, ya que es un país cercano y su red de carreteras está bastante desarrollada. La distribución de productos se puede dar en los siguientes tipos de almacenes: Supermercados e hipermercados, Tiendas por departamentos y Centros comerciales / malls. El 37% de las ventas de Chile se realizan en establecimientos tradicionales y el comercio al por menor en Internet aún es limitado, aunque progresa ágilmente y tiene un gran porvenir.

La distribución en Chile se concentra en un reducido grupo de empresas que se reparte la mayor porción de las ventas: Wal-Mart con 44% de la cuota del mercado, Cencosud con 33%, Unimarc con 16% y Tottus con 7%. Cencosud se

dedica a los consumidores de altos ingresos y Wal-Mart se especializó en ser una tienda de descuento.

Chile se encuentra en una "fase de consumismo", lo que hace que vean el consumo como una gratificación y estatus social más que una solución a sus necesidades. El precio es el principal factor en la decisión de compra del cliente chileno, aunque también toma en cuenta la calidad, la duración del producto, tecnología, servicio al consumidor y disponibilidad.

El total de mujeres entre 15 y 34 años en Chile es de 2,758,962.

Respecto a las importaciones de calzado con suela de caucho y parte superior textil, para el año 2015, Chile ha incrementado la cantidad importada a 14,047,143 pares de zapatos. Este tipo de calzado en Chile es usualmente llamado "ballerinas" o "flats" y su precio promedio es por lo general 18.550 pesos chilenos, es decir, \$25.75.

FCE: Cuentan con lugares de distribución.

- **Estados Unidos**

Estados Unidos tiene la economía tecnológica más poderosa del mundo, con un PBI per cápita de 54.800 dólares del cual el 3.5% es utilizado para adquirir ropa y calzado.

Estados Unidos tiene un sistema de transporte desarrollado, capaz de sobrellevar las necesidades de su economía. Sus redes terrestres, aéreas y marítimas son lo suficientemente eficaces para distribuir productos en todos los estados, incluso utilizando transporte multimodal. La distribución de productos se puede dar en los siguientes tipos de tiendas: Almacenes, Centros especializados (grandes cadenas) y Centros comerciales. Aunque el mercado es bastante exigente, está abierto a nuevos productos y tecnología,

aunque sea muy extenso y con un alto grado de competición.

Las características más importantes del consumidor son su exigencia, la importancia que le otorgan al precio y su lealtad a un producto, por lo cual, los comerciantes se enfocan en estrategias para adaptarse y lograr la lealtad del consumidor. La mayor cantidad de ventas se realizan en grandes cadenas de distribución: Walmart (4,500 tiendas), The Kroger Co. y Kmart.

Los consumidores estadounidenses cambiaron sus marcas cotidianas a unas más baratas debido a la crisis mundial. Los más jóvenes se interesan mayormente en el hecho de que puedan acceder al precio de un bien, no solo a poseerlo. Gradualmente, el consumidor estadounidense se hace más consciente del impacto ambiental en el momento de realizar una compra.

El total de mujeres entre 15 y 34 años en Estados Unidos es de 41,740,357.

Respecto a las importaciones de calzado con suela de caucho y parte superior textil, Estados Unidos importa 203,032,857 pares de zapatos.

A este tipo de calzado en Estados Unidos se le llama “flats”, “ballet flats”, “espadrilles” o “slip ons” dependiendo del diseño o material del que este hecho el zapato. El promedio del precio de este tipo de zapatos es por lo general de \$30 a \$40.

FCE: Lealtad del consumidor.

- **México**

La economía mexicana se ha dedicado en los últimos 22 años a la manufactura, esto debido al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Su ingreso per cápita es solo una tercera parte de lo que percibe Estados

Unidos y la distribución de este es bastante desigual, el promedio es de \$18,900 y el 2.4% de este se utiliza para adquirir ropa y calzado.

Las carreteras son el medio que más utiliza México para transportarse, ya que son extensas y flexibles para entregar carga o hacer servicios de puerta a puerta.

Independientemente del lugar y la relevancia económica que tengan las poblaciones mexicanas, prácticamente todas ellas están interconectadas por vías interurbanas. Este país tiene la suficiente capacidad para atender embarcaciones a lo largo de sus costas. Es por ello que la relevancia que tienen sus puertos se basa en la competitividad que poseen para realizar sus operaciones y su administración integral. La red aeroportuaria mexicana es la más desarrollada en América Latina. En cada ciudad de más de 500,000 habitantes existe un aeropuerto. Se realizan actividades internacionales en 53 de los 83 aeropuertos mexicanos. La distribución de productos se puede dar en los siguientes tipos de tiendas: Supermercados, Tiendas departamentales y Centros comerciales.

El crecimiento de la clase media en los últimos años ha incrementado el uso de la distribución mayorista y por la misma razón, la distribución minorista tradicional se ha visto afectada. Los consumidores mexicanos han aumentado su poder adquisitivo, sin embargo cuentan con menos tiempo razón por la que ellos se ven atraídos por productos que les ahorre dinero y tiempo. Las compras del hogar diarias están a cargo de las esposas. Los varones participan más cuando se trata de compras grandes o servicios. La familia y los amigos son muy influyentes en los hábitos de consumo. El factor precio también es importante para los mexicanos ya que buscan el máximo beneficio del producto o servicio a menor costo. Además también busca un servicio especializado respecto a la

atención al cliente. Los créditos bancarios son los servicios más solicitados por los mexicanos debido al dinámico periodo de compras que experimentan.

El total de mujeres entre 15 y 34 años en México es de 19,612,027.

En México, este tipo de calzado es llamado “flat” o “balerina”. Su precio promedio es de 480 pesos mexicanos, es decir \$25 al tipo de cambio actual.

FCE: Servicio especializado en atención al cliente.

- **Productos Sustitutos**

Las consumidoras eligen las balerinas debido por sobre todas las cosas a su comodidad y su adaptabilidad para combinarse con varios estilos

Por ello, los principales productos sustitutos a los que se enfrentan son zapatos que ofrecen el mismo confort y/o adaptabilidad.

Entre ellos se tiene a los mocasines, Oxford's, alpargatas y zapatillas “Slip-On”.

FCE: Adaptabilidad para combinarse con varios estilos.

Figura N° 39: Balerinas



Fuente: Google. (2017). Balerinas. Extraído el 22 de Febrero del 2017 del <https://es.pinterest.com/pin/562246334710606483/>

- **Mocasines**

Este tipo de calzado se fabrica de diferentes tipos de material, pero sobre todo de tela o cuero, por la misma razón, los colores ofrecidos son muy variados. Se distingue por la comodidad que ofrecen ya que por lo general son bastante flexibles.

FCE: Comodidad debido a su flexibilidad.

Figura N° 40: Mocasines



Fuente: Google. (2017). Mocasines. Extraído el 22 de Febrero del 2017 del http://i01.i.aliimg.com/wsphoto/v0/32310129191_1/2015-women-flats-women-genuine-leather-shoes-flat-moccasins-woman-casual-shoes-7-colors-size-EU.jpg

- **Oxford's**

Fabricado generalmente con cuero o material sintético parecido al cuero. Son zapatos lisos que se atan con cordones y ofrecen comodidad y adaptabilidad a diferentes looks. Fueron tendencia desde el 2015, abarcando desde modelos formales hasta calzado de uso diario.

FCE: Modelos formales y de uso diario.

Figura N° 41: Zapatos modelo Oxford



Fuente: Google. (2017). Oxfords. Extraído el 22 de Febrero del 2017 del <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/89/88/e6/8988e695e56a467ad6d3af40523908aa.jpg>

○ **Alpargatas**

Este tipo de calzado tiene una característica especial en su elaboración y es que la planta del zapato está forrada con yute. La parte superior está hecha generalmente de tela o a veces del mismo yute.

Figura N° 42: Alpargatas



Fuente: Google. (2017). Alpargatas. Extraído el 22 de Febrero del 2017 del <http://www.espadrillestore.com/media/catalog/product/cache/3/image/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/e/s/espandola-classico-alpargatas-tradicional.jpg>

- **Zapatillas “Slip-On”**

Zapatillas sin pasadores de modelo casual, hechas de tela, material sintético o cuero. Destacable por la innovación en sus modelos.

Figura N° 43: Zapatillas “Slip-On”



Fuente: Google. (2017). Women Slip On's. Extraído el 22 de Febrero del 2017 del <http://g02.a.alicdn.com/kf/HTB1B9k4JpXXXXbOXpXXq6xXFXXX7/2015-Women-Platform-Slip-on-Hollow-Out-Breathable-Women-Shoes-Pregnant-Loafers-Creepers-Black-White-Silver.jpg>

- **Posibles Competidores**

En esta categoría se identifica a las empresas arequipeñas que no fabrican o no exportan calzado con parte superior de material textil artesanal, pero que cuentan con las herramientas para una futura incursión en este producto, dentro de las cuales se tiene a:

- **Incalpaca Tpx S. A.**

Como indica Incalpaca (2017), es una empresa arequipeña perteneciente al Grupo Inca, que abrió sus puertas el año 2006, se dedica al diseño, fabricación y comercialización de diferentes colecciones de ropa a base de fibra de alpaca,

también elabora telas de Alpaca y prendas de tejido de punto en general.

Debido a su dedicación y calidad, logró ingresar a mercados internacionales *“posicionando exitosamente sus 5 líneas de producción: Telas, Tejidos de punto, Accesorios, Confecciones en Tejido Plano y la Línea de Casa en el mercado nacional e internacional, bajo los nombres de prestigiosas casas de moda.”*

Incalpaca realiza colecciones para las diferentes temporadas del año, creando atuendos que incorporen la tendencia de moda actual, aprovechando las cualidades naturales de la fibra de alpaca, para elaborar prendas clásicas, étnicas y de tendencia.

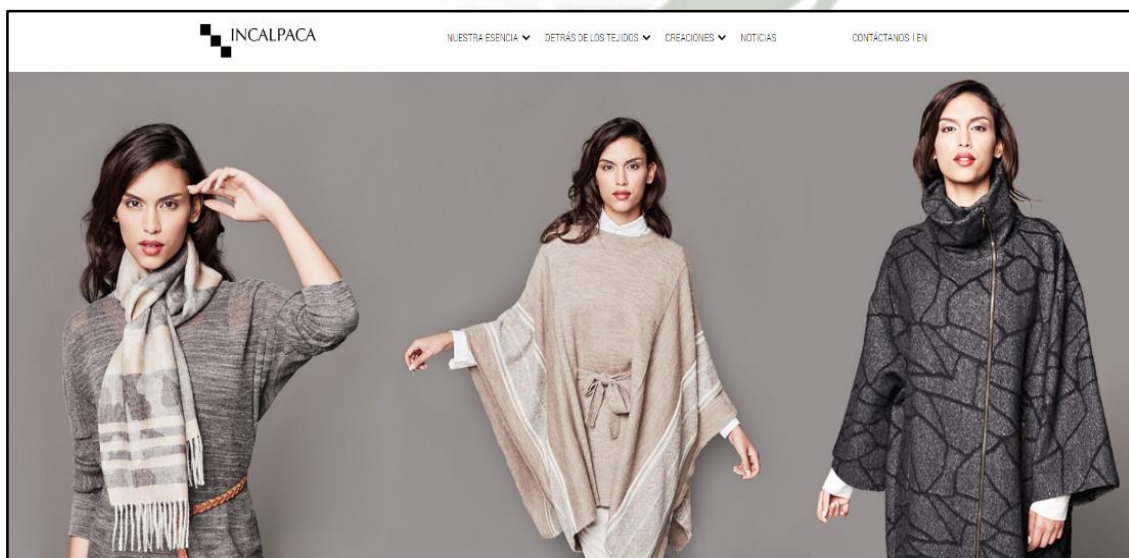
FCE: Ingreso a mercados internacionales.

Figura N° 44: Logo de Incalpaca



Fuente: Cámara Arequipa. (2017). Extraído el 21 de Febrero del 2017 del <http://www.camara-arequipa.org.pe/directorio-comercial/index.php?cat=33>

Figura N° 45: Página Web de Incalpaca



Fuente: Incalpaca. (2017). Incalpaca. Extraído el 21 de Febrero del 2017 del <http://www.incalpaca.com/es/>

Incalpaca es considerado en esta categoría a pesar de que no elabora calzado, sin embargo su calidad y gran variedad de productos le otorga reconocimiento a nivel internacional, por ende sus confecciones textiles podrían ser adquiridas por una empresa que fabrica calzado y de tal forma fusionar ambos productos para elaborar calzado con parte superior de material textil étnico.

- **Michell & Cía**

Como explica Michell (2017), Frank W. Michell crea Michell & Cía en 1931, una empresa dedicada a la producción y exportación de tops e hilados de Alpaca a través de la compra, categorización y comercialización de fibra de Alpaca y lana de ovino. Teniendo como fin, la internacionalización de dichos materiales y el reconocimiento de sus cualidades.

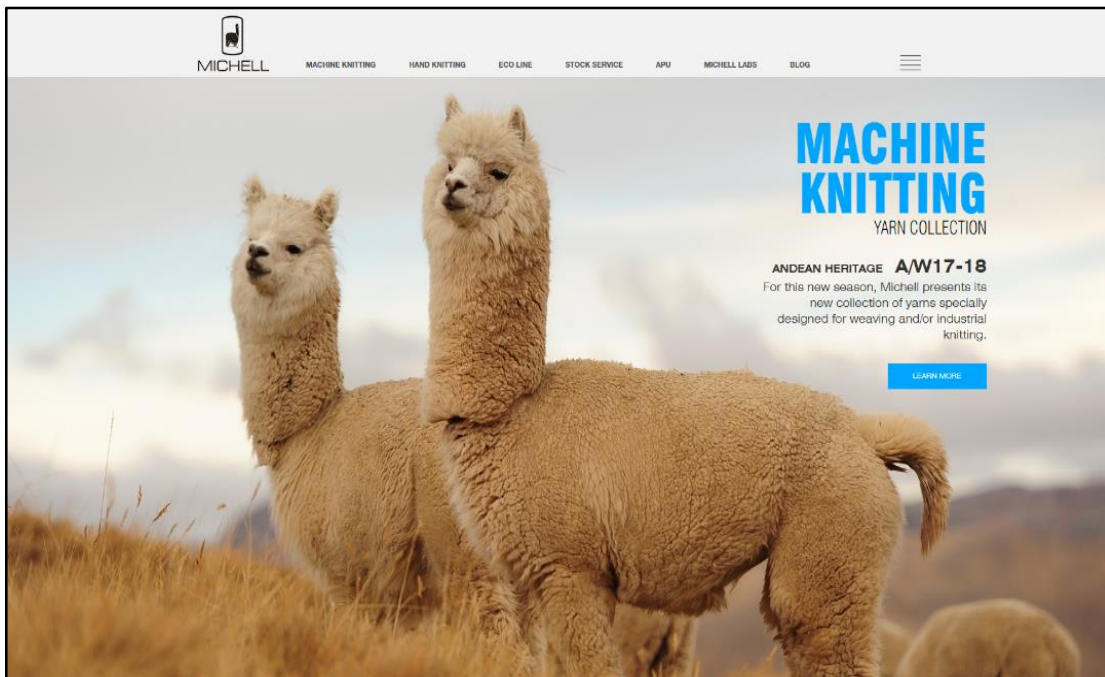
Hoy en día, Michell alcanzó los 82 años de funcionamiento, con un posicionamiento y reconocimiento a nivel mundial en la materia, impulsando el hilado de Alpaca en diferentes países, con trabajadores especializados y procesos de manufactura mejorados, adaptándose a las tendencias que exigen los mercados modernos.

Figura N° 46: Logo de Michell



**Fuente: Cámara Arequipa. (2017).
Extraído el 21 de Febrero del 2017
del <http://www.camara-arequipa.org.pe/directorio-comercial/index.php?cat=33>**

Figura N° 47: Página Web de Michell



Fuente: Michell. (2017). Michell. Extraído el 21 de Febrero del 2017 del <http://michell.com.pe/michell/>

Michell no confecciona calzado, sin embargo es considerada en esta categoría debido a su elaboración de piezas textiles, ya que cuenta con las herramientas para concretar algún posible acuerdo con empresas de calzado y lograr producir zapatos con parte superior de material textil étnico en forma conjunta.

FCE: Posicionamiento y reconocimiento.

○ Zapatería Ojeda

Según lo indicado por Facebook (2017), Zapatería Ojeda es una empresa arequipeña fundada en el año 1938, se dedica a la fabricación y comercialización nacional de calzado y artículos elaborados a base de cuero.

Ofrece una variedad de productos con gran calidad que se adecuan a la tendencia actual.

FCE: Adecuación a la tendencia actual.

Figura N° 48: Logo de Zapatería Ojeda



Fuente: Universidad Peruana. (2017). Ojeda Since – 1938 Moda en Cuero. Extraído el 21 de Febrero del 2017 del <https://www.universidadperu.com/empresas/marca/20100213754-Ojeda+Since-1938+Moda+en+Cuero>

Figura N° 49: Perfil de Facebook de la Zapatería Ojeda



Fuente: Facebook. (2017). Zapatería Ojeda. Extraído el 21 de Febrero del 2017 del https://www.facebook.com/pg/zapateriaojeda/photos/?ref=page_internal

Ojeda es considerado en esta categoría a pesar de que no elabora calzado con partes textiles, sin embargo su calidad y gran variedad de productos le otorga reconocimiento en Arequipa, por ende sus confecciones podrían ser adquiridas por una empresa que exporte textiles y de tal forma fusionar ambos productos para elaborar calzado con parte superior de material textil étnico.

○ **Calzado Estodas E. I. R. L.**

Como explica Facebook (2017) y Universidad Perú (2017), Estodas es una marca peruana creada el 21 de diciembre del 2012 como una empresa de Responsabilidad Limitada, se caracteriza por la originalidad de sus productos, enfocada en los detalles como los tejidos, picados y perforados.

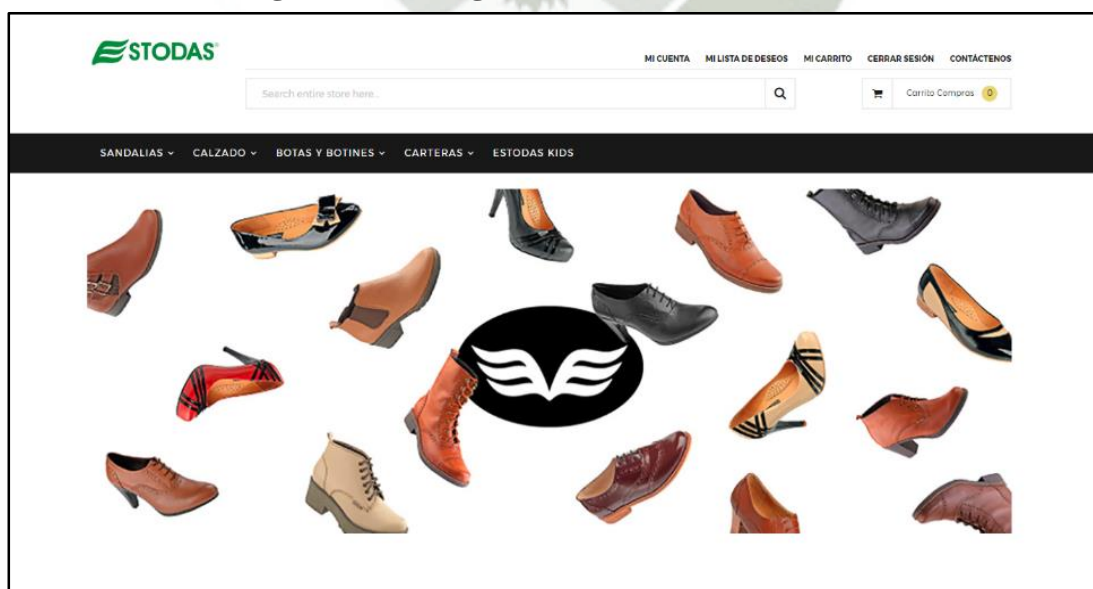
Dicha marca elabora calzado a mano, exclusivo y a base de cuero Premium.

Figura N° 50: Logo de Calzado Estodas



Fuente: Facebook. (2017). Calzado Estodas. Extraído el 21 de Febrero del 2017 del <https://www.facebook.com/CalzadoEstodas/photos/a.140867772623862.29216.105914969452476/1162678170442812/?type=1&theater>

Figura N° 51: Página Web de Calzado Estodas



Fuente: Estodas. (2017). Estodas. Extraído el 21 de Febrero del 2017 del <http://www.estodas.com.pe/>

Estodas es considerada en esta categoría a pesar de no elaborar calzado con partes textiles, sin embargo su originalidad y gran variedad de productos le otorga posicionamiento debido al valor agregado que la caracteriza, por ende sus confecciones podrían ser adquiridas por una empresa que exporte textiles y de tal forma fusionar ambos productos para elaborar calzado con parte superior de material textil étnico.

FCE: Originalidad.

1.3.2. Competencia Empresarial

- **Perú**
 - **Intishine Store S.A.C.**

Como explica Connect Americas (2017), Intishine es una empresa fundada en el año 2009 dedicada a diseñar, fabricar, comercializar y exportar zapatos realizados únicamente con parte superior textil étnica peruana.

Esta empresa ha iniciado su incursión en las exportaciones, teniendo como objetivo presentar productos que empleen artesanos textiles en su fabricación, utilizando materiales propios del Perú y de esta forma dar a conocer la diversidad artística peruana.

Figura N° 52: Logo de Intishine Store



Fuente: Connect Americas. (2017). Intishine Store SAC. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del <https://connectamericas.com/es/company/intishine-store-sac>

Figura N° 53: Balerinas de Intishine



Fuente: Intishine. (2012). Calzados Intishine peruanos. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del http://intishine.blogspot.pe/2012_07_01_archive.html

○ **Paykunapaq Peruvian Art**

Como indica Facebook (2017), Paykunapaq es una marca peruana, su nombre procede del quechua y significa “Para ellos/ellas”, se dedica a elaborar prendas de vestir, calzado, bolsos y carteras.

La empresa emplea materiales peruanos de alta calidad e incorpora a sus diseños el arte textil nacional, combinándolo con la tendencia actual de la moda, fabricando sus productos de forma manual.

Figura N° 54: Logo de Paykunapaq



Fuente: Facebook. (2017). Cuenta de Paykunapaq. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del <https://www.facebook.com/Paykunapaq/photos/a.172013606265474.39467.172013306265504/197693167030851/?type=1&theater>

Figura N° 55: Balerinas de Paykunapaq



Fuente: Paykunapaq. (2010). Paykunapaq. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del <http://paykunapaq.blogspot.pe/2010/11/nuestras-ballerinas-con-muy-comodas-y.html>

- **Bolivia**
 - **Calzart Bolivia**

Como explica Calzart Bolivia (2017), es una empresa fundada como unidad familiar, especializada en calzado de damas, con el tiempo empezó la producción de calzado para varones y niños y adquirió el nombre empresarial de Calzart Bolivia.

En la actualidad es un grupo industrial que se dedica a la fabricación y comercialización de calzado de cuero, teniendo como misión la elaboración de productos con la mejor calidad, elegancia y durabilidad.

Figura N° 56: Logo de Calzart Bolivia



Fuente: Calzart Bolivia. (2017). Nosotros. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del <http://calzartbolivia.com/index.php/nosotros>

- **Ecuador**
 - **Kory Malku**

Como indica Revista Lideres (2016), la marca Kory Malku significa Kory (Oro) y Malku (cóndor), fue creada por el kichwa otavalo César Flores.

Con el pasar del tiempo, la marca ha desarrollado 10 modelos entre botas, sandalias, mocasines, baletas, para mujeres, hombres y niños.

El valor agregado de dicha marca es que elaboran sus productos a base de telares vistosos de varios colores, *“que son hechas en los telares de la parcialidad de Peguche. Estos tejidos de hilos, que son conocidos como pescaditos, se alternan con piezas de cuero y plantillas de goma y caucho.”*

Figura N° 57: Balerinas de Kory Malku



Fuente: Facebook. (2017). Cuenta de Korimalku - creazioni. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del <https://www.facebook.com/Korymalku/photos/a.471094166354279.1073741826.471073213023041/911328415664183/?type=3&theater>

- **México**
 - **Nich Chiapas**

Como indica Facebook (2017), la empresa Nich Chiapas está formada por un colectivo de mujeres y hombres tsotsiles de Zinacantan, que se dedican a la fabricación de productos artesanales e innovadores, empleando procesos tradicionales y ligados a su cultura.

Los productos que fabrican son calzados, telas hechas a mano, ropa en general, cojines, sobrecamas, etc.

Figura N° 58: Logo de Nich Chiapas



Fuente: Facebook. (2017). Cuenta de Nich Chiapas. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del <https://www.facebook.com/Nich.Chiapas/photos/a.174912255974533.40985.156069237858835/724916684307418/?type=1&theate>

Figura N° 59: Balerinas de Nich Chiapas



Fuente: Facebook. (2017). Cuenta de Nich Chiapas. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del <https://www.facebook.com/Nich.Chiapas/photos/a.174913069307785.40986.156069237858835/952859361513148/?type=3&theater>

1.3.3. Matriz del Perfil Referencial

En esta matriz se comparará la futura empresa Cabana Flats S.A.C. (que se viene investigando), con dos empresas referenciales: Intishine Store S.A.C. (empresa peruana) y Nich Chiapas (empresa mexicana).

Tabla N° 32: Matriz del Perfil Referencial

FCE	Peso (0 a 1)	Cabana Flats S.A.C.		Intishine Store S.A.C.		Nich Chiapas	
		Calificación (1 a 4)	Peso Ponderado	Calificación (1 a 4)	Peso Ponderado	Calificación (1 a 4)	Peso Ponderado
Calidad y precio óptimo	0.18	2	0.36	4	0.72	3	0.54
Niveles altos de producción y exportación	0.17	2	0.34	3	0.51	3	0.51
Posicionamiento y reconocimiento	0.14	1	0.14	2	0.28	3	0.42
Cuentan con lugares de distribución	0.12	2	0.24	3	0.36	3	0.36
Ingreso a mercados internacionales	0.11	3	0.33	3	0.33	2	0.22
Originalidad	0.09	3	0.27	3	0.27	3	0.27
Diversidad de Expresión Artística	0.07	3	0.21	3	0.21	3	0.21
Adecuación a la tendencia actual	0.05	3	0.15	4	0.20	4	0.20
Piezas bordadas llamativas	0.04	4	0.16	4	0.16	4	0.16
Servicio especializado en atención al cliente	0.03	2	0.06	3	0.09	3	0.09
Total	1		2.26		3.13		2.98

Elaboracion: Propia

Como se observa, las empresas referenciales poseen mejor calificación que Cabana Flats S.A.C. debido a su actual participación en el mercado.

1.3.4. Matriz del Perfil Competitivo

En esta matriz se comparará a Cabana Flats S.A.C. con tres empresas competidoras: Paykunapaq (empresa peruana), Calzart Bolivia (empresa boliviana) y Kory Malk (empresa ecuatoriana).

Tabla N° 33: Matriz del Perfil Competitivo

FCE	Peso (0 a 1)	Cabana Flats S.A.C.		Paykunapaq		Calzart Bolivia		Kory Malku	
		Calificación (1 a 4)	Peso Ponderado	Calificación (1 a 4)	Peso Ponderado	Calificación (1 a 4)	Peso Ponderado	Calificación (1 a 4)	Peso Ponderado
Calidad y precio óptimo	0.18	3	0.54	2	0.36	3	0.54	3	0.54
Niveles altos de producción y exportación	0.17	2	0.34	2	0.34	3	0.51	3	0.51
Posicionamiento y reconocimiento	0.14	3	0.42	2	0.28	2	0.28	3	0.42
Cuentan con lugares de distribución	0.12	4	0.48	3	0.36	2	0.24	3	0.36
Ingreso a mercados internacionales	0.11	3	0.33	2	0.22	2	0.22	3	0.33
Originalidad	0.09	3	0.27	3	0.27	2	0.18	3	0.27
Diversidad de Expresión Artística	0.07	4	0.28	4	0.28	4	0.28	4	0.28
Adecuación a la tendencia actual	0.05	3	0.15	3	0.15	2	0.10	3	0.15
Piezas bordadas llamativas	0.04	4	0.16	4	0.16	2	0.08	4	0.16
Servicio especializado en atención al cliente	0.03	2	0.06	2	0.06	3	0.09	4	0.12
Total	1		3.03		2.48		2.52		3.14

Elaboración: Propia

Como se observa en la tabla, la empresa ecuatoriana Kory Malk presenta la mejor calificación valorizada en 3.14, en segundo lugar se posicionaría Cabana Flats S.A.C. con un puntaje de 3.03, mientras que en tercer lugar se encuentra la empresa boliviana Calzart Bolivia con una puntuación de 2.52 y por último Paykunapaq con 2.48 puntos.

1.4. ANÁLISIS DE PRECIOS

1.4.1. Perú

- **Perú – Chile**

El calzado peruano con parte superior de material textil, presenta buena acogida en el mercado chileno, por lo cual a continuación se observará el precio promedio que registró dicho producto y la cantidad total de zapatos peruanos exportados a Chile entre los años 2011 a 2015.

Tabla N° 34: Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de Perú identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por Chile entre los años 2011-2015

Año	Precio promedio en dólares por par de zapatos	Cantidad Total de Pares de Zapatos Exportados
2011	\$10.15	2,857 pares de zapatos
2012	\$16.30	10,000 pares de zapatos
2013	\$9.28	5,714 pares de zapatos
2014	\$10.15	8,571 pares de zapatos
2015	\$9.32	50,000 pares de zapatos

Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Figura N° 60: Cantidad Total de Pares de Zapatos Peruanos Exportados a Chile



Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||640419||6|1|1|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Como se observa, a partir del año 2013 el crecimiento de pares de zapatos peruanos exportados a Chile viene acrecentándose de forma constante, llegando a exportarse 50,000 pares para el año 2015, con precios que oscilan entre los \$9 y \$10, sin embargo para el año 2012 el precio promedio llegó a ser de \$16.30.

Se debe tomar en consideración que la cantidad total de par de zapatos se calculó tomando como referencia la cantidad total de toneladas exportadas a Chile

- **Perú – Estados Unidos**

Referente al calzado con parte superior de material textil, el mercado estadounidense presenta crecimiento en las importaciones de dicho producto como se observa en la tabla 13, por lo cual a continuación se observará la cantidad total de

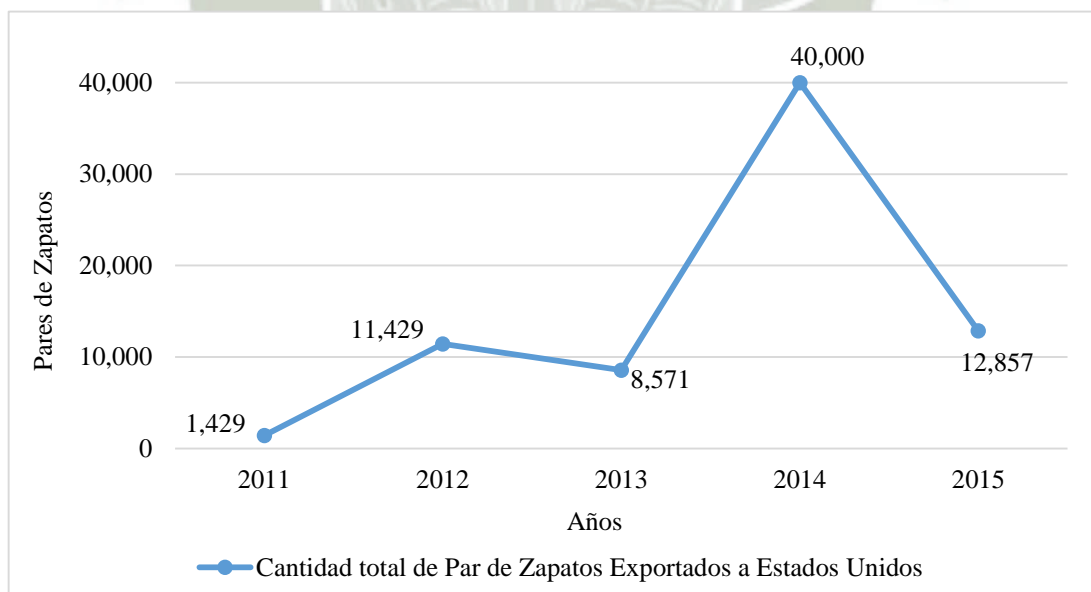
zapatos peruanos exportados a Estados Unidos de América y su precio promedio entre los años 2011 a 2015.

Tabla N° 35: Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de Perú identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por Estados Unidos entre los años 2011-2015

Año	Precio promedio en dólares por par de zapatos	Cantidad Total de Pares de Zapatos Exportados
2011	\$19.60	1,429 pares de zapatos
2012	\$16.54	11,429 pares de zapatos
2013	\$11.08	8,571 pares de zapatos
2014	\$10.98	40,000 pares de zapatos
2015	\$15.09	12,857 pares de zapatos

Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||640419||6|1|2|2|1|2|1|1
Elaboración: Propia

Figura N° 61: Cantidad Total de Pares de Zapatos Peruanos Exportados a Estados Unidos



Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||640419||6|1|2|2|1|2|1|1
Elaboración: Propia

Los precios del calzado con parte superior textil oscilan entre los \$10 y \$20, siendo el 2014 el año que Perú exportó la mayor cantidad de productos a Estados Unidos, para 2015 se exportaron 12, 857 pares de zapatos, una disminución significativa comparada con el año anterior, pero que sin embargo, presenta crecimiento al ser comparada con los años 2011 a 2013.

- **Perú – México**

Referente al calzado con parte superior de material textil, el mercado mexicano presenta incremento en las importaciones de dicho producto como se observa en la tabla 13, por lo cual a continuación se observará la cantidad total de zapatos peruanos exportados a México y su precio promedio entre los años 2011 a 2015.

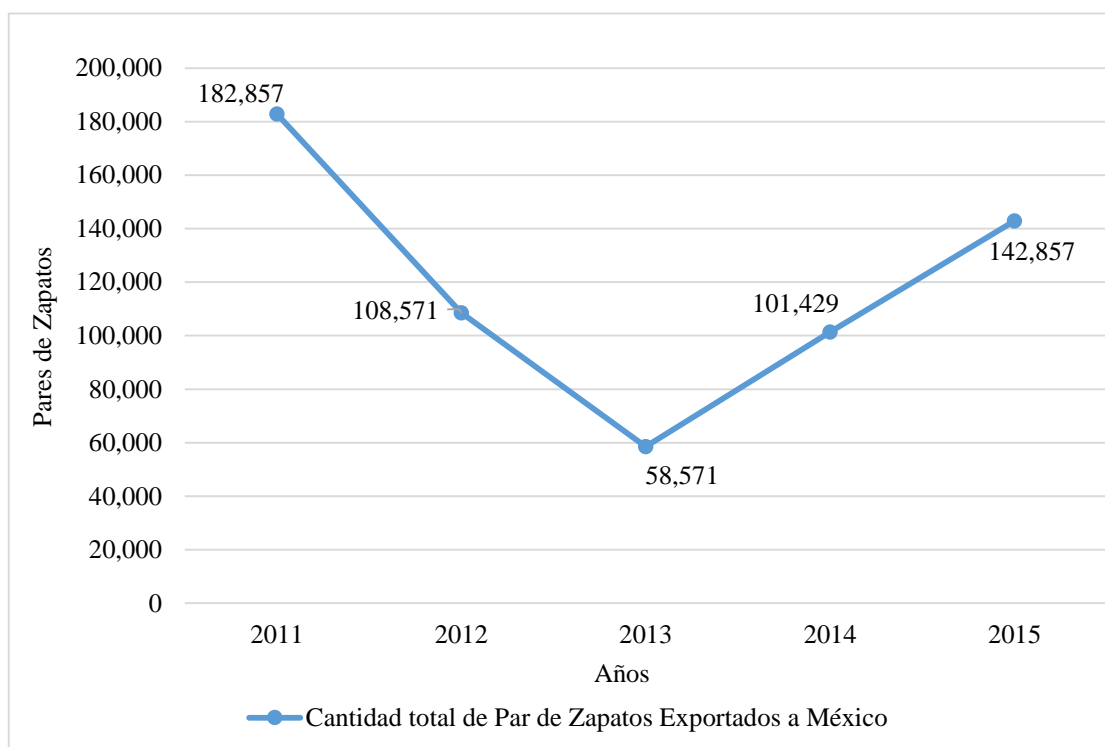
Tabla N° 36: Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de Perú identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por México entre los años 2011-2015

Año	Precio promedio en dólares por par de zapatos	Cantidad Total de Pares de Zapatos Exportados
2011	\$8.64	182,857 pares de zapatos
2012	\$8.64	108,571 pares de zapatos
2013	\$9.70	58,571 pares de zapatos
2014	\$9.14	101,429 pares de zapatos
2015	\$8.88	142,857 pares de zapatos

Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Figura N° 62: Cantidad Total de Pares de Zapatos Peruanos Exportados a México



Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||640419|||6|1|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Como se puede apreciar la cantidad total por par de zapatos exportados a México tuvo una caída importante en el año 2013, pero presentó recuperación constante en los años siguientes, llegando a exportarse 142,857 pares de zapatos en el año 2015; por otro lado, el precio promedio de dichos zapatos en los años analizados oscila entre \$8 y \$10.

1.4.2. Bolivia

- **Bolivia – Chile**

Referente al calzado con parte superior de material textil, a continuación se observará la cantidad total de zapatos bolivianos exportados a Chile y su precio promedio entre los años 2011 a 2015, con el fin de conocer su tendencia de crecimiento.

Tabla N° 37: Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de Bolivia identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por Chile entre los años 2011-2015

Año	Precio promedio en dólares por par de zapatos	Cantidad Total de Pares de Zapatos Exportados
2013	\$5.60	1,429 pares de zapatos
2014	\$11.20	1,429 pares de zapatos
2015	\$0	0 pares de zapatos

Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Bolivia. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|068|||640419||6|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Figura N° 63: Cantidad Total de Pares de Zapatos Bolivianos Exportados a Chile



Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Bolivia. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|068|||640419||6|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Como se observa, los bolivianos no realizaron ninguna exportación a Chile en el año 2015, presentando la misma cantidad exportada en 2013 y 2014, sin embargo se puede apreciar que el precio promedio del calzado con parte superior textil se duplicó en el año 2014.

- **Bolivia – México**

Referente al calzado con parte superior de material textil, a continuación se observará la cantidad total de zapatos bolivianos exportados a México y su precio promedio entre los años 2011 a 2015, con el fin de conocer su tendencia de crecimiento.

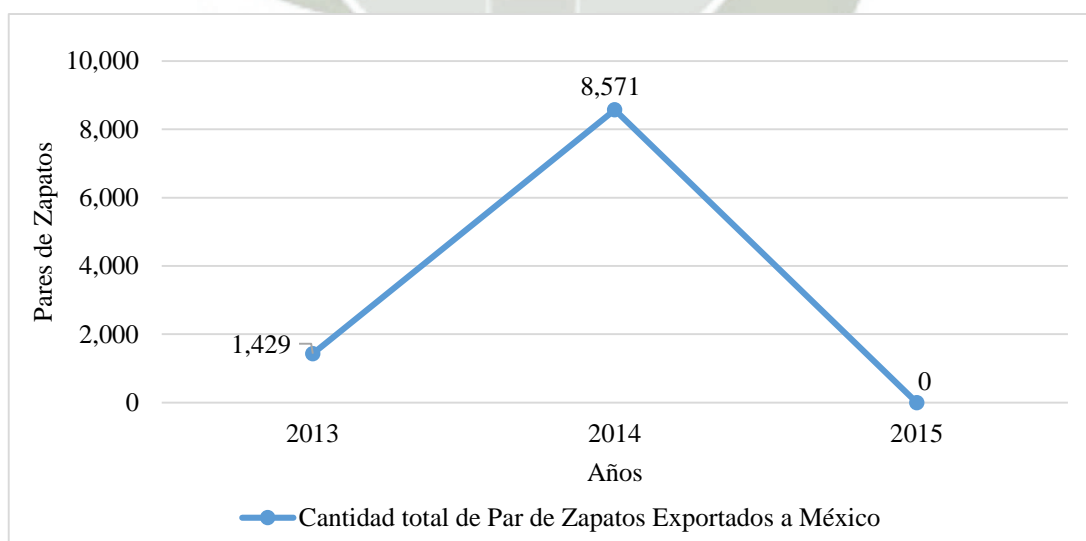
Tabla N° 38: Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de Bolivia identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por México entre los años 2011-2015

Año	Precio promedio en dólares por par de zapatos	Cantidad Total de Pares de Zapatos Exportados
2013	\$5.60	1,429 pares de zapatos
2014	\$11.90	8,571 pares de zapatos
2015	\$0	0 pares de zapatos

Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Bolivia. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|068|||640419||6|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Figura N° 64: Cantidad Total de Pares de Zapatos Bolivianos Exportados a México



Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Bolivia. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|068|||640419||6|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Como se aprecia en la figura, las exportaciones bolivianas a México aumentaron significativamente el 2014, otro lado, el precio promedio de calzado para dicho año, duplicó al precio registrado en 2013; sin embargo no se registraron exportaciones para el año 2015.

1.4.3. Ecuador

- **Ecuador – Estados Unidos**

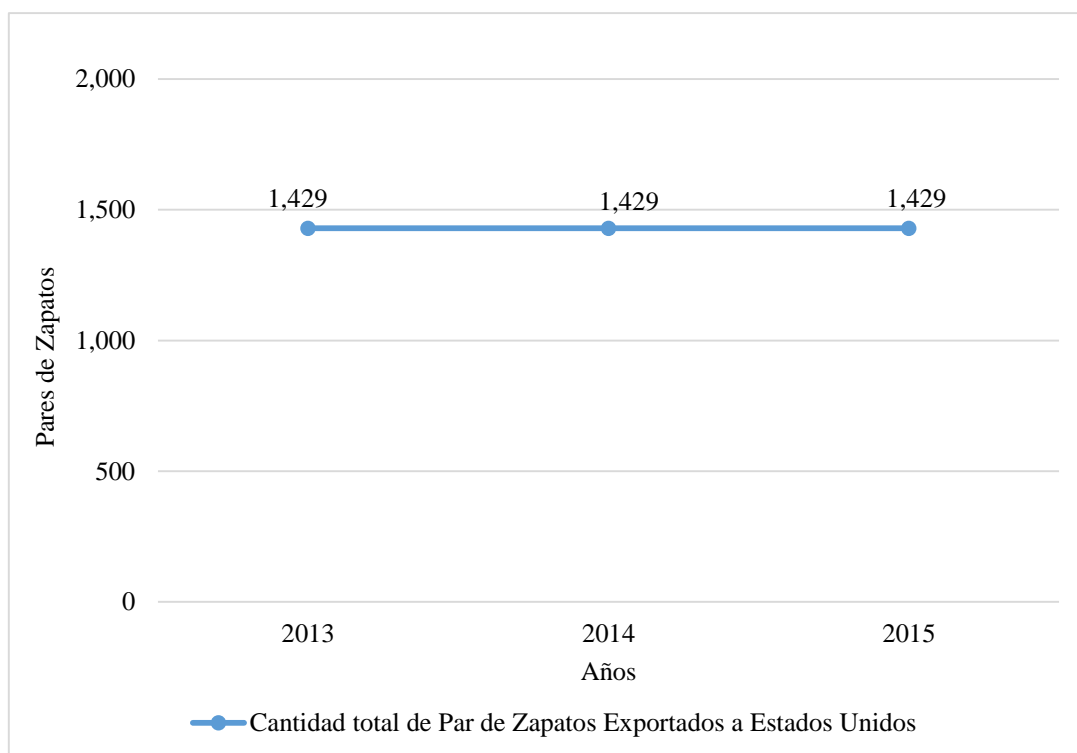
Referente al calzado con parte superior de material textil, a continuación se observará la cantidad total de zapatos ecuatorianos exportados a Estados Unidos y su precio promedio entre los años 2011 a 2015, con el fin de conocer su tendencia de crecimiento.

Tabla N° 39: Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de Ecuador identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por Estados Unidos entre los años 2011-2015

Año	Precio promedio en dólares por par de zapatos	Cantidad Total de Pares de Zapatos Exportados
2013	\$3.50	1,429 pares de zapatos
2014	\$3.50	1,429 pares de zapatos
2015	\$2.80	1,429 pares de zapatos

Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|218|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1
Elaboración: Propia

Figura N° 65: Cantidad Total de Pares de Zapatos Ecuatorianos Exportados a Estados Unidos



Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|218|||640419|||6|1|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Como se observa, Ecuador mantuvo la misma cantidad de calzado exportado entre los años 2013 a 2015, con un valor de 1,429 pares de zapatos por cada año, sin embargo sus precios promedio variaron de \$3.50 para 2013 y 2014 a \$2.80 en 2015.

1.4.4. México

- **México - Chile**

Referente al calzado con parte superior de material textil, a continuación se observará la cantidad total de zapatos mexicanos exportados a Chile y su precio promedio entre los años 2011 a 2015, con el fin de conocer su tendencia de crecimiento.

Tabla N° 40: Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de México identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por Chile entre los años 2011-2015

Año	Precio promedio en dólares por par de zapatos	Cantidad Total de Pares de Zapatos Exportados
2011	\$14.14	2,857 pares de zapatos
2012	\$18.43	10,000 pares de zapatos
2013	\$19.60	5,714 pares de zapatos
2014	\$24.50	8,571 pares de zapatos
2015	\$19.13	50,000 pares de zapatos

Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por México. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|484|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Figura N° 66: Cantidad Total de Pares de Zapatos Mexicanos Exportados a Chile



Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por México. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|484|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Como se aprecia, la cantidad de calzado exportado a partir del año 2013 presenta un crecimiento sostenido alcanzando los 50,000 pares de zapatos para el año 2015; el precio promedio de dichos productos en los años analizados oscila entre \$14 y \$20, registrando el monto más elevado en 2014 con \$24.50.

- **México – Estados Unidos**

Referente al calzado con parte superior de material textil, a continuación se observará la cantidad total de zapatos mexicanos exportados a Estados Unidos y su precio promedio entre los años 2011 a 2015, con el fin de conocer su tendencia de crecimiento.

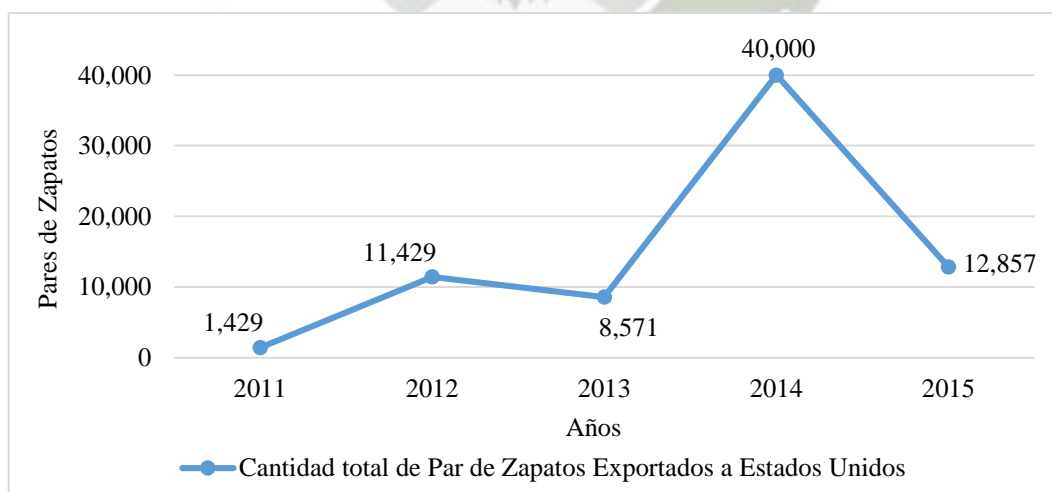
Tabla N° 41: Cantidad Total Exportada y Precio Promedio de productos procedentes de México identificados con la subpartida arancelaria 640419 importados por Estados Unidos entre los años 2011-2015

Año	Precio promedio en dólares por par de zapatos	Cantidad Total de Pares de Zapatos Exportados
2011	\$13.85	1,429 pares de zapatos
2012	\$17.96	11,429 pares de zapatos
2013	\$17.94	8,571 pares de zapatos
2014	\$16.80	40,000 pares de zapatos
2015	\$18.55	12,857 pares de zapatos

Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por México. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|484|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

Figura N° 67: Cantidad Total de Pares de Zapatos Mexicanos Exportados a Estados Unidos



Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por México. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|484|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1

Elaboración: Propia

México presenta una cantidad considerable exportada hacia Estados Unidos, sin embargo su máximo nivel de exportación se registró en 2014 con 40,000 pares de zapatos, mostrando un decrecimiento para el año 2015 con 12,857 pares, por otro lado, los precios promedio para dicho producto oscilan entre los \$13 y \$19.

1.4.5. Comparación de los países Ofertantes que exportan a Chile

Tabla N° 42: Comparación de los países competidores que exportan a Chile productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015

Año	Países que exportan a Chile			
	Perú	Bolivia	Ecuador	México
2011	2,857 pares	0 pares	0 pares	2,857 pares
2012	10,000 pares	0 pares	0 pares	10,000 pares
2013	5,714 pares	1,429 pares	0 pares	5,714 pares
2014	8,571 pares	1,429 pares	0 pares	8,571 pares
2015	50,000 pares	0 pares	0 pares	50,000 pares

Elaboración: Propia

Tabla N° 43: Comparación de la variación porcentual de los países competidores que exportan a Chile productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015

Año	Países que exportan a Chile			
	Perú	Bolivia	Ecuador	México
2011/12	250%	-	-	250%
2012/13	-43%	-	-	-43%
2013/14	50%	0%	-	50%
2014/15	227%	-	-	227%
Promedio	120.96%	0%	-	120.96%

Elaboración: Propia

Como se observa en las tablas, México y Perú han realizado la misma cantidad de exportación entre los años 2011 a 2015, registrando ambos países una variación porcentual de 120.96%, por otro lado, Bolivia presenta la misma cantidad de exportación en 2013 y 2014, por lo que su variación se reduce a 0% y por último, Ecuador no realizó ningún exportación en dichos años hacia el país chileno.

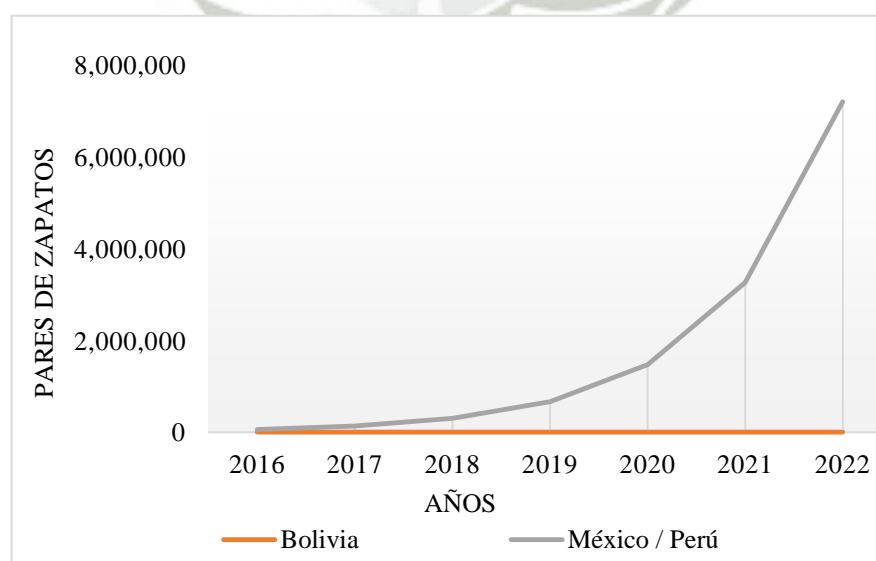
A continuación se proyectarán las exportaciones a Chile para los años 2016 a 2022.

Tabla N° 44: Proyección de los países competidores que exportan a Chile productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022

Año	Países que exportan a Chile			
	Perú	Bolivia	Ecuador	México
2016	61,869 pares	1,429 pares	-	61,869 pares
2017	136,705 pares	1,429 pares	-	136,705 pares
2018	302,065 pares	1,429 pares	-	302,065 pares
2019	667,442 pares	1,429 pares	-	667,442 pares
2020	1,474,781 pares	1,429 pares	-	1,474,781 pares
2021	3,258,678 pares	1,429 pares	-	3,258,678 pares
2022	7,200,379 pares	1,429 pares	-	7,200,379 pares

Elaboración: Propia

Figura N° 68: Proyección de los países competidores que exportan a Chile productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022



Elaboración: Propia

Al haber realizado la proyección se concluye que México y Perú efectuarán la misma cantidad de exportaciones a Chile, por ende la figura resalta de color plomo la cantidad exportadora perteneciente a Perú y México, por su parte la proyección de Bolivia indica que exportará la misma cantidad (1,429 pares de zapatos) entre 2016 y 2022.

1.4.6. Comparación de los países Ofertantes que exportan a Estados Unidos

Tabla N° 45: Comparación de los países competidores que exportan a Estados Unidos productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015

Año	Países que exportan a Estados Unidos			
	Perú	Bolivia	Ecuador	México
2011	1,429 pares	0 pares	0 pares	1,429 pares
2012	11,429 pares	0 pares	0 pares	11,429 pares
2013	8,571 pares	0 pares	1,429 pares	8,571 pares
2014	40,000 pares	0 pares	1,429 pares	40,000 pares
2015	12,857 pares	0 pares	1,429 pares	12,857 pares

Elaboración: Propia

Tabla N° 46: Comparación de la variación porcentual de los países competidores que exportan a Estados Unidos productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015

Año	Países que exportan a Estados Unidos			
	Perú	Bolivia	Ecuador	México
2011/12	700%	-	-	700%
2012/13	-25%	-	-	-25%
2013/14	367%	-	0%	367%
2014/15	-68%	-	0%	-68%
Promedio	243.40%	-	0%	243.40%

Elaboración: Propia

En las tablas se aprecia que Perú y México realizaron la misma cantidad de exportación hacia Estados Unidos entre los años 2011 a 2015, lo que brinda como resultado una variación porcentual del 243.40% para ambos países, por otro lado Ecuador exportó la misma cantidad de pares de zapatos entre los años 2013 a 2015 y por último, Bolivia no realizó ninguna exportación hacia el país norteamericano entre los años analizados.

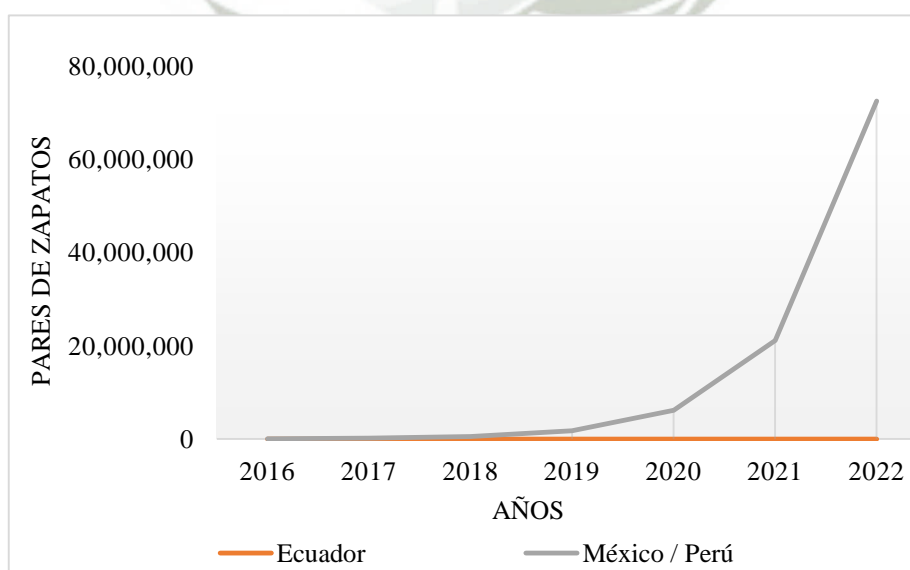
A continuación se proyectarán las exportaciones a Estados Unidos para los años 2016 a 2022.

Tabla N° 47: Proyección de los países competidores que exportan a Estados Unidos productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022

Año	Países que exportan a Estados Unidos			
	Perú	Bolivia	Ecuador	México
2016	44,151 pares	-	1,429 pares	44,151 pares
2017	151,618 pares	-	1,429 pares	151,618 pares
2018	520,662 pares	-	1,429 pares	520,662 pares
2019	1,787,973 pares	-	1,429 pares	1,787,973 pares
2020	6,139,972 pares	-	1,429 pares	6,139,972 pares
2021	21,084,910 pares	-	1,429 pares	21,084,910 pares
2022	72,406,423 pares	-	1,429 pares	72,406,423 pares

Elaboración: Propia

Figura N° 69: Proyección de los países competidores que exportan a Estados Unidos productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022



Elaboración: Propia

1.4.7. Comparación de los países Ofertantes que exportan a México

Tabla N° 48: Comparación de los países competidores que exportan a México productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015

Año	Países que exportan a México		
	Perú	Bolivia	Ecuador
2011	182,857 pares	0 pares	0 pares
2012	108,571 pares	0 pares	0 pares
2013	58,571 pares	1,429 pares	0 pares
2014	101,429 pares	8,571 pares	0 pares
2015	142,857 pares	0 pares	0 pares

Elaboración: Propia

Tabla N° 49: Comparación de la variación porcentual de los países competidores que exportan a México productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015

Año	Países que exportan a México		
	Perú	Bolivia	Ecuador
2011/12	-41%	-100%	-
2012/13	-46%	-100%	-
2013/14	73%	500%	-
2014/15	41%	-100%	-
Promedio	6.83%	49.95%	-

Elaboración: Propia

Perú realizó exportaciones a México que generaron una variación porcentual de 6.83%, lo que se traduce en un crecimiento corto, sin embargo Bolivia alcanzó una variación del 49.95%, siendo Ecuador el único país que no exportó a México entre los años 2011 a 2015.

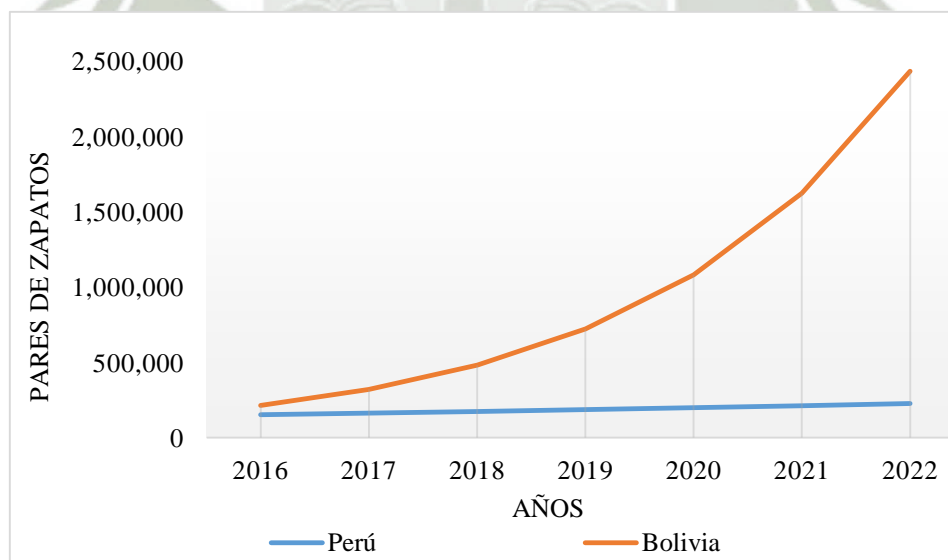
A continuación se proyectarán las exportaciones a México para los años 2016 a 2022.

Tabla N° 50: Proyección de los países competidores que exportan a México productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022

Año	Países que exportan a México		
	Perú	Bolivia	Ecuador
2016	152,621 pares	214,211 pares	-
2017	163,052 pares	321,203 pares	-
2018	174,196 pares	481,636 pares	-
2019	186,102 pares	722,202 pares	-
2020	198,822 pares	1,082,924 pares	-
2021	212,411 pares	1,623,817 pares	-
2022	226,929 pares	2,434,874 pares	-

Elaboración: Propia

Figura N° 70: Proyección de los países competidores que exportan a México productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022



Elaboración: Propia

La proyección indica que Bolivia alcanzará aumentar sus exportaciones con un crecimiento constante en los siguientes años, mientras que Perú mostrará un incremento más corto, de forma casi lineal.



2.1. RESULTADOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO

2.1.1. Análisis de Resultados

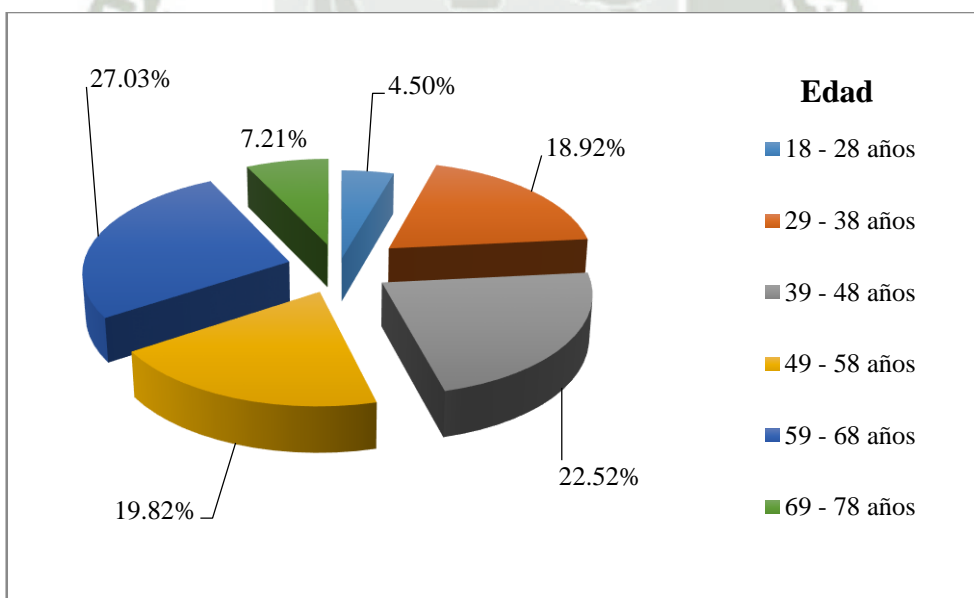
- **Edad**

Tabla N°51: Edad de la Población Objetivo

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
18 – 28 años	5	4.50%
29 – 38 años	21	18.92%
39 – 48 años	25	22.52%
49 – 58 años	22	19.82%
59 – 68 años	30	27.03%
69 – 78 años	8	7.21%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°71: Edad de la Población Objetivo



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Tomando en consideración lo presentado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2007), del total de población que radica en la Provincia de Caylloma, las personas mayores de 14

años representan el 67.99 % de su población total, los cuales son 50,112 personas entre hombres y mujeres pertenecientes a un total de 73,718 personas que radican en dicha provincia.

De los resultados obtenidos se observa que los artesanos textiles entre 59 y 68 años representan al grupo con mayor cantidad de encuestados con un 27.03%, seguidos por los encuestados que tienen entre 39 y 48 años representando un 22.52%; por su parte la población de artesanos textiles entre 18 y 28 años figuran como la población más pequeña con un 4.50%.

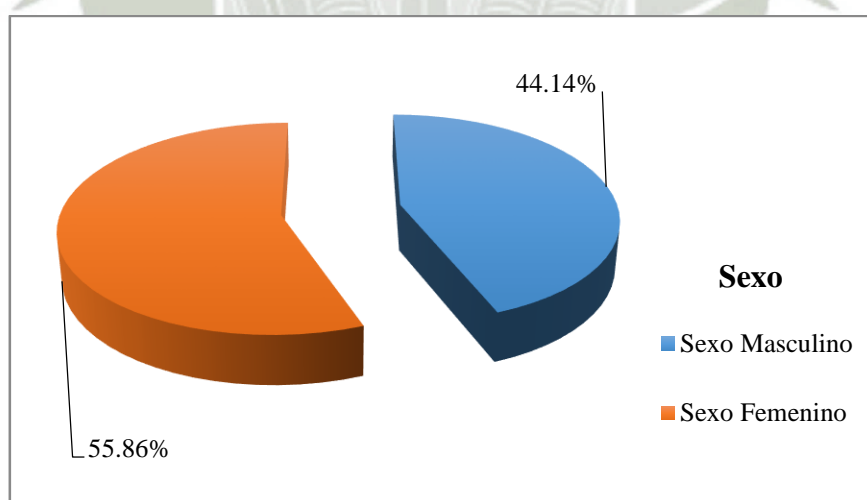
- **Sexo**

Tabla N°52: Sexo de la Población Objetivo

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Sexo Masculino	49	44.14%
Sexo Femenino	62	55.86%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°72: Sexo de la Población Objetivo



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2007), en la provincia de Caylloma residen 35,842 mujeres que representan el 48.62% del total de habitantes de la zona, mientras

que son 37,876 los hombres que radican en dicho territorio equivalentes el 51.38%.

Los resultados muestran que del total de la población objetivo, teniendo en cuenta que son hombres y mujeres mayores de 18 años, el 55.86% equivale a mujeres con un total de 62 encuestadas, mientras que los hombres equivalen al 44.14% con un total de 49 encuestados.

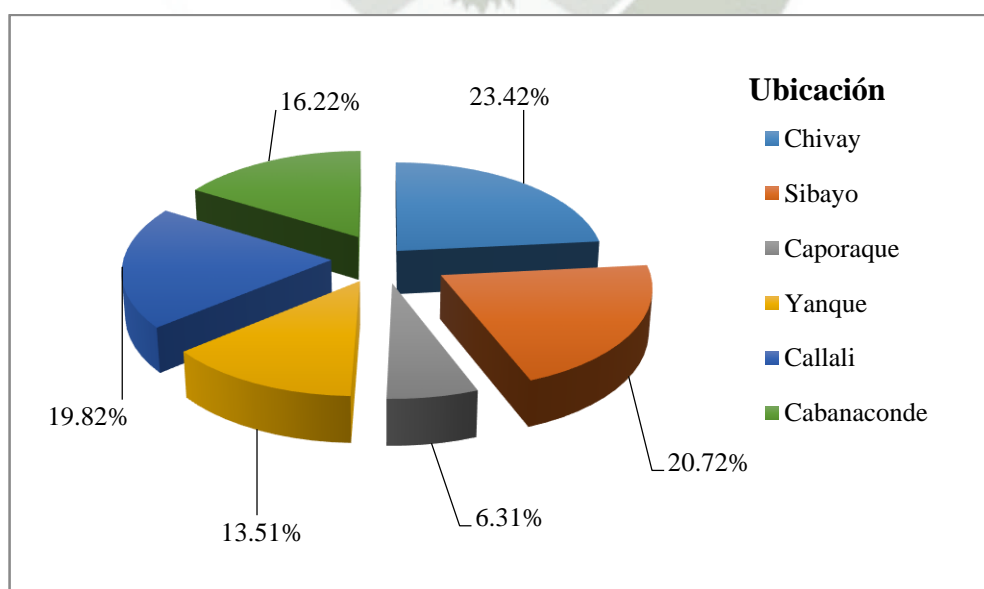
- **Ubicación**

Tabla N°53: Ubicación de la Población Objetivo

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Chivay	26	23.42%
Sibayo	23	20.72%
Caporaque	7	6.31%
Yanque	15	13.51%
Callali	22	19.82%
Cabanaconde	18	16.22%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°73: Ubicación de la Población Objetivo



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Según la información brindada por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), en el Distrito de Caporaque se encuentra registrada la Asociación de “Sumaq Yankay Caporaque” con 10 artesanos textiles, en el Distrito de Yanque se encuentra la Asociación de “El Arte de Bordar” con 11 artesanos textiles, mientras que el distrito de Callali cuenta con la Asociación de “Alpaca para el Mundo” con 28 artesanos textiles, el Distrito de Chivay con la Asociación de “APACOLSA” que presenta 3 artesanos y la Asociación de “Sumaq Pallay” pertenece al Distrito de Sibayo con 31 integrantes, por ultimo 72 artesanos residentes en todos los distritos mencionados se encuentran trabajando de forma independiente.

La figura muestra que Chivay es el distrito con el mayor número de artesanos textiles encuestados representando un 23.42%, mientras que Caporaque es el distrito con menor cantidad de encuestados con 6.31%.

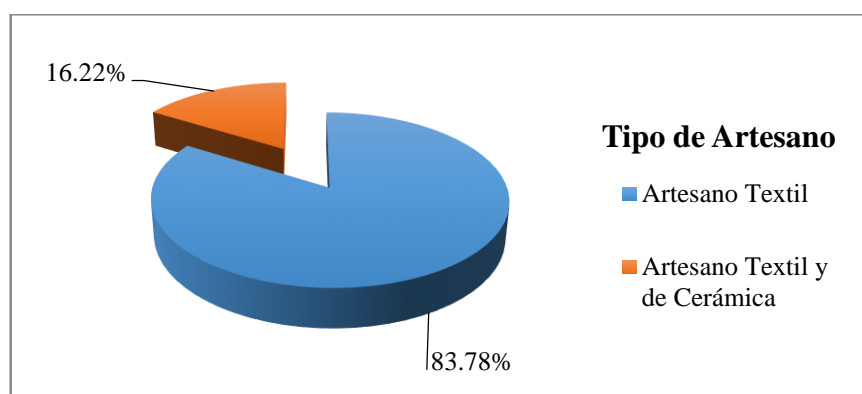
- **Tipo de Artesano**

Tabla N°54: Tipo de Artesano

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Artesano Textil	196 93	83.78%
Artesano Textil y de Cerámica	18	16.22%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°74: Tipo de Artesano



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Tomando en cuenta lo mostrado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2007), la población económicamente activa de la provincia de Caylloma se encuentra representada en un 52.43% del total con 33,813 habitantes y la población económicamente no activa equivale a un 47.57% con 30,674 habitantes.

Se aprecia de los resultados que del 100% de encuestados, el 83.78% de ellos se dedica exclusivamente a fabricaciones textiles con un total de 93 artesanos, mientras que el 16.22% se dedica a fabricaciones textiles y de cerámica con un total de 18 artesanos.

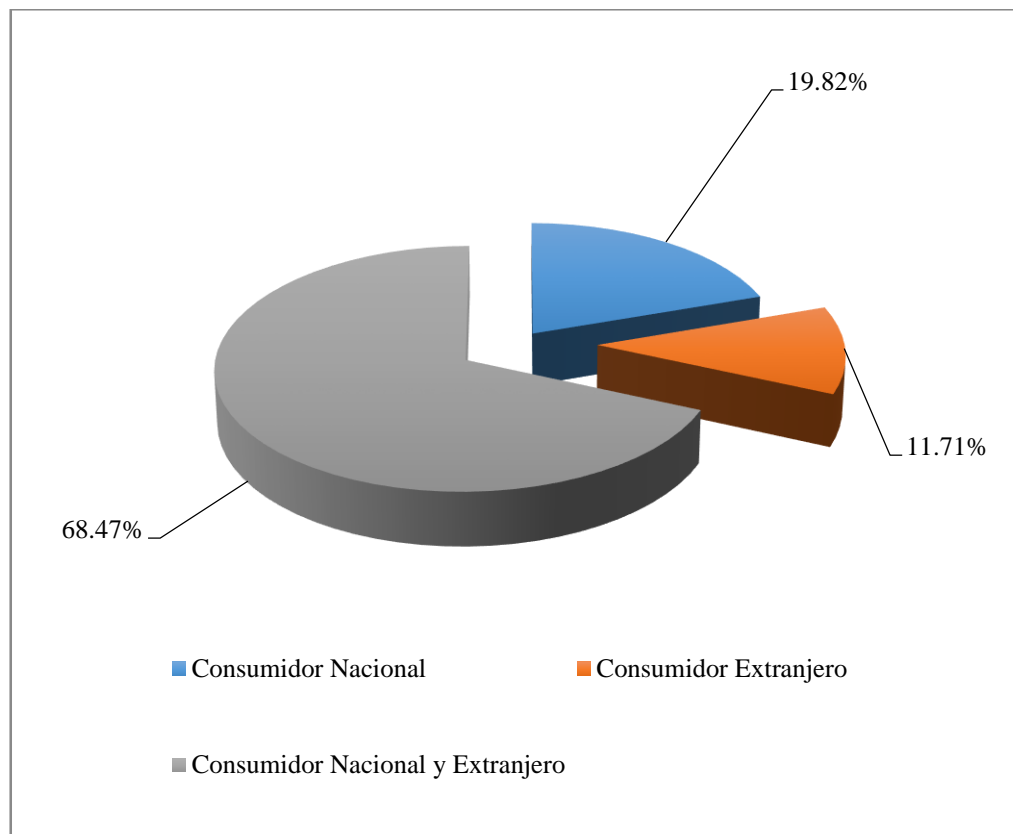
- **¿Quién o quienes compran la mayor parte de la producción artesanal?**

Tabla N°55: ¿Quién o quienes compran la mayor parte de la producción artesanal?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Consumidor Nacional	22	19.82%
Consumidor Extranjero	13	11.71%
Consumidor Nacional y Extranjero	76	68.47%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°75: ¿Quién o quienes compran la mayor parte de la producción artesanal?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

La figura muestra que 22 artesanos representando al 19,82% del total de encuestados afirma que el consumidor nacional es su principal demandante de productos textiles, lo que significa que otros habitantes de la zona adquieren y utilizan dichos productos para uso personal, como prendas de vestir o llicllas decorativas con acabados propios de su distrito.

Sin embargo, el 11.71% de la población objetivo respondió que solo se dedica a la venta de sus textiles a consumidores extranjeros, ofreciendo sus productos en las zonas turísticas de Caylloma, como la Cruz del Cóndor o la Plaza de Chivay.

Por otro lado, el 68.47% de la población representando a 76 encuestados, afirmó que vende sus productos a consumidores nacionales e internacionales, dentro de los cuales se encuentran turistas nacionales y extranjeros, empresas peruanas de exportación y habitantes de su provincia.

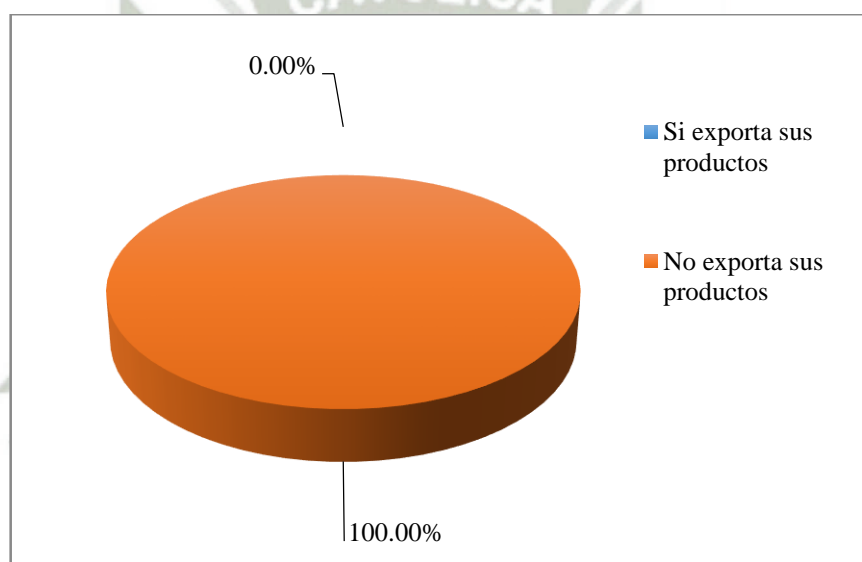
- ¿Exporta sus productos?

Tabla N°56: ¿Exporta sus productos?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Si exporta sus productos	0	0.00%
No exporta sus productos	111	100.00%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°76: ¿Exporta sus productos?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Los resultados demuestran que el total de encuestados respondieron que no exportan sus productos, la causa más común se debe a la falta de conocimientos y capacitación en el proceso necesario para llegar a un mercado extranjero, por otro lado desconocen el procedimiento de elección de un país importador optimo o las estrategias para mejorar sus niveles de producción, sin acceso a tecnología moderna de comunicación y sin capacitación eficiente en nuevas técnicas de producción o comercialización; por tales motivos los artesanos se dedican únicamente a la venta directa de sus productos textiles.

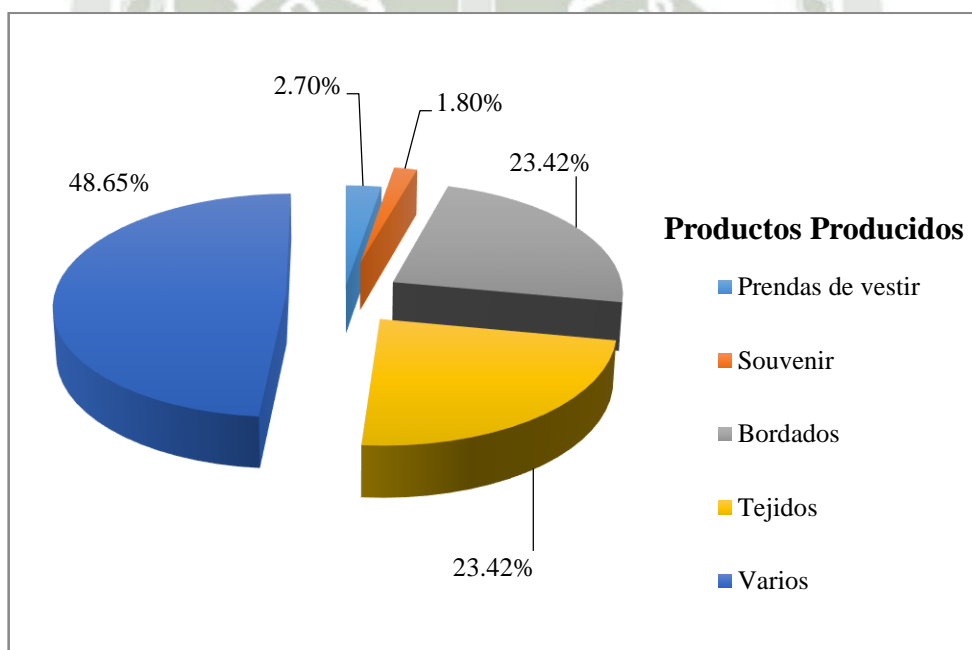
- **¿Qué tipo de productos textiles produce?**

Tabla N°57: ¿Qué tipo de productos textiles produce?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Prendas de vestir	3	2.70%
Souvenir	2	1.80%
Bordados	26	23.42%
Tejidos	26	23.42%
Varios	54	48.65%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°77: ¿Qué tipo de productos textiles produce?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Se observa de los resultados que 54 artesanos equivalentes al 48.65% de los encuestados realizan varios tipos de trabajos textiles, entre los cuales se encuentra prendas de vestir, souvenirs, bordados y tejidos sin especificar alguna especialidad, por su parte los fabricantes que confeccionan únicamente bordados representan el 23.42% con 26 artesanos, de igual forma los especialistas en tejidos equivalen al 23.42% del total de

encuestados, mientras que son 3 los artesanos fabricantes de prendas de vestir con un 2.70% y por último 2 artesanos especialistas en souvenirs con el 1.80% del total de la población objetivo.

- **¿Cuenta usted con experiencia previa en este tipo de trabajo (lliclla)?**

Figura N°78: Modelo de patrón de lliclla



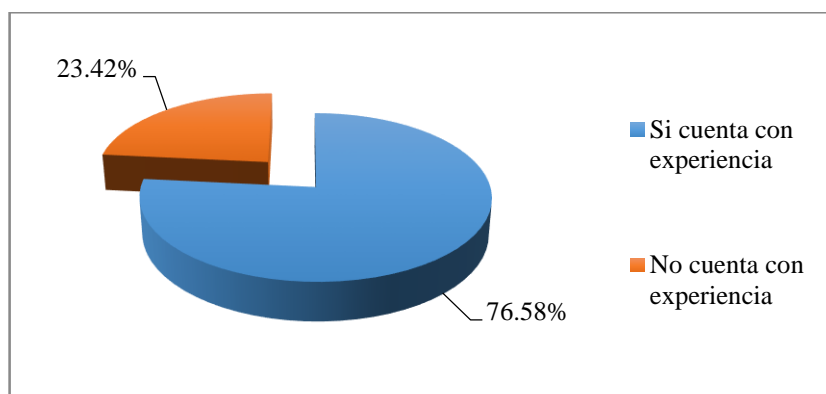
Fuente: Google – Portal Taringa – Perú vestimenta andina

Tabla N°58: ¿Cuenta usted con experiencia previa en este tipo de trabajo (lliclla)?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Si cuenta con experiencia	85	76.58%
No cuenta con experiencia	26	23.42%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°79: ¿Cuenta usted con experiencia previa en este tipo de trabajo (lliclla)?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Los resultados definen que el 76.58% de los encuestados si tiene experiencia en la realización de llicllas, utilizando técnicas como la maquina artesanal de coser o incluso la operatividad de máquinas industriales , mientras que el 23.42% equivalente a 26 artesanos textiles no realizan este tipo de trabajo debido a que especializaron sus conocimientos únicamente en bordados, elaboración que requiere mayor dedicación debido la cantidad de detalles que presenta cada trabajo y aunque puede realizarse de forma industrial, los especialistas de la zona se dedican a una fabricación netamente artesanal.

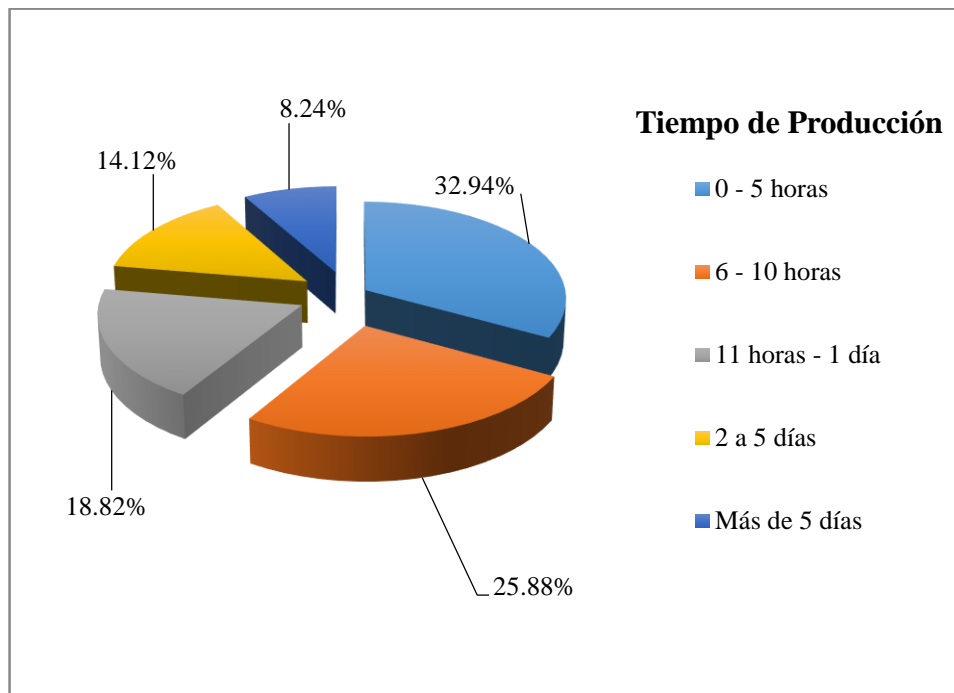
- ¿En cuánto tiempo terminaría la siguiente pieza textil en un tamaño de 1.5m X 3m?

Tabla N°59: ¿En cuánto tiempo terminaría la siguiente pieza textil en un tamaño de 1.5m X 3m?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
0 - 5 horas	28	32.94%
6 - 10 horas	22	25.88%
11 horas - 1 día	16	18.82%
2 a 5 días	12	14.12%
Más de 5 días	7	8.24%
Total	85	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°80: ¿En cuánto tiempo terminaría la siguiente pieza textil en un tamaño de 1.5m X 3m?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

De los resultados obtenidos, analizando únicamente a 85 artesanos textiles, ya que los otros 26 faltantes no fabrican llicllas, se puede concluir que para la mencionada pieza de 1.5m X 3m, tamaño estándar de la lliclla tradicional, el 32.94% de los artesanos se demoraría entre 0 a 5 horas, debido a que realizan sus trabajos al por mayor utilizando maquinas industriales que les disminuye el tiempo considerablemente o máquinas rudimentarias propias de la localidad que facilitan su elaboración pero no son tan veloces como las industriales, en segundo lugar el 25.88% respondió que se tardaría entre 6 a 10 horas debido a que utilizan únicamente maquinas rudimentarias con una participación manual obligatoria, por último, para el resto de artesanos que se demorarían de 11 horas a más de 5 días, su tiempo de fabricación se debe a que no realizan trabajos al por mayor, por el contrario se dedican a la realización de llicllas con detalles y acabados textiles muy elaborados que no tienen un tiempo de fabricación exacto.

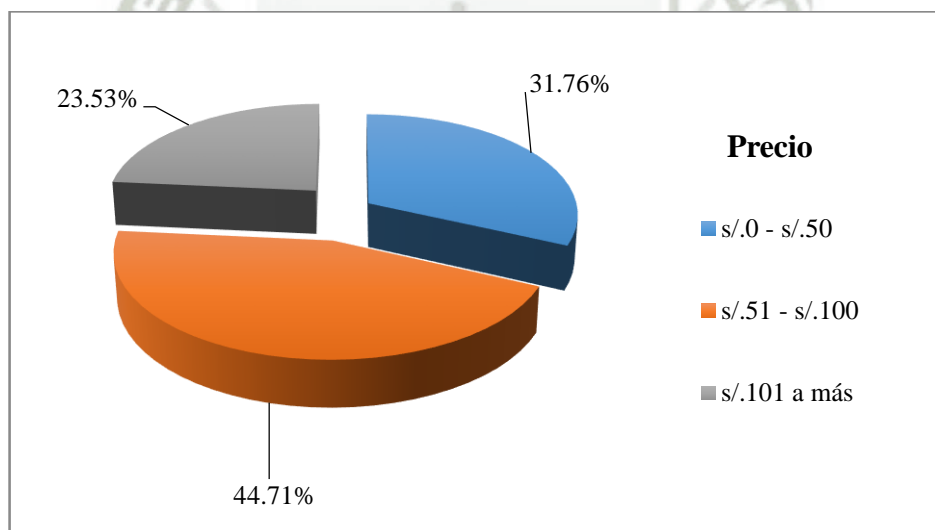
- ¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil de 1.5m X 3m?

Tabla N°60: ¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil de 1.5m X 3m?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
s/.0 - s/.50	27	31.76%
s/.51 - s/.100	38	44.71%
s/.101 a más	20	23.53%
Total	85	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°81: ¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil de 1.5m X 3m?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

De los resultados obtenidos, analizando únicamente a 85 artesanos textiles, ya que los otros 26 faltantes no fabrican llicllas, se puede apreciar que 27 encuestados equivalentes al 31.76% del total respondieron que por lliclla de 1.5m X 3m cobrarían de s/.0 a s/.50, el motivo de dicho precio se basa en la elaboración al por mayor, ya que resultaría más barata la compra de 100 a más piezas textiles (llicllas) fabricadas con máquinas industriales o incluso

algunas máquinas rudimentarias, en segundo lugar 38 artesanos representando al 44.71% del total, respondieron que cobrarían entre s/.51 a s/.100 por pieza textil debido a que realizan su confección utilizando maquinas rudimentarias pero perfeccionando los detalles a mano y por último el 23.53% contestó que cobraría de s/.101 a más por los acabados que presentan cada una de sus piezas textiles.

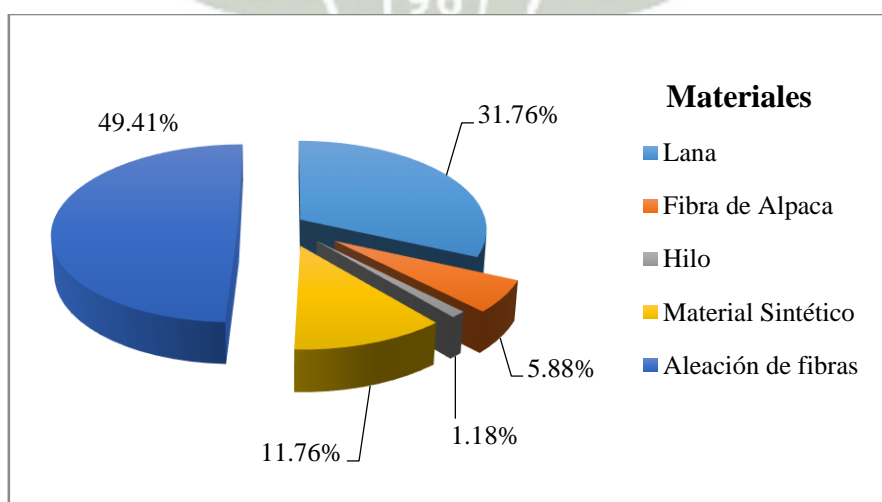
- ¿Qué material considera ideal para realizar la mencionada pieza textil de 1.5m X 3m?

Tabla N°61: ¿Qué material considera ideal para realizar la mencionada pieza textil de 1.5m X 3m?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Lana	27	31.76%
Fibra de Alpaca	5	5.88%
Hilo	1	1.18%
Material Sintético	10	11.76%
Aleación de fibras	42	49.41%
Total	85	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°82: ¿Qué material considera ideal para realizar la mencionada pieza textil de 1.5m X 3m?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Se observa de la figura (analizando únicamente a 85 artesanos textiles, ya que los otros 26 faltantes no fabrican llicllas) que 42 encuestados equivalentes al 49.41% del total respondieron que para la elaboración de la lliclla de 1.5m X 3m el material ideal es la aleación de fibras, para la cual se utiliza la fibra de alpaca y fibras sintéticas, cuya combinación le da mayor resistencia y durabilidad a la pieza elaborada, en segundo lugar el 31.76% de los artesanos respondieron que el material adecuado es la lana debido a que siempre fabricaron sus productos con dicho material, mientras que el 11.76% solo trabaja con fibras sintéticas, por otro lado el 5.88% prefirió a la fibra de alpaca como material adecuado y por último un artesano escogió el hilo debido a que sus fabricaciones presentan características únicas.

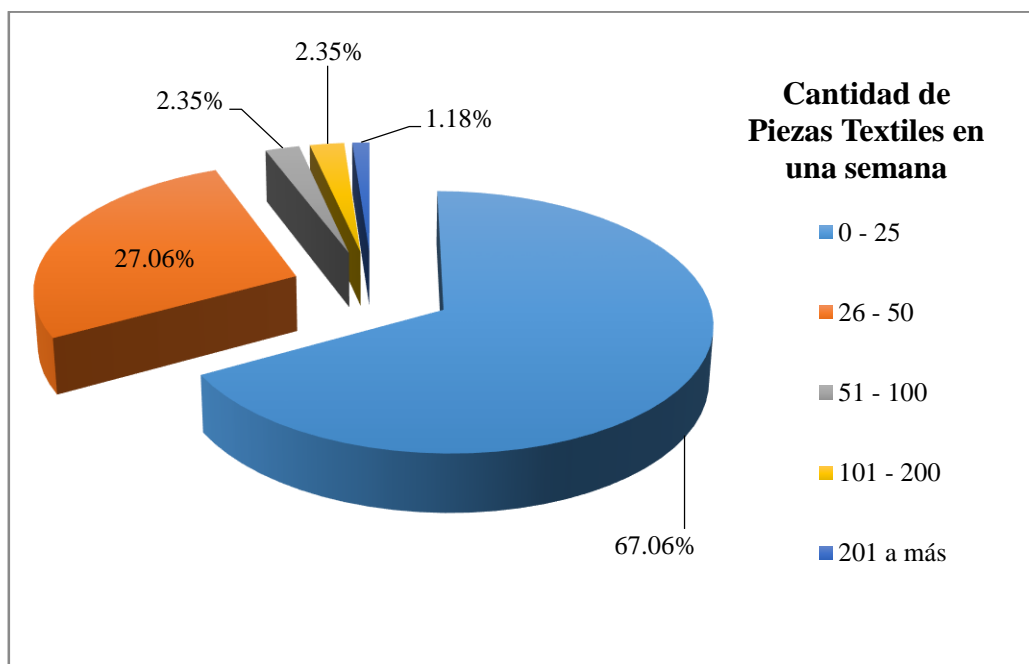
- **¿Cuántas piezas textiles de 1.5m X 3m cree que pueda realizar en una semana?**

Tabla N°62: ¿Cuántas piezas textiles de 1.5m X 3m cree que pueda realizar en una semana?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
0 – 25 piezas textiles	57	67.06%
26 – 50 piezas textiles	23	27.06%
51 – 100 piezas textiles	2	2.35%
101 – 200 piezas textiles	2	2.35%
201 a más piezas textiles	1	1.18%
Total	85	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°83: ¿Cuántas piezas textiles de 1.5m X 3m cree que pueda realizar en una semana?

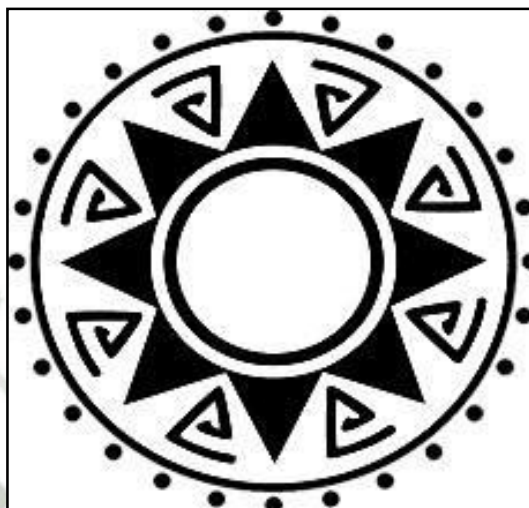


Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Los resultados muestran que (analizando únicamente a 85 artesanos textiles, ya que los otros 26 faltantes no fabrican llicllas) 57 encuestados equivalentes al 67.06% del total respondieron que pueden realizar de 0 a 25 piezas de 1.5m X 3m en una semana, ya que tardan bastante tiempo en la manufactura de las mismas debido a los detalles finales elaborados a mano o con maquinaria rudimentaria, en segundo lugar el 27.06% podría realizar entre 26 a 50 piezas textiles semanalmente debido a que su trabajo depende únicamente de maquinaria rudimentaria, acelerando el proceso productivo de dichas piezas sin dedicar demasiado tiempo a los detalles, por su parte el 2.35% afirmó que puede entregar de 51 a 100 piezas por semana ya que utilizarían maquinas industriales y rudimentarias complementando su producción, por último los artesanos que pueden entregar de 101 a más piezas semanalmente utilizan maquinaria industrial en sus productos.

- ¿Cuenta usted con experiencia previa en este tipo de trabajo (bordado)?

Figura N°84: Modelo de bordado



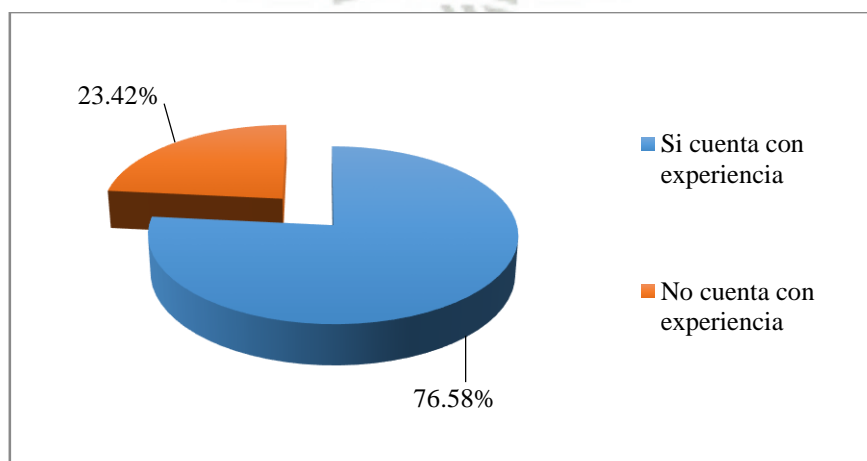
Fuente: Google – Portal Paperblog
Elaboración: Propia

Tabla N°63: ¿Cuenta usted con experiencia previa en este tipo de trabajo (bordado)?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Si cuenta con experiencia	85	76.58%
No cuenta con experiencia	26	23.42%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°85: ¿Cuenta usted con experiencia previa en este tipo de trabajo (bordado)?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

La figura indica que del total de encuestados, el 76.58% afirmó que si pueden confeccionar bordados ya que cuentan con conocimientos en el tema o se han dedicado a lo largo de los años únicamente a la elaboración de los mismos, la mayoría trabaja a través de técnicas a manos sin el uso de maquinaria industrial o artesanal, mientras que algunos encuestadas realizan sus bordados solamente a través de maquinaria industrial que permite la producción en masa, por otro lado el 23.42% equivalente a 26 artesanos no tiene conocimientos en la elaboración de dicho producto.

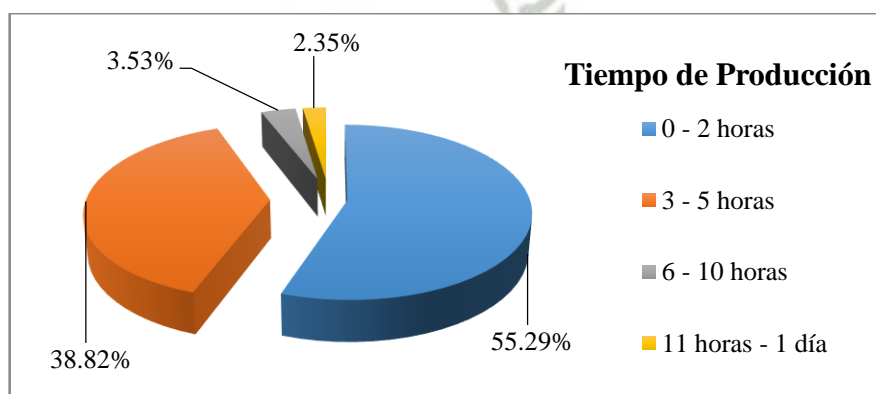
- **¿En cuánto tiempo terminaría la siguiente pieza textil, bordada en un tamaño de 5cm X 5cm?**

Tabla N°64: ¿En cuánto tiempo terminaría la siguiente pieza textil, bordada en un tamaño de 5cm X 5cm?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
0 - 2 horas	47	55.29%
3 - 5 horas	33	38.82%
6 - 10 horas	3	3.53%
11 horas - 1 día	2	2.35%
Total	85	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°86: ¿En cuánto tiempo terminaría la siguiente pieza textil, bordada en un tamaño de 5cm X 5cm?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

De los resultados obtenidos (analizando únicamente a 85 artesanos textiles, ya que los otros 26 faltantes no elaboran bordados) se puede apreciar que 47 encuestados equivalentes al 55.29% del total respondieron que se demorarían de 0 a 2 horas confeccionando dicho bordado de 5cm X 5cm utilizando maquinaria industrial o una elaboración a mano sin incluir mucho detalle en el acabado, en segundo lugar el 38.82% contestó que tardaría entre 3 a 5 horas fabricando la pieza debido a que emplean exclusivamente técnicas de manufactura a mano, por último los artesanos que manifestaron demorarse de 6 horas a más justifican su tiempo de producción en el acabado minucioso y detallado que le dan a sus bordados.

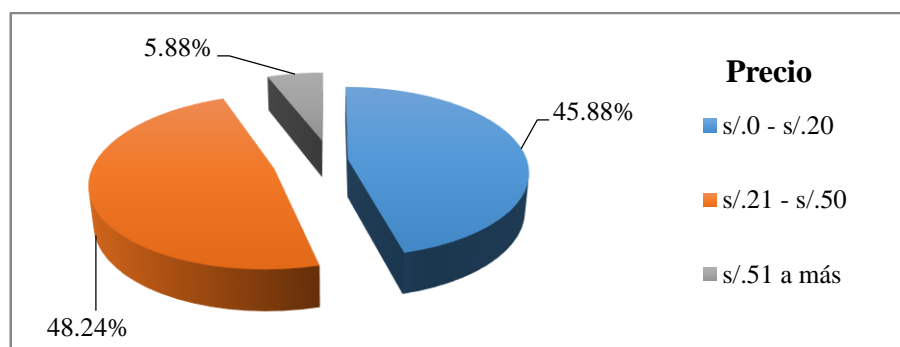
- **¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil bordada de 5cm X 5cm?**

Tabla N°65: ¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil bordada de 5cm X 5cm?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
s/.0 - s/.20	39	45.88%
s/.21 - s/.50	41	48.24%
s/.51 a más	5	5.88%
Total	85	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°87: ¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil bordada de 5cm X 5cm?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Se observa de la figura (analizando únicamente a 85 artesanos textiles, ya que los otros 26 faltantes no elaboran bordados) que 39 encuestados representando al 45.88% del total contestaron que cobrarían entre s/.0 a s/.20 por bordado de 5cm X 5cm, el motivo de dicho precio se basa en la producción al por mayor, ya que resultaría más barata la compra de 100 a más bordados fabricados con máquinas industriales, no obstante algunos encuestados que brindaron dicha respuesta confeccionan sus productos a mano, por otro lado el 48.24% indicó que cobrarían entre s/.21 a s/.50 basando su precio en la elaboración manual que emplean para cada pieza y en el tiempo que demora su proceso de fabricación, por último el 5.88% afirmó que cobraría de s/.51 a más justificando su costo en el tiempo que tardan al realizar los detalles finales de sus piezas textiles.

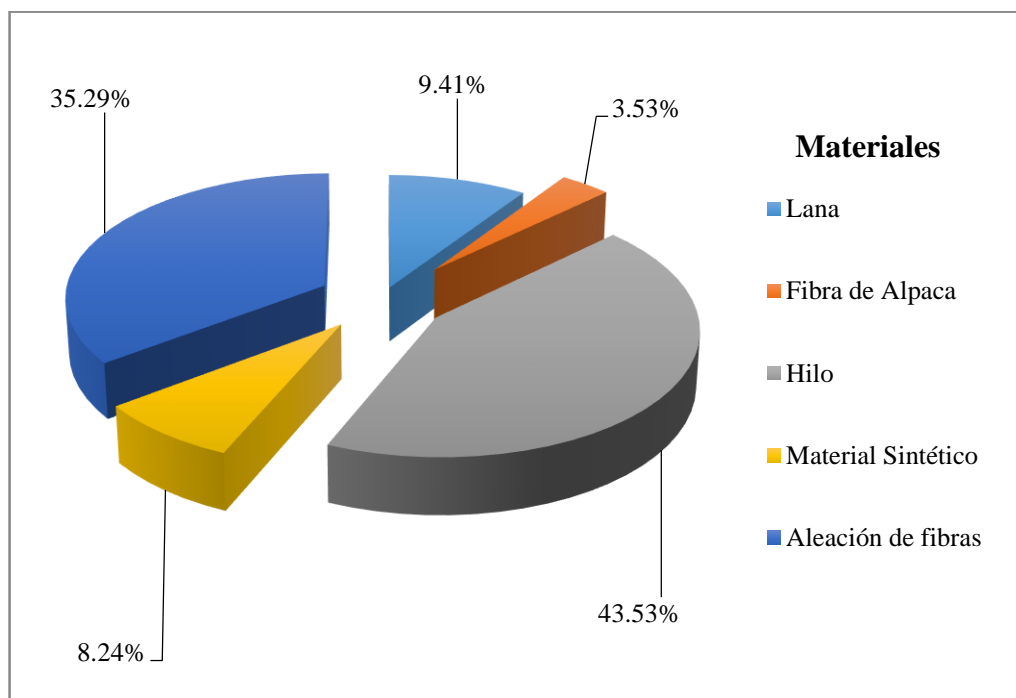
- **¿Qué material considera ideal para realizar la mencionada pieza textil bordada de 5cm X 5cm?**

Tabla N°66: ¿Qué material considera ideal para realizar la mencionada pieza textil bordada de 5cm X 5cm?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Lana	8	9.41%
Fibra de Alpaca	3	3.53%
Hilo	37	43.53%
Material Sintético	7	8.24%
Aleación de fibras	30	35.29%
Total	85	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°88: ¿Qué material considera ideal para realizar la mencionada pieza textil bordada de 5cm X 5cm?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Los resultados obtenidos (analizando únicamente a 85 artesanos textiles, ya que los otros 26 faltantes no elaboran bordados) demuestran que 37 encuestados equivalentes al 43.53% del total respondieron que consideran al hilo como material ideal debido a que es el insumo más utilizado para dicho trabajo, en segundo lugar 30 artesanos representando al 35.29% afirmaron que la aleación de fibras sería el material óptimo por su durabilidad, mientras que el 9.41% contestó que utilizarían lana para realizar el bordado, por otro lado el 8.24% tiene preferencia por la utilización de material sintético debido a su costo y por último el 3.53% de los encuestados escogió a la fibra de alpaca como material ideal para bordar.

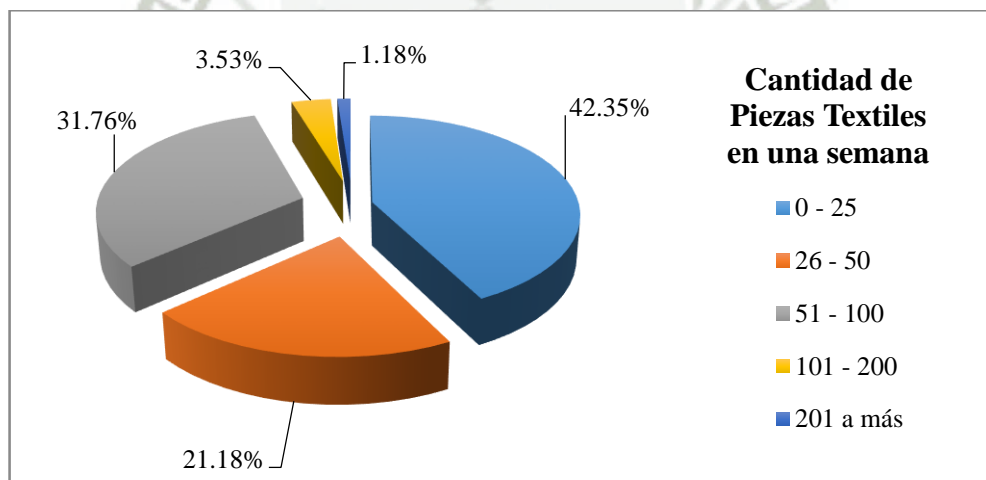
- ¿Cuántas piezas textiles en un tamaño de 5cm X 5cm cree que pueda realizar en una semana?

Tabla N°67: ¿Cuántas piezas textiles en un tamaño de 5cm X 5cm cree que pueda realizar en una semana?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
0 – 25 piezas textiles	36	42.35%
26 – 50 piezas textiles	18	21.18%
51 – 100 piezas textiles	27	31.76%
101 – 200 piezas textiles	3	3.53%
201 a más piezas textiles	1	1.18%
Total	85	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°89: ¿Cuántas piezas textiles en un tamaño de 5cm X 5cm cree que pueda realizar en una semana?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Se observa de la figura (analizando únicamente a 85 artesanos textiles, ya que los otros 26 faltantes no elaboran bordados) que 36 encuestados equivalentes al 42.35% del total indicaron que podrían realizar entre 0 a 25 bordados de 5cm X 5cm por semana debido al acabado que le dan a cada confección, en segundo lugar el 21.18% respondió que tienen la capacidad de fabricar 26 a 50 piezas semanalmente ya que utilizan técnicas a mano pero sin

enfocarse en detalles que empleen mucho tiempo, por su parte el 31.76% contestó que producirían de 51 a 100 bordados por semana disponiendo de máquinas industriales y técnicas a mano, por último los artesanos que pueden entregar de 101 a más piezas semanalmente trabajan únicamente con maquinaria industrial.

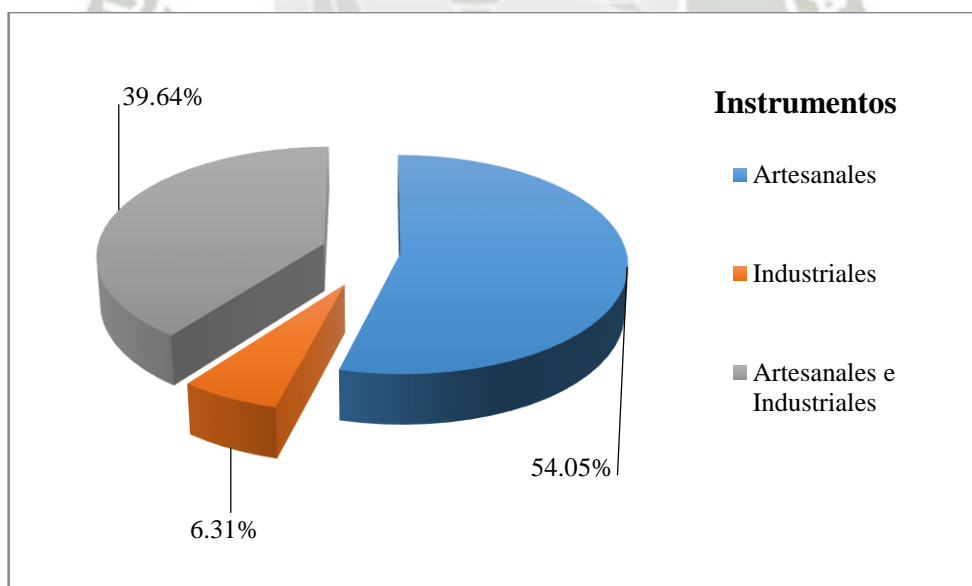
- **¿Qué tipo de instrumentos utiliza para realizar sus tejidos?**

Tabla N°68: ¿Qué tipo de instrumentos utiliza para realizar sus tejidos?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Instrumentos Artesanales	60	54.05%
Instrumentos Industriales	7	6.31%
Instrumentos Artesanales e Industriales	44	39.64%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°90: ¿Qué tipo de instrumentos utiliza para realizar sus tejidos?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Los resultados muestran que 60 artesanos textiles, representando al 54.05% del total de encuestados, respondieron que utilizan únicamente instrumentos artesanales, dentro de los cuales se tiene la manufactura completamente a mano y máquinas de coser

rudimentarias, propias de la localidad que requieren de intervención manual obligatoria, por otro lado el 6.31% del gremio afirmó que su producción emplea exclusivamente maquinaria industrial, lo cual le permite obtener gran cantidad de piezas textiles en periodos cortos de tiempo, por último el 39.64% contestó que requieren de instrumentos artesanales e industriales para facilitar la elaboración de sus piezas textiles.

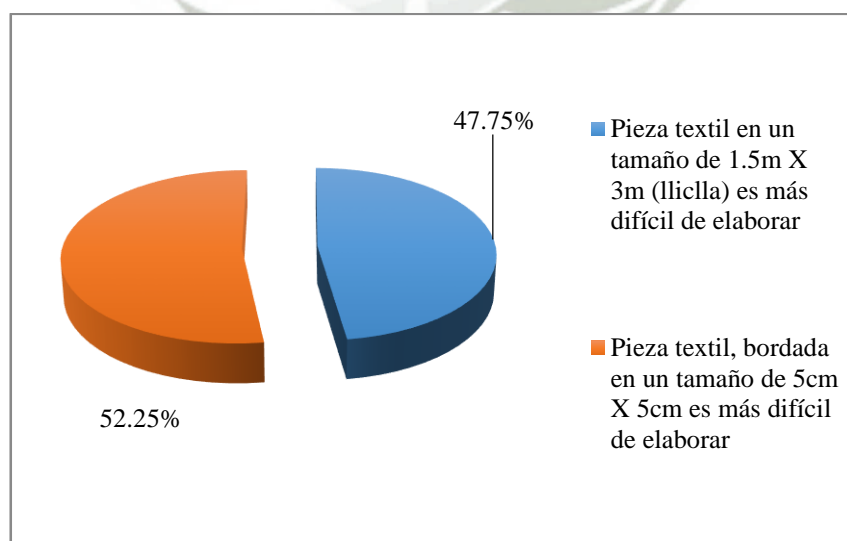
- **¿Cuál de los dos productos previamente descritos le sería más difícil de elaborar?**

Tabla N°69: ¿Cuál de los dos productos previamente descritos le sería más difícil de elaborar?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Pieza textil en un tamaño de 1.5m X 3m (lliclla) es más difícil de elaborar	53	47.75%
Pieza textil, bordada en un tamaño de 5cm X 5cm es más difícil de elaborar	58	52.25%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°91: ¿Cuál de los dos productos previamente descritos le sería más difícil de elaborar?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

De los resultados obtenidos, se puede apreciar que 53 artesanos textiles equivalentes al 47.75% del total de encuestados respondieron que les resulta más difícil la elaboración de la pieza textil en un tamaño de 1.5m X 3m (lliclla), debido al conjunto de detalles y acabados que suelen utilizar en sus trabajos normalmente y al tiempo que les toma, por su parte, 58 artesanos representando al 52.25% indicaron que les resulta más dificultosa la confección de la pieza textil bordada en un tamaño de 5cm X 5cm ya que requieren de una manufactura más personalizada con mayor dedicación y precisión al momento de realizar el bordado.

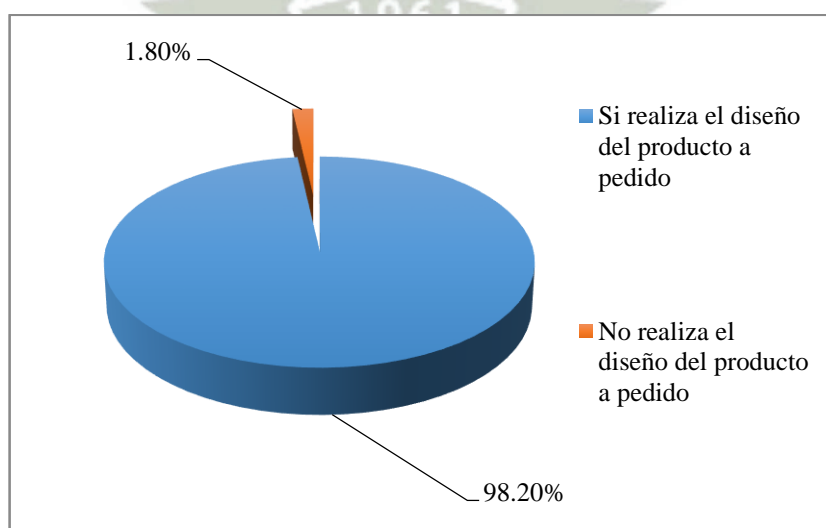
- **¿Realiza usted el diseño de sus productos a pedido?**

Tabla N°70: ¿Realiza usted el diseño de sus productos a pedido?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Si realiza el diseño del producto a pedido	109	98.20%
No realiza el diseño del producto a pedido	2	1.80%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°92: ¿Realiza usted el diseño de sus productos a pedido?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

De los resultados se considera que 109 artesanos textiles, equivalentes al 98.20% de los encuestados, respondieron que pueden diseñar sus productos a pedido, sin embargo algunos de ellos utilizan patrones de diseño ya determinados referentes al distrito en el que residen, los cuales pueden variar en color y en algunos acabados, por otro lado 2 artesanos representando al 1.80% del total afirmaron que solo trabajan con una serie de diseños establecidos sin modificación debido a la idiosincrasia arraigada para elaborar sus piezas textiles.

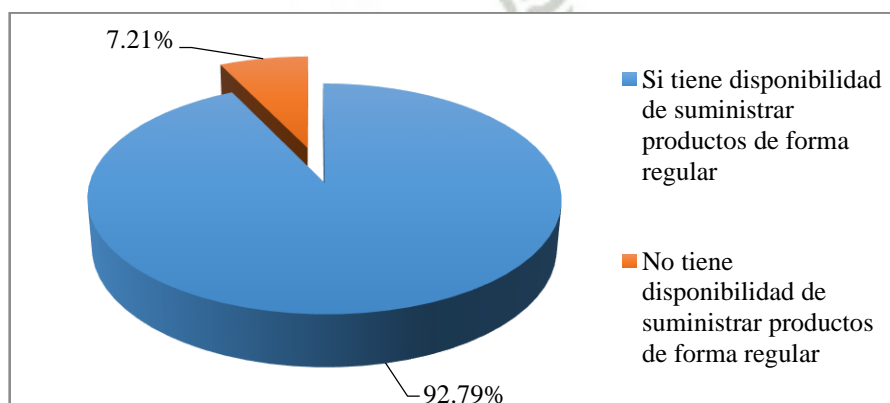
- **¿Tiene usted la disponibilidad necesaria para suministrar los productos mencionados anteriormente de manera regular a una empresa?**

Tabla N°71: ¿Tiene usted la disponibilidad necesaria para suministrar los productos mencionados anteriormente de manera regular a una empresa?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Si tiene disponibilidad de suministrar productos de forma regular	103	92.79%
No tiene disponibilidad de suministrar productos de forma regular	8	7.21%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°93: ¿Tiene usted la disponibilidad necesaria para suministrar los productos mencionados anteriormente de manera regular a una empresa?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

En la figura se observa que 103 artesanos textiles equivalentes al 92.79% del total de encuestados respondieron que cuentan con la disponibilidad necesaria para suministrar los productos antes mencionados, por ende disponen del tiempo para elaborar los tejidos, el material adecuado y la mano de obra calificada para producir la cantidad de piezas que se requieran de forma regular, por otro lado 8 artesanos representando al 7.21% del total consideran que no tienen disponibilidad para entregar dichos productos de forma regular ya que no cuentan con todos los factores necesarios de producción.

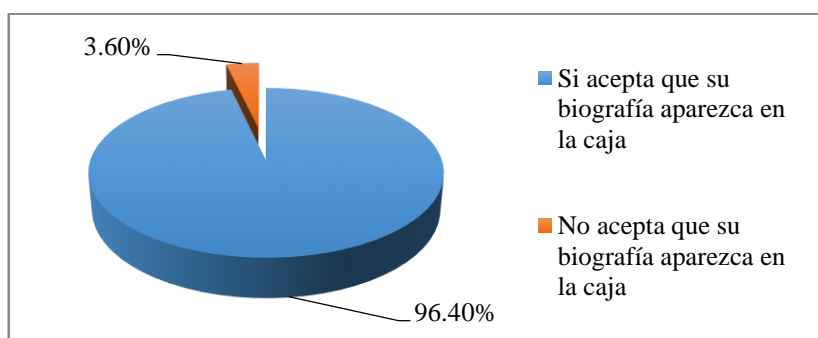
- **En caso de trabajar con una empresa ¿estaría de acuerdo en que su trabajo sea reconocido y expuesto como una pequeña biografía en la decoración de las cajas del producto?**

Tabla N°72: En caso de trabajar con una empresa ¿estaría de acuerdo en que su trabajo sea reconocido y expuesto como una pequeña biografía en la decoración de las cajas del producto?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Si acepta que su biografía aparezca en la caja	107	96.40%
No acepta que su biografía aparezca en la caja	4	3.60%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°94: En caso de trabajar con una empresa ¿estaría de acuerdo en que su trabajo sea reconocido y expuesto como una pequeña biografía en la decoración de las cajas del producto?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

La figura demuestra que 107 artesanos textiles equivalentes al 96.40% del total de encuestados si estarían de acuerdo en que su trabajo sea expuesto con una pequeña biografía suya en la decoración de las cajas del producto, a través de la cual se buscaría el reconocimiento internacional del artesano que realizó la pieza, sirviendo como atractivo y valor agregado al momento de la exportación, por otro lado 4 artesanos representando al 3.60% afirmaron que no están interesados en que su biografía sea expuesta de forma pública debido a motivos personales y a una mentalidad desconfiada.

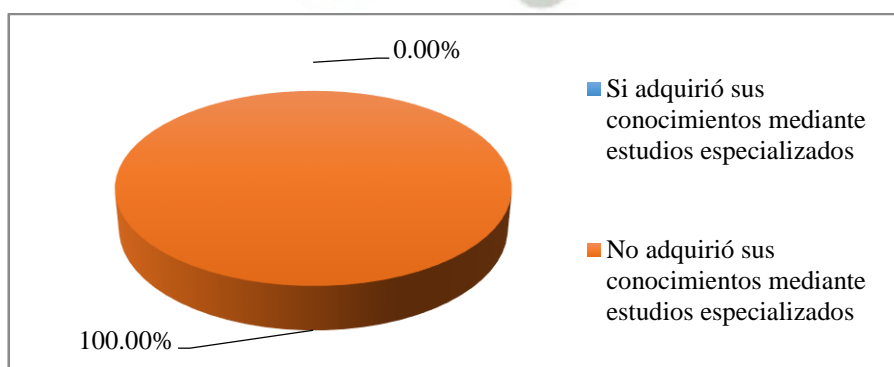
- **¿Los conocimientos textiles que usted tiene los ha adquirido mediante estudios especializados?**

Tabla N°73: ¿Los conocimientos textiles que usted tiene los ha adquirido mediante estudios especializados?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Si adquirió sus conocimientos mediante estudios especializados	0	0.00%
No adquirió sus conocimientos mediante estudios especializados	111	100.00%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°95: ¿Los conocimientos textiles que usted tiene los ha adquirido mediante estudios especializados?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Se aprecia en la figura que los 111 artesanos equivalentes al 100% de los encuestados afirmaron que adquirieron sus conocimientos para elaborar piezas textiles a través del aprendizaje hereditario, ya sea de padres, abuelos, hermanos o conocidos, uniendo la creatividad con las técnicas propias de cada distrito, por ende ningún encuestado tuvo acceso a estudios especializados, sin embargo la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) brinda capacitaciones esporádicas a los artesanos interesados en mejorar sus técnicas y procesos de producción.

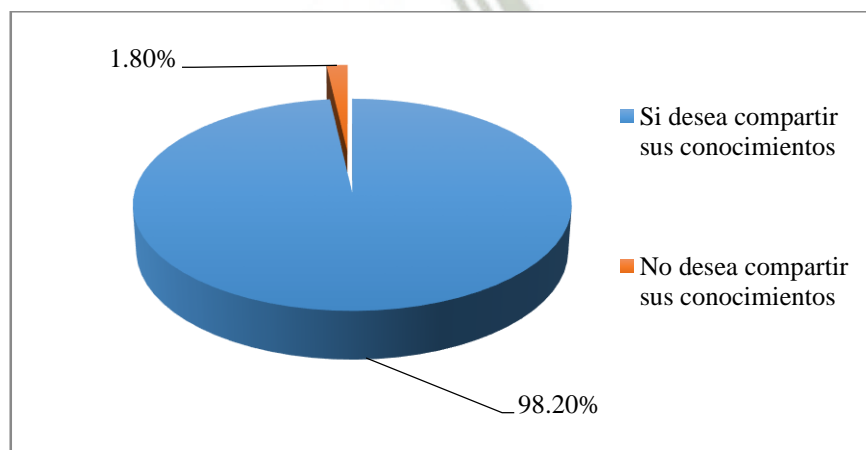
- **¿Usted estaría dispuesto a compartir sus conocimientos con diferentes tejedores y con esto conseguir un crecimiento individual y de grupo?**

Tabla N°74: ¿Usted estaría dispuesto a compartir sus conocimientos con diferentes tejedores y con esto conseguir un crecimiento individual y de grupo?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Si desea compartir sus conocimientos	109	98.20%
No desea compartir sus conocimientos	2	1.80%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°96: ¿Usted estaría dispuesto a compartir sus conocimientos con diferentes tejedores y con esto conseguir un crecimiento individual y de grupo?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Los resultados demuestran que 109 artesanos textiles equivalentes al 98.20% del total de encuestados si estarían dispuestos en compartir sus conocimientos con diferentes manufactureros para lograr un crecimiento individual y de grupo, ya que el método más común que emplean para transmitir sus conocimientos radica en la ya mencionada enseñanza hereditaria, por lo cual la mayoría brindó una respuesta positiva a esta interrogante, sin embargo 2 tejedores representando al 1.80% indicaron que sus conocimientos son exclusivamente familiares y solo pueden ser heredados por su descendencia.

- **¿Consideraría que producir para una empresa mejoraría su calidad de vida?**

Tabla N°75: ¿Consideraría que producir para una empresa mejoraría su calidad de vida?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Si mejoraría su calidad de vida	111	100.00%
No mejoraría su calidad de vida	0	0.00%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°97: ¿Consideraría que producir para una empresa mejoraría su calidad de vida?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Según lo indicado por el Banco Central de Reserva. (2016, p.36), el índice de desarrollo humano en la provincia de Caylloma es de 0.479 con el puesto 43 a nivel nacional, mientras que su ingreso per cápita esta valorizado en s/.587.90 considerándose uno de los más bajos del país.

De los resultados obtenidos se puede considerar que los 111 artesanos textiles equivalentes al 100% del total de encuestados si consideran que producir para una empresa mejoraría su calidad de vida, ya que dicho compromiso laborar les generaría mayores ingresos de forma regular lo cual les permitiría salir de la pobreza y mejorar la calidad de sus viviendas construidas con adobe.

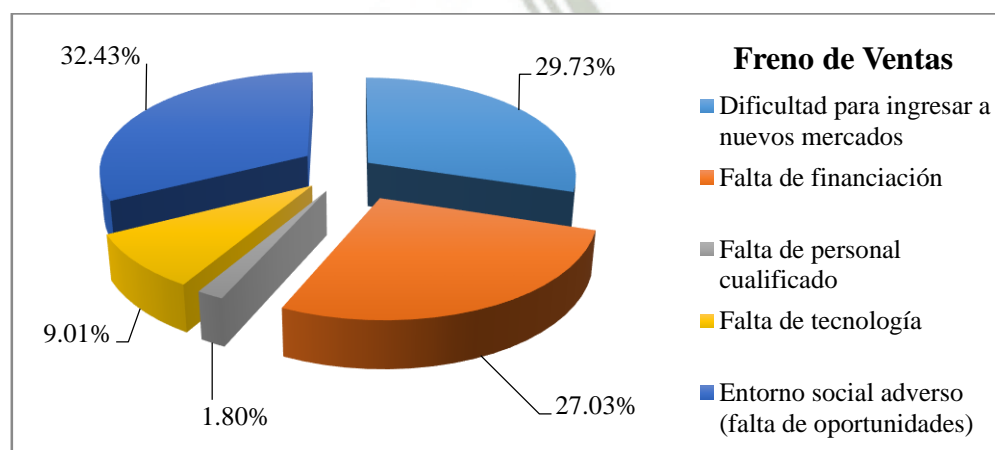
- ¿Qué le frena a Ud. para incrementar sus ventas?

Tabla N°76: ¿Qué le frena a Ud. para incrementar sus ventas?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Dificultad para ingresar a nuevos mercados	33	29.73%
Falta de financiación	30	27.03%
Falta de personal cualificado	2	1.80%
Falta de tecnología	10	9.01%
Entorno social adverso (falta de oportunidades)	36	32.43%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°98: ¿Qué le frena a Ud. para incrementar sus ventas?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Los resultados muestran que el 32.43% de los encuestados respondió que el principal freno para incrementar sus ventas es el entorno adverso traducido en la falta de oportunidades que presenta Caylloma, en segundo lugar el 29.73% de los artesanos textiles afirmó que el mayor impedimento que enfrentan se traduce en la dificultad para ingresar a nuevos mercados, por otro lado el 27.03% consideró que la falta de financiación impide que adquieran material o maquinaria para aumentar sus ventas, mientras que el 9.01% indicó que la falta de tecnología impide su producción en masa y por último el 1.80% asevera que la falta de personal cualificado paraliza el desarrollo de sus negocios.

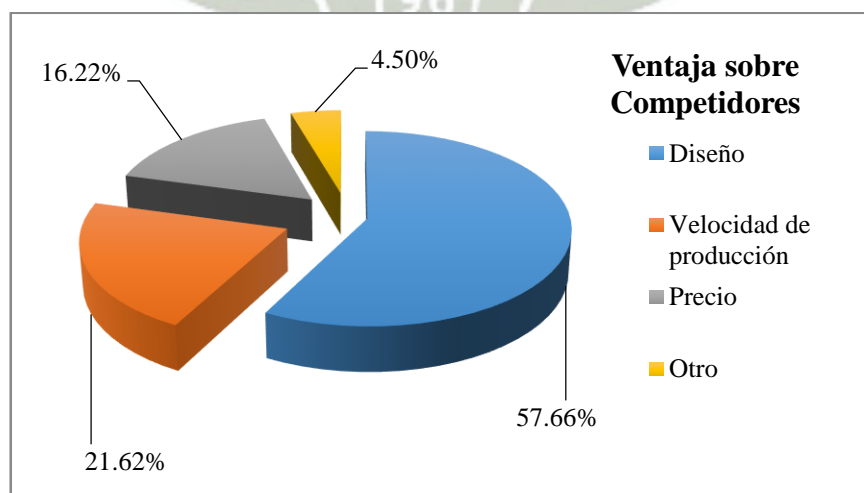
- ¿Qué hace Ud. mejor que sus competidores?

Tabla N°77: ¿Qué hace Ud. mejor que sus competidores?

	Encuestados	Resultados en Porcentaje %
Diseño	64	57.66%
Velocidad de producción	24	21.62%
Precio	18	16.22%
Otro	5	4.50%
Total	111	100.00%

Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Figura N°99: ¿Qué hace Ud. mejor que sus competidores?



Fuente: Cuestionario, Enero 2017

Se observa en la figura que 64 artesanos textiles, equivalentes al 57.66% del total de encuestados, consideran que sus diseños representan una cualidad superior a la de sus competidores, en segundo lugar el 21.62% asevera que su velocidad de producción los hace mejores que otros manufactureros, velocidad que puede deberse a la utilización de maquinaria industrial, por otro lado el 16.22% cree que el precio que cobran les brinda mejor posicionamiento, debido a que utilizan técnicas industriales o materiales baratos, por último el 4.50% respondió que otras eran sus cualidades diferenciadas.

2.1.2. Análisis de Tablas Cruzadas

- **Ubicación vs Tipo de producto textil**

Tabla N°78: Ubicación vs Tipo de producto textil

Ubicación donde reside el artesano	¿Qué tipo de productos textiles produce?										TOTAL	
	Prendas de vestir		Souvenir		Bordados		Tejidos		Varios			
	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %
Cabanaconde	0	0.00%	0	0.00%	1	0.90%	11	9.91%	6	5.41%	18	16.22%
Callalli	1	0.90%	1	0.90%	4	3.60%	5	4.50%	11	9.91%	22	19.82%
Chivay	1	0.90%	1	0.90%	6	5.41%	1	0.90%	17	15.32%	26	23.42%
Coporaque	0	0.00%	0	0.00%	3	2.70%	2	1.80%	2	1.80%	7	6.31%
Sibayo	1	0.90%	0	0.00%	6	5.41%	7	6.31%	9	8.11%	23	20.72%
Yanque	0	0.00%	0	0.00%	6	5.41%	0	0.00%	9	8.11%	15	13.51%
TOTAL	3	2.70%	2	1.80%	26	23.42%	26	23.42%	54	48.65%	111	100.00%

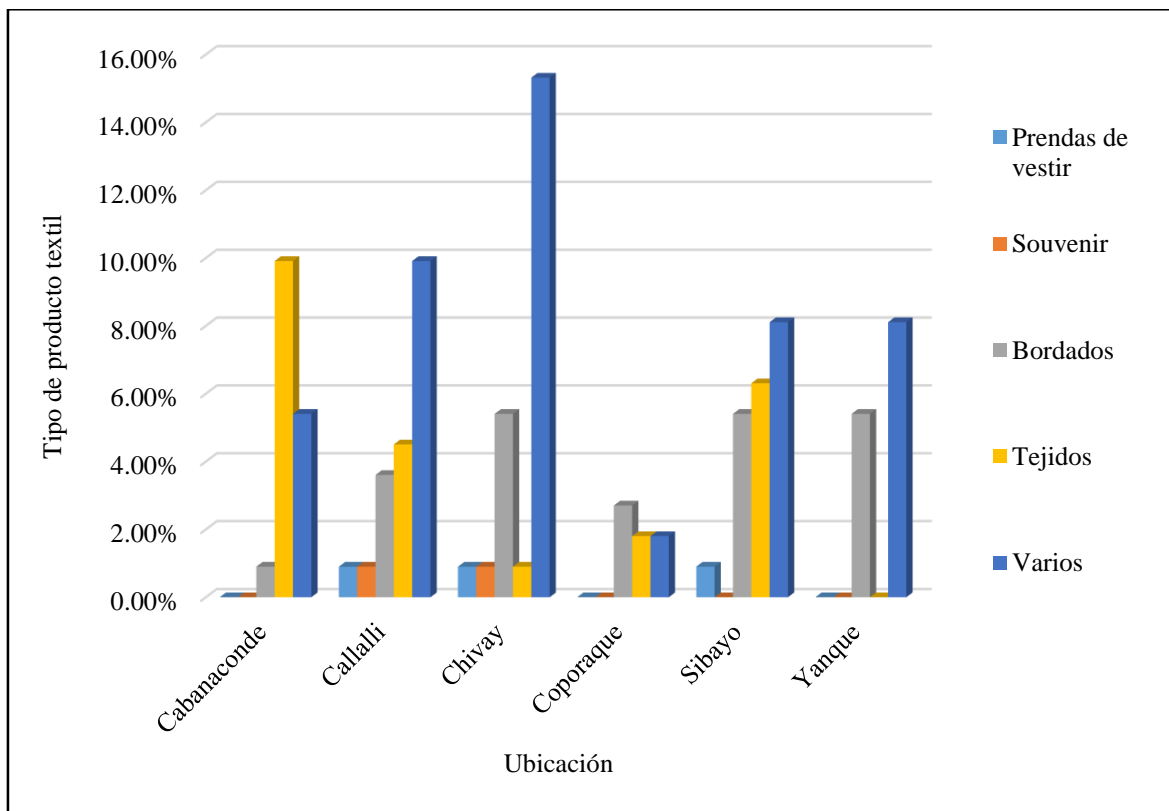
Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

E: Encuestados

R. en P. %: Resultados en Porcentaje %

Figura N°100: Ubicación vs Tipo de producto textil



Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables
Elaboración: Propia, Enero 2017

Los resultados muestran que el lugar más especializado en hacer tejidos es el distrito de Cabanaconde, mientras que los expertos en hacer bordados se encuentran en mayor cantidad en los distritos de Chivay, Sibayo y Yanque.

Durante la recolección de datos en el distrito de Cabanaconde se obtuvo información de que la mayor parte de trabajos textiles que realizan son llicllas, para los pobladores de dicha zona representa una prenda importante pues con ella cargan a sus hijos pequeños, por ende se permiten invertir altas cantidades de dinero en adquirirla; dicha pieza es elaborada mayormente con fibra de alpaca.

Sin embargo, con el fin de abaratar costos, el segundo material más utilizado es el Alpacril (Aleación de fibra de alpaca y fibras sintéticas), ya que debido a su precio la prenda final se hace más económica y accesible para los pobladores de esta zona.

- Ubicación vs Tipo de consumidor

Tabla N°79: Ubicación vs Tipo de consumidor

Ubicación donde reside el artesano	¿Quién o quienes compran la mayor parte de la producción artesanal?						TOTAL	
	Consumidor Nacional		Consumidor Extranjero		Consumidor Nacional y Extranjero			
	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %
Cabanaconde	12	10.81%	0	0.00%	6	5.41%	18	16.22%
Callalli	3	2.70%	4	3.60%	15	13.51%	22	19.82%
Chivay	1	0.90%	2	1.80%	23	20.72%	26	23.42%
Coporaque	2	1.80%	0	0.00%	5	4.50%	7	6.31%
Sibayo	3	2.70%	5	4.50%	15	13.51%	23	20.72%
Yanque	1	0.90%	2	1.80%	12	10.81%	15	13.51%
TOTAL	22	19.82%	13	11.71%	76	68.47%	111	100.00%

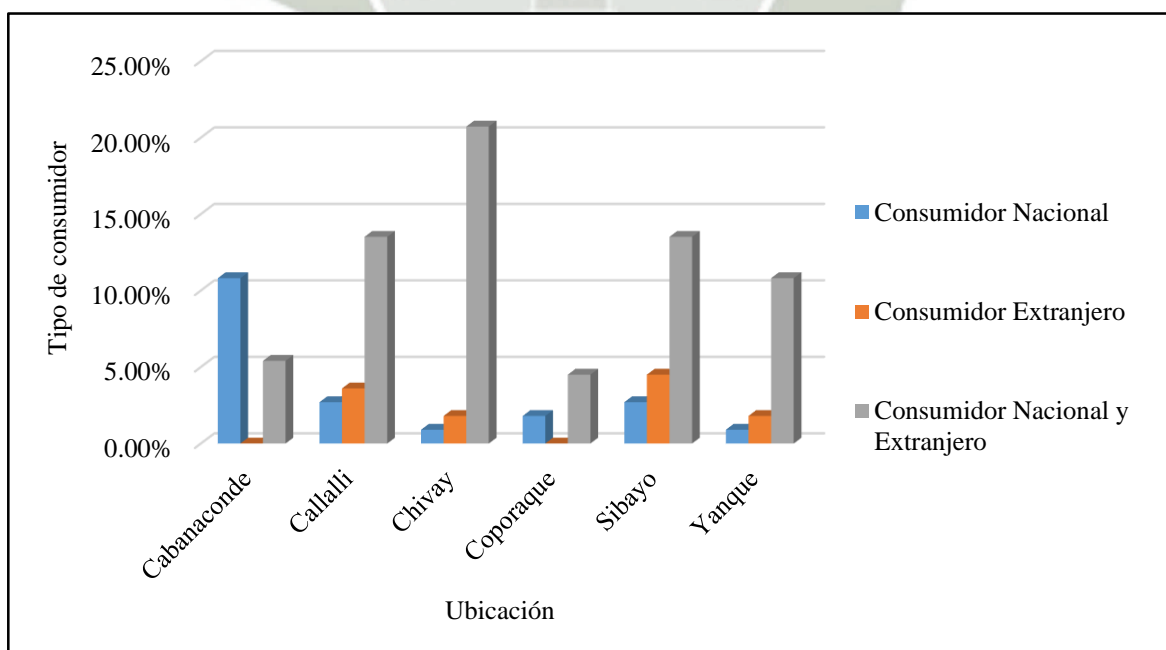
Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

E: Encuestados

R. en P. %: Resultados en Porcentaje %

Figura N°101: Ubicación vs Tipo de consumidor



Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

Como se aprecia en la figura, todos los distritos tienen como consumidores principales tanto clientes nacionales como extranjeros, especialmente Chivay que es el distrito más conocido y principal destino de turistas. Sin embargo la situación es distinta en Cabanaconde, donde los tejidos que producen, al ser de un costo más elevado de lo común, son principalmente adquiridos por los propios pobladores de la zona.

- **Edad del artesano vs Tipo de producto textil**

Tabla N°80: Edad del artesano vs Tipo de Producto textil

Edad del artesano	¿Qué tipo de productos textiles produce?										TOTAL	
	Prendas de vestir		Souvenir		Bordados		Tejidos		Varios			
	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %
18 - 28	0	0.00%	2	1.80%	1	0.90%	0	0.00%	2	1.80%	5	4.50%
29 - 38	0	0.00%	0	0.00%	3	2.70%	8	7.21%	9	8.11%	20	18.02%
39 - 48	1	0.90%	0	0.00%	6	5.41%	7	6.31%	12	10.81%	26	23.42%
49 - 58	0	0.00%	0	0.00%	6	5.41%	2	1.80%	14	12.61%	22	19.82%
59 - 68	1	0.90%	0	0.00%	9	8.11%	6	5.41%	14	12.61%	30	27.03%
69 - 78	1	0.90%	0	0.00%	1	0.90%	3	2.70%	3	2.70%	8	7.21%
TOTAL	3	2.70%	2	1.80%	26	23.42%	26	23.42%	54	48.65%	111	100.00%

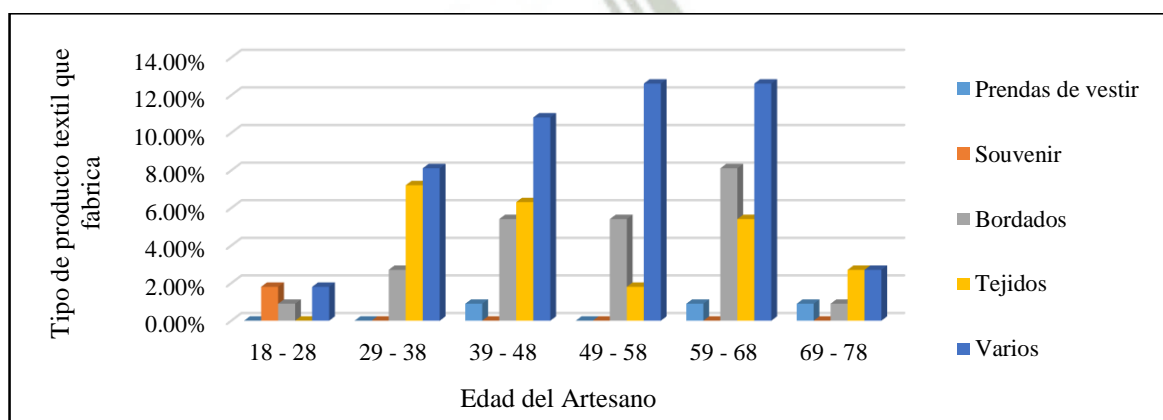
Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

E: Encuestados

R. en P. %: Resultados en Porcentaje %

Figura N°102: Edad del artesano vs Tipo de Producto textil



Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

Los resultados muestran que los artesanos especializados en hacer tejidos tienen entre 29 y 38 años, mientras que los expertos en bordados tienen entre 59 y 68 años. Esto se explica debido a que el bordado, que es una pieza que demanda más tiempo, es elaborado por personas que por su edad ya no realizan trabajo en el campo o no pueden tener una vida laboral muy activa, sin embargo, las llicllas pueden ser elaboradas mecánicamente, por lo que es más joven la población que realiza este tipo de trabajo. Vale recalcar que de igual manera los artesanos que tienen entre 59 y 68 también elaboran tejidos, sin embargo utilizan otro tipo de instrumentos para su trabajo.

- **Sexo del artesano vs Estudios especializados**

Tabla N°81: Sexo del artesano vs Estudios especializados

Sexo del artesano	¿Los conocimientos textiles que usted tiene los ha adquirido mediante estudios especializados?				TOTAL	
	Si		No		E	R. en P. %
	E	R. en P. %	E	R. en P. %		
Femenino	0	0.00%	62	55.86%	62	55.86%
Masculino	0	0.00%	49	44.14%	49	44.14%
TOTAL	0	0.00%	111	100.00%	111	100.00%

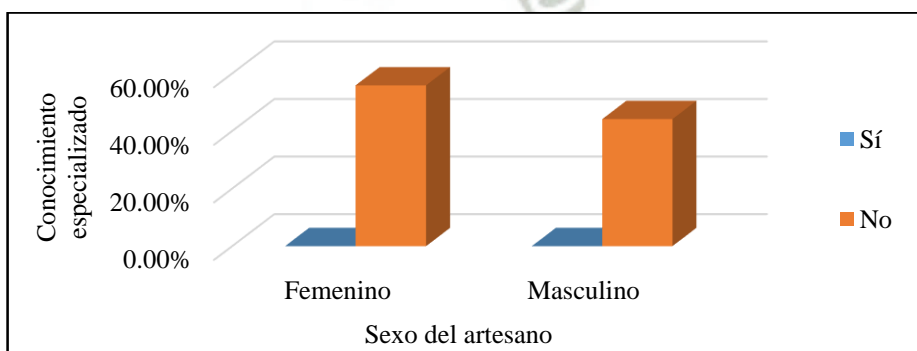
Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

E: Encuestados

R. en P. %: Resultados en Porcentaje %

Figura N°103: Sexo del artesano vs Estudios especializados



Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

De la figura se deduce que los conocimientos adquiridos por los artesanos de la provincia de Caylloma son 100% herencia de familia. Ninguna de las personas entrevistadas aprendió a hacer tejidos con estudios especializados. Sin embargo la municipalidad de Chivay u otras instituciones como AECID ocasionalmente proveen a los artesanos de talleres y capacitaciones para la mejora de la calidad de sus productos.

- **Tipo de instrumentos vs Disponibilidad para suministrar productos**

Tabla N°82: Tipo de instrumentos vs Disponibilidad para suministrar productos

¿Qué tipo de instrumentos utiliza para realizar sus tejidos?	¿Tiene usted la disponibilidad necesaria para suministrar los productos mencionados anteriormente de manera regular a una empresa?				TOTAL	
	Sí		No		E	R. en P. %
	E	R. en P. %	E	R. en P. %		
Artesanales	55	49.55%	5	4.50%	60	54.05%
Industriales	7	6.31%	0	0.00%	7	6.31%
Artesanales e Industriales	40	36.04%	4	3.60%	44	39.64%
TOTAL	102	91.89%	9	8.11%	111	100.00%

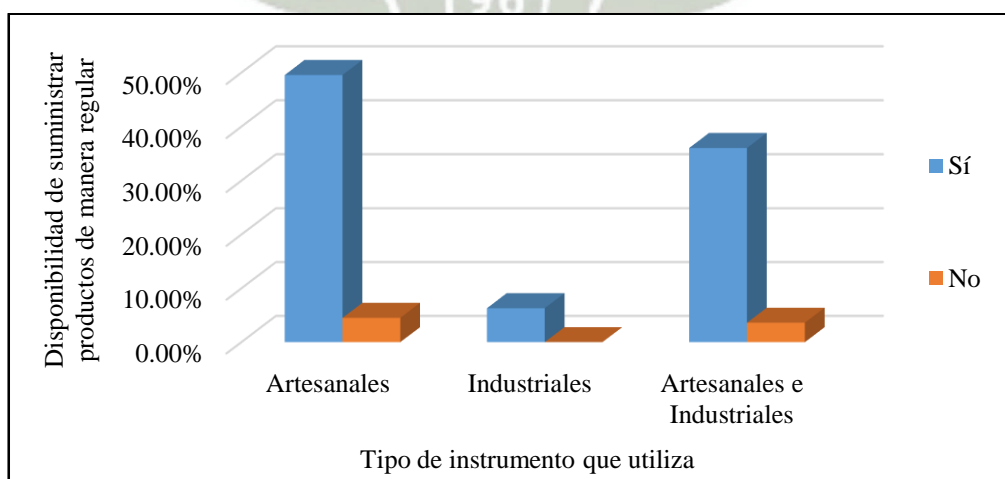
Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

E: Encuestados

R. en P. %: Resultados en Porcentaje %

Figura N°104: Tipo de instrumentos vs Disponibilidad para suministrar productos



Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

La figura demuestra que la disponibilidad de suministrar productos de manera regular de los tejedores que utilizan herramientas artesanales es bastante alta, lo que asegura que se tenga el material suficiente para elaborar el calzado aunque este sea elaborado a mano. De igual manera los artesanos que utilizan herramientas industriales tienen absoluta capacidad para proveer su producto continuamente.

- **Disponibilidad para suministrar productos vs Obstáculos para incrementar ventas**

Tabla N°83: Disponibilidad para suministrar productos vs Obstáculos para incrementar ventas

¿Tiene usted la disponibilidad necesaria para suministrar los productos mencionados anteriormente de manera regular a una empresa?	¿Qué le frena a Ud. para incrementar sus ventas?										TOTAL	
	Dificultad para ingresar a nuevos mercados		Falta de financiación		Falta de personal cualificado		Falta de tecnología		Entorno social adverso (falta de oportunidades)			
	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %
Sí	32	28.83%	28	25.23%	1	0.90%	9	8.11%	32	28.83%	102	91.89%
No	1	0.90%	2	1.80%	1	0.90%	1	0.90%	4	3.60%	9	8.11%
TOTAL	33	29.73%	30	27.03%	2	1.80%	10	9.01%	36	32.43%	111	100.00%

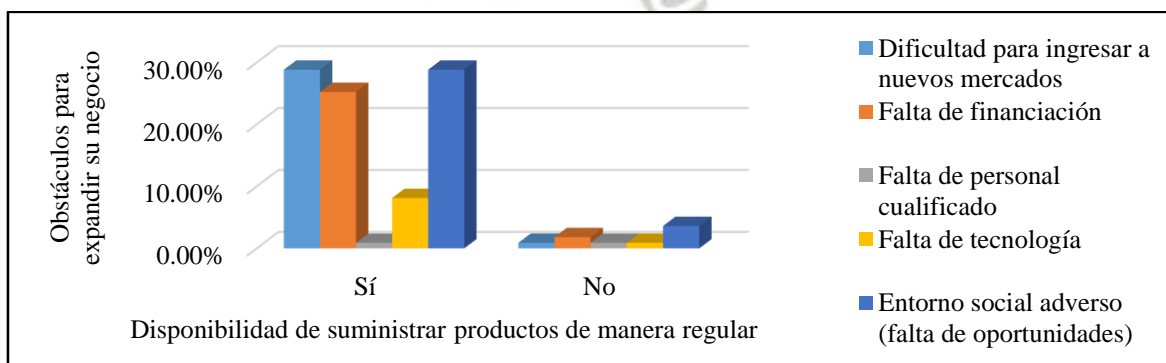
Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

E: Encuestados

R. en P. %: Resultados en Porcentaje %

Figura N°105: Disponibilidad para suministrar productos vs Obstáculos para incrementar ventas



Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

Se observa que, a pesar de que el 91.89% de los encuestados sí está dispuesto a suministrar sus productos de manera regular, son 3 los principales motivos por los que no lo hacen: la dificultad para ingresar a nuevos mercados, la falta de oportunidades y la falta de financiación. Mientras que por otro lado, los artesanos que no pueden suministrar sus productos de manera regular tienen como principal obstáculo el entorno social adverso.

- **Sexo del artesano vs Experiencia haciendo Llicllas**

Tabla N°84: Sexo del artesano vs Experiencia haciendo Llicllas

Sexo del artesano	¿Cuenta usted con experiencia previa en este tipo de trabajo (lliclla)?				TOTAL	
	Sí		No		E	R. en P. %
	E	R. en P. %	E	R. en P. %		
Femenino	47	42.34%	15	13.51%	62	55.86%
Masculino	38	34.23%	11	9.91%	49	44.14%
TOTAL	85	76.58%	26	23.42%	111	100.00%

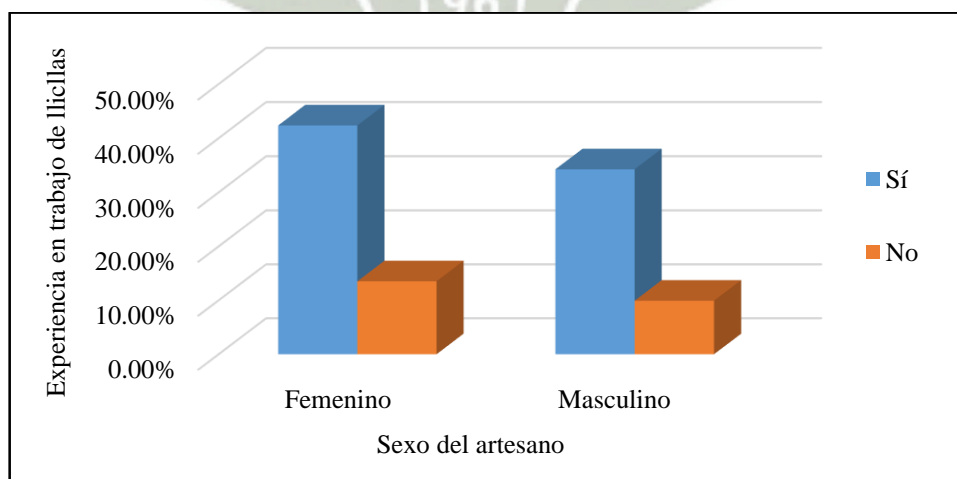
Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

E: Encuestados

R. en P. %: Resultados en Porcentaje %

Figura N°106: Sexo del artesano vs Experiencia haciendo Llicllas



Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

Se deduce de los resultados que para el trabajo de tejido de llicllas las personas con más experiencia son las mujeres. La recolección de datos proyectó que son ellas quienes por lo general se quedan en el pueblo, cuidan a los niños y se dedican a los quehaceres del hogar, lo cual les da más espacio para dedicarse a este trabajo, mientras los varones se dedican más a la agricultura.

- **Material para elaborar la Lliclla vs Precio de la Lliclla**

Tabla N°85: Material para elaborar la Lliclla vs Precio de la Lliclla

¿Qué material considera ideal para realizar la mencionada pieza textil de 1.5m x 3m?	¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil de 1.5m X 3m (lliclla)?						TOTAL	
	s/.0 - s/.50		s/.51 - s/.100		s/.101 a más			
	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %
Aleación de fibras	7	8.24%	23	27.06%	13	15.29%	43	50.59%
Fibra de alpaca	1	1.18%	1	1.18%	3	3.53%	5	5.88%
Lana	11	12.94%	13	15.29%	3	3.53%	27	31.76%
Material sintético	9	10.59%	1	1.18%	0	0.00%	10	11.76%
TOTAL	28	32.94%	38	44.71%	19	22.35%	85	100.00%

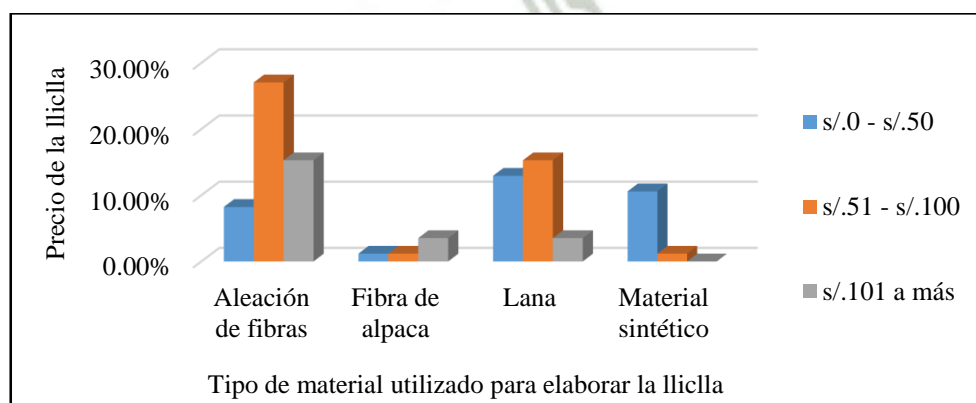
Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

E: Encuestados

R. en P. %: Resultados en Porcentaje %

Figura N°107: Material para elaborar la Lliclla vs Precio de la Lliclla



Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

Se aprecia en la figura que el precio de la lliclla está directamente relacionado con el tipo de material que se utiliza para elaborarla. La fibra de alpaca, al ser un material más fino, cuesta más de 100 soles. Este tipo de prendas es de consumo exclusivo de los mismos pobladores, ya que como se mencionó antes, se utiliza para cargar a los bebés. Por otro lado, el material más recomendado por los artesanos es la aleación de fibras (Alpacril), cuyo acabado es presentable y a la vez más cómodo ya que costaría entre 50 y 100 soles la pieza. Finalmente el material sintético es el más recomendado si lo que se busca son precios baratos, ya que una pieza cuesta menos de 50 soles.

- **Tiempo que demanda hacer una Lliclla vs Precio de la Lliclla**

Tabla N°86: Tiempo que demanda hacer una Lliclla vs Precio de la Lliclla

¿En cuánto tiempo terminaría la siguiente pieza textil en un tamaño de 1.5m X 3m (Lliclla)?	¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil de 1.5m X 3m (Lliclla)?						TOTAL	
	s/.0 - s/.50		s/.51 - s/.100		s/.101 a más			
	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %
0 - 5 horas	20	23.53%	7	8.24%	1	1.18%	28	32.94%
6 - 10 horas	7	8.24%	13	15.29%	2	2.35%	22	25.88%
11 horas - 1 día	1	1.18%	11	12.94%	4	4.71%	16	18.82%
2 a 5 días	0	0.00%	7	8.24%	5	5.88%	12	14.12%
Más de 5 días	0	0.00%	0	0.00%	7	8.24%	7	8.24%
TOTAL	28	32.94%	38	44.71%	19	22.35%	85	100.00%

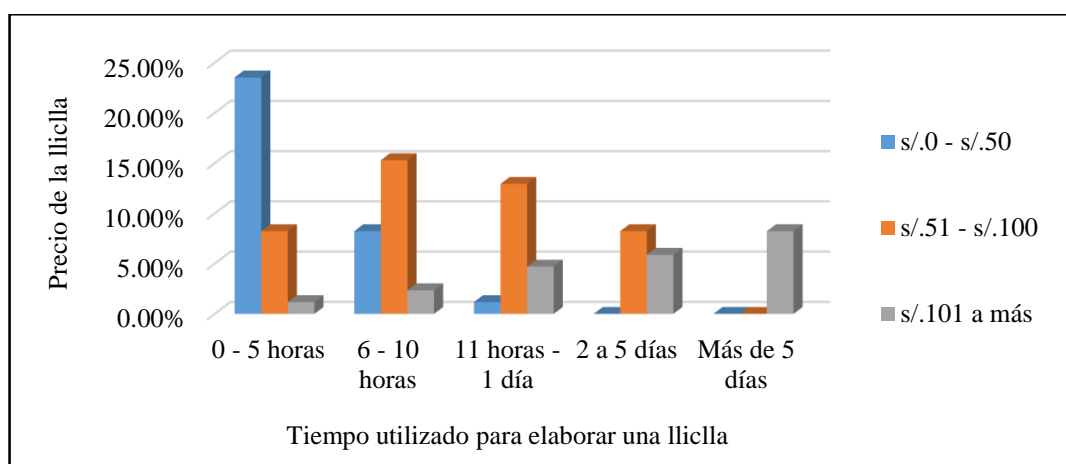
Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

E: Encuestados

R. en P. %: Resultados en Porcentaje %

Figura N°108: Tiempo que demanda hacer una Lliclla vs Precio de la Lliclla



Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

La presente figura define una clara relación entre el tiempo invertido en la elaboración de la lliclla y el precio de la misma. Mientras que una pieza en la que se invierten máximo 5 horas tiene un costo menor de 50 soles, una lliclla elaborada en más de cinco días cuesta más de 100 soles. La investigación brindó el dato de que las piezas más trabajosas son también elaboradas con el material más caro, lo que sigue elevando su precio.

- **Llicllas elaboradas en una semana vs Tipo de instrumento**

Tabla N°87: Llicllas elaboradas en una semana vs Tipo de instrumento

¿Cuántas piezas textiles de 1.5m X 3m puede realizar en una semana (lliclla)?	¿Qué tipo de instrumentos utiliza para realizar sus tejidos?						TOTAL	
	Artesanales		Industriales		Artesanales e Industriales			
	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %
0 - 25	42	49.41%	0	0.00%	15	17.65%	57	67.06%
26 - 50	2	2.35%	2	2.35%	19	22.35%	23	27.06%
51 - 100	0	0.00%	1	1.18%	1	1.18%	2	2.35%
101 - 200	0	0.00%	3	3.53%	0	0.00%	3	3.53%
201 a más	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
TOTAL	44	51.76%	6	7.06%	35	41.18%	85	100.00%

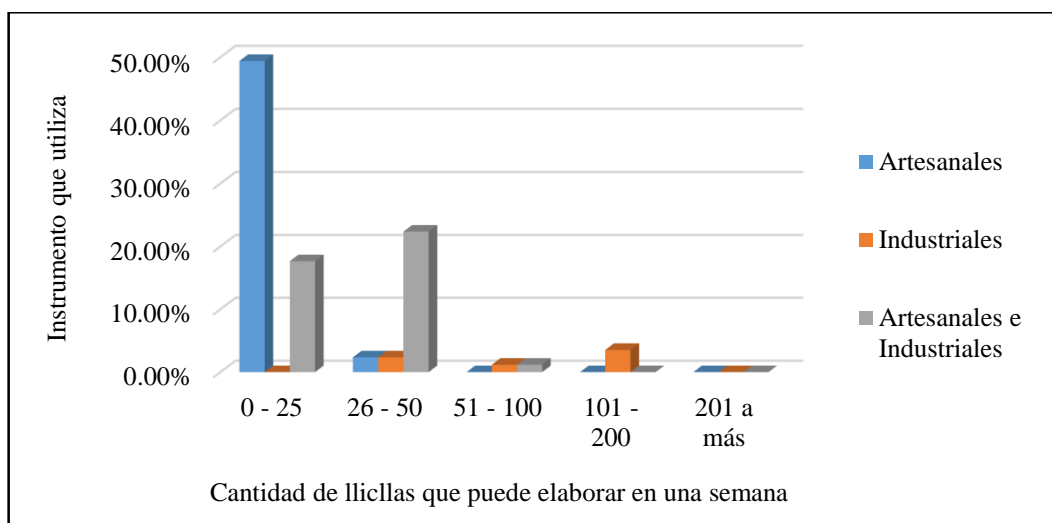
Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

E: Encuestados

R. en P. %: Resultados en Porcentaje %

Figura N°109: Llicllas elaboradas en una semana vs Tipo de instrumento



Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables
Elaboración: Propia, Enero 2017

El tipo de instrumento que utiliza el artesano influye directamente en la cantidad de llicllas que pueda fabricar a la semana. Un tejedor que utilice herramientas artesanales como el telar, puede hacer un máximo de 25 piezas a la semana y en pocos casos, un máximo de 50. Mientras que el uso de herramientas industriales eleva esta cantidad a 200 llicllas a la semana. Un artesano que cuenta con ambos tipos de instrumentos puede por lo general hacer hasta 50 llicllas a la semana.

- **Sexo del artesano vs Experiencia haciendo bordados**

Tabla N°88: Sexo del artesano vs Experiencia haciendo bordados

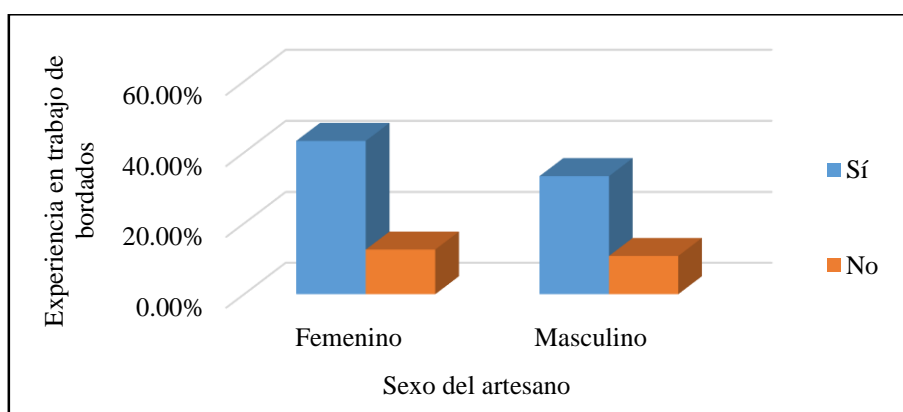
Sexo del artesano	¿Cuenta usted con experiencia previa en este tipo de trabajo (bordado)?				TOTAL	
	Sí		No		E	R. en P. %
	E	R. en P. %	E	R. en P. %		
Femenino	48	43.24%	14	12.61%	62	55.86%
Masculino	37	33.33%	12	10.81%	49	44.14%
TOTAL	85	76.58%	26	23.42%	111	100.00%

Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables
Elaboración: Propia, Enero 2017

E: Encuestados

R. en P. %: Resultados en Porcentaje %

Figura N°110: Sexo del artesano vs Experiencia haciendo bordados



Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

Al igual que con la elaboración de llicllas, las personas con más experiencia haciendo bordados son también las mujeres. Este tipo de trabajo demanda paciencia y perfeccionismo ya que las piezas son pequeñas y son elaboradas una por una, por lo que probablemente ellas habrán adquirido el conocimiento para elaborar este tipo de bordados de sus madres, mientras que los varones se dedicaban a la agricultura.

- **Material para elaborar el bordado vs Precio del bordado**

Tabla N°89: Material para elaborar el bordado vs Precio del bordado

¿Qué material considera ideal para realizar la mencionada pieza textil bordada de 5cm x 5cm?	¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil bordada de 5cm X 5cm (bordado)?						TOTAL	
	s/.0 - s/.20		s/.21 - s/.50		s/.51 a más			
	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %
Aleación de fibras	13	15.29%	16	18.82%	1	1.18%	30	35.29%
Fibra de alpaca	0	0.00%	1	1.18%	2	2.35%	3	3.53%
Hilo	15	17.65%	20	23.53%	2	2.35%	37	43.53%
Lana	4	4.71%	4	4.71%	0	0.00%	8	9.41%
Material sintético	7	8.24%	0	0.00%	0	0.00%	7	8.24%
TOTAL	39	45.88%	41	48.24%	5	5.88%	85	100.00%

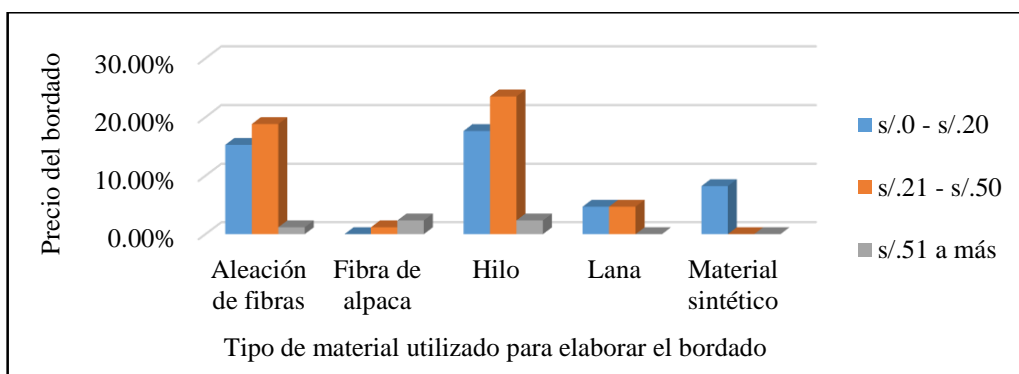
Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

E: Encuestados

R. en P. %: Resultados en Porcentaje %

Figura N°111: Material para elaborar el bordado vs Precio del bordado



Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

Se observa en la figura que el material más barato para elaborar estas piezas es el sintético, sin embargo, el más apropiado y recomendado por los tejedores es el hilo, ya que les permite tener mayor control sobre los detalles del bordado y deja un costo promedio de 20 a 50 soles por pieza. También se puede observar que dicho bordado puede realizarse de una aleación de fibras (Alpacril) y el promedio del precio sigue siendo el mismo, sin embargo, los detalles no pueden ser bien trabajados con este tipo de material, por lo que no es el más recomendado por ellos.

- **Tiempo que demanda hacer un bordado vs Precio del bordado**

Tabla N°90: Tiempo que demanda hacer un bordado vs Precio del bordado

¿En cuánto tiempo terminaría la siguiente pieza textil, bordada en un tamaño de 5cm X 5cm (bordado)?	¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil bordada de 5cm X 5cm (bordado)?						TOTAL	
	s/.0 - s/.20		s/.21 - s/.50		s/.51 a más			
	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %
0 - 2 horas	38	44.71%	9	10.59%	0	0.00%	47	55.29%
3 - 5 horas	1	1.18%	31	36.47%	1	1.18%	33	38.82%
6 - 10 horas	0	0.00%	1	1.18%	2	2.35%	3	3.53%
11 horas - 1 día	0	0.00%	0	0.00%	2	2.35%	2	2.35%
TOTAL	39	45.88%	41	48.24%	5	5.88%	85	100.00%

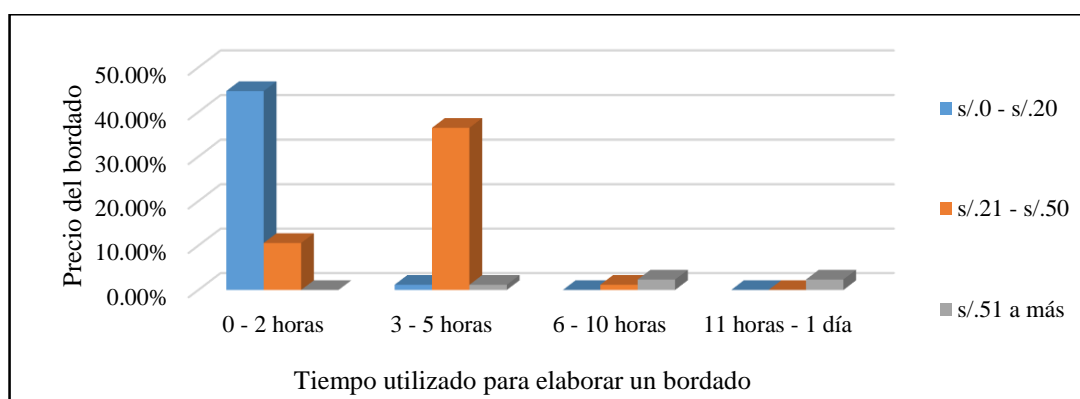
Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

E: Encuestados

R. en P. %: Resultados en Porcentaje %

Figura N°112: Tiempo que demanda hacer un bordado vs Precio del bordado



Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

La mayoría de piezas bordadas conlleva un trabajo de menos de dos horas, por lo que tiene un costo menor a 20 soles como se puede apreciar en la figura; y aquellas que son elaboradas en un espacio de tiempo de tres a cinco horas elevan el precio, siendo este de 21 a 50 soles, lo que habla de una clara relación entre ambos factores. Se pudo observar durante la recolección de datos que existen piezas que demandan más de seis horas de trabajo y su precio excede los 50 soles. Dichas piezas son exclusivamente elaboradas para decorar otras piezas textiles como las llicllas.

- **Bordados elaborados en una semana vs Tipo de instrumento**

Tabla N°91: Bordados elaborados en una semana vs Tipo de instrumento

¿Cuántas piezas textiles en un tamaño de 5cm X 5cm cree que pueda realizar en una semana (bordado)?	¿Qué tipo de instrumentos utiliza para realizar sus tejidos?						TOTAL	
	Artesanales		Industriales		Artesanales e Industriales			
	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %	E	R. en P. %
0 - 25	28	32.94%	0	0.00%	8	9.41%	36	42.35%
26 - 50	6	7.06%	0	0.00%	12	14.12%	18	21.18%
51 - 100	8	9.41%	3	3.53%	16	18.82%	27	31.76%
101 - 200	0	0.00%	3	3.53%	0	0.00%	3	3.53%
201 a más	0	0.00%	1	1.18%	0	0.00%	1	1.18%
TOTAL	42	49.41%	7	8.24%	36	42.35%	85	100.00%

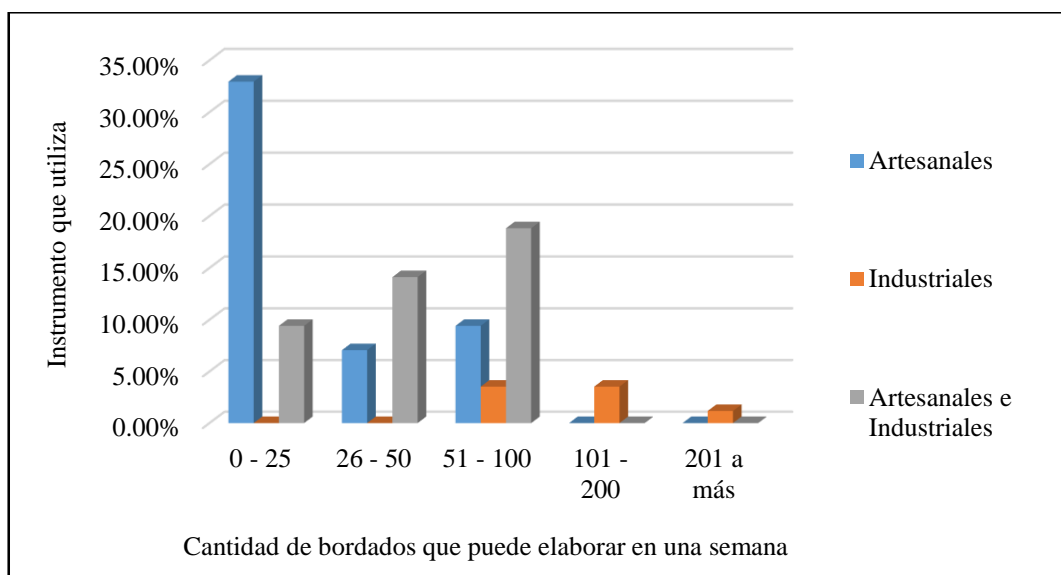
Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

E: Encuestados

R. en P. %: Resultados en Porcentaje %

Figura N°113: Bordados elaborados en una semana vs Tipo de instrumento



Fuente: Investigación de Mercado, Cruce de Variables

Elaboración: Propia, Enero 2017

Los resultados muestran que la mayor parte de artesanos que elaboran bordados, tienen instrumentos artesanales por lo cual fabrican hasta 25 piezas a la semana, mientras que los artesanos que cuentan con ambos tipos de herramientas pueden llegar a hacer hasta 100 piezas a la semana. Existen también aquellos que utilizan artefactos meramente industriales y pueden elaborar hasta 200 piezas, sin embargo la calidad de dicho trabajo no es tan detallado como una pieza hecha a mano.

2.1.3. Análisis de la Demanda

A continuación se describen los tres posibles mercados importadores del producto en investigación.

a. Chile

- **Economía**

Según la Agencia Central de Inteligencia (CIA, US) (2017), Chile tiene una economía orientada al mercado, además,

cuenta con un alto nivel de comercio exterior y posee la reputación de tener instituciones financieras sólidas. Las exportaciones de bienes y servicios representan aproximadamente un tercio del PBI, y las materias primas representan alrededor del 60% del total de las exportaciones. Sólo el cobre representa el 20% de los ingresos públicos.

De 2003 a 2013, el crecimiento real promedió casi un 5% anual, a pesar de la leve contracción en 2009 que resultó de la crisis financiera mundial. El crecimiento se desaceleró a un estimado de 2.3% en 2015. La depreciación continua del valor del cobre hizo que Chile experimentara por segundo año un lento crecimiento, inflación elevada y una moneda en desaceleración.

Respecto a su PBI, la tasa de crecimiento que registró en el 2016 fue de 1.7%, siendo el PBI per cápita de \$24,000. Cabe resaltar también que del total del PBI chileno, un 64.9% fue destinado al consumo de las familias.

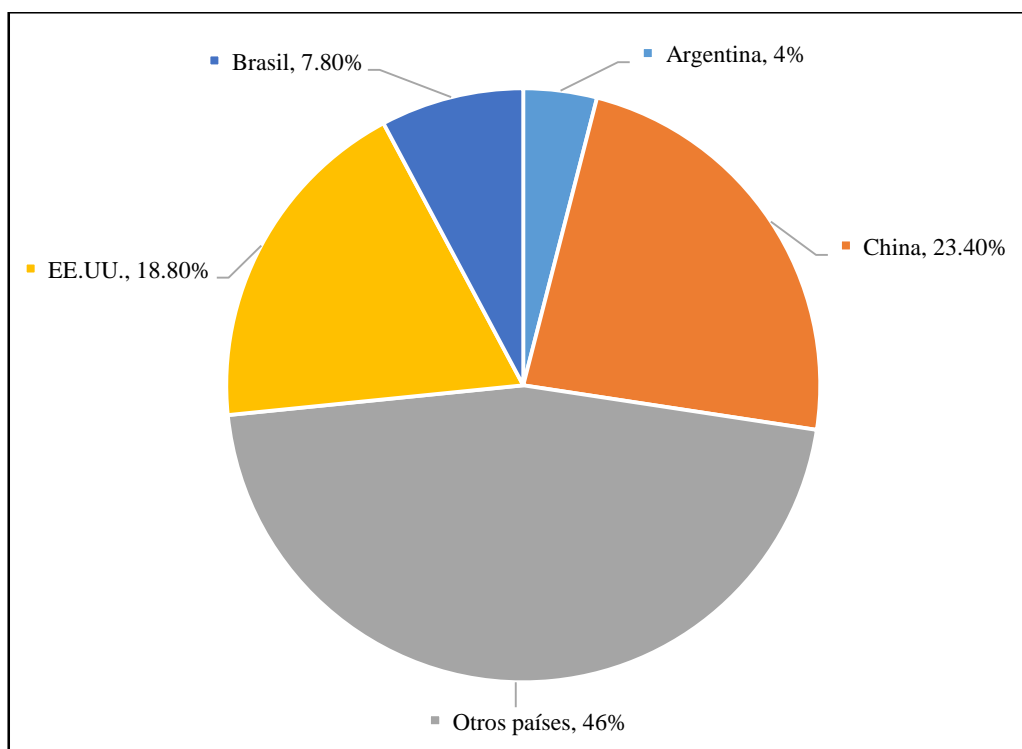
Las principales industrias en las que se sostiene su economía son el cobre, litio y otros minerales, productos alimenticios, elaboración de pescado, hierro y acero, madera, equipos de transporte, cemento y textiles.

La tasa de inflación bajó a 4.1% en el 2016 a comparación del 2015 donde fue de 4.3%.

Las exportaciones chilenas sumaron \$56,320 millones durante el 2016 y los principales productos exportados fueron el cobre, frutas, productos de pescado, papel, productos químicos y vino, siendo sus principales socios China, Estados Unidos, Japón, Corea del Sur y Brasil.

La figura a continuación muestra la cuota de mercado de los países exportadores al mercado chileno.

Figura N°114: Cuota de Mercado – Socios en importaciones - Chile



Fuente: Portal Central Intelligence Agency – US

Elaboración: Propia

Las importaciones chilenas en el 2016 fueron de \$56,860 millones, siendo los principales productos importados el petróleo y productos petrolíferos, productos químicos, equipo eléctrico y de telecomunicaciones, maquinaria industrial, vehículos y gas natural. Sus principales socios para las importaciones fueron China, EE.UU., Brasil y Argentina

- **Logística y transporte**

- **Acceso Terrestre**

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia. (2007, p. 62-63) indica que en Chile, la infraestructura vial está formada por una red de carreteras de 79,605 km, 20.2% de ellas asfaltadas. Una de las más importantes es la carretera

Panamericana, que se extiende desde Arica hasta la isla de Chiloé; también están las rutas entre Santiago, Valparaíso y el Litoral Central y las vías urbanas. Otra de las más importantes carreteras es la Austral que enlaza la región de Aisén con el resto de Chile. Además este país cuenta con una de las carreteras más modernas de Latinoamérica que es la Autopista Central en el Gran Santiago.

- **Acceso Ferroviario**

La infraestructura ferroviaria en Chile tiene una extensión de 6.585 km., mayormente usada para transporte de carga hacia puertos, no obstante, se está considerando reestablecer el servicio para pasajeros entre Santiago y Puerto Montt.

- **Acceso Marítimo**

La infraestructura portuaria chilena está conformada por más de 70 puertos, que se encuentran situados a lo largo de toda la costa (6.435 km.); dichos puertos están preparados para manejar varios tipos de carga, por lo que el 95% del comercio exterior chileno se da por este medio. Sus principales puntos son: Arica, Iquique, Antofagasta, Talcahuano, Puerto Montt, Punta Arenas, Mejillones, Coquimbo, Valparaíso y San Antonio.

El puerto chileno más importante es el de San Antonio, que debido a su ubicación geográfica es el principal puerto de la Costa Oeste Suramericana. Es el puerto más cercano a la ciudad de Santiago, y tiene una superficie de 495 hectáreas y 353 de ellas son áreas de operación marítima.

El Puerto de Antofagasta está situado en la II Región de Chile, que es la principal zona minera del país; y se dedica al transporte de los productos derivados de la región, movilizándolos por medio de trenes, desde los puntos de extracción, hasta el puerto.

Finalmente, el Puerto de Arica, que se encuentra en la Primera Región de Tarapacá, tiene un área de 368.000 m²., y cuenta con almacenes abiertos, 6 depósitos de carga general y un cobertizo para cargas de alto peligro. Recibe buques de gran capacidad y moviliza aproximadamente 1.3 millones de toneladas al año.

○ Acceso Aéreo

Chile tiene un total de 364 aeropuertos y aeródromos, desde Arica a la Antártica, cuyos principales puntos son los aeropuertos de El Tepual de Puerto Montt, Diego Aracena de Iquique, Chacalluta de Arica, Presidente Ibáñez de Punta Arenas, Cerro Moreno de Antofagasta, Carriel Sur de Concepción, Mataveri en Isla de Pascua y el Aeropuerto Internacional Comodoro Arturo Merino Benítez de Santiago, que resalta en el continente por su modernidad.

● Distribución y tipos de almacenes

Según lo expuesto por el Banco Santander. (2017), existen los siguientes tipos de almacenes en Chile:

Supermercados e hipermercados: Se encuentran en todas las ciudades de Chile, y son los puntos de distribución más numerosos del país.

Principales: Líder, Ekono, Santa Isabel, Jumbo, Tottus, Unimarc.

Supermercado de venta al por mayor: Son supermercados de libre servicio, generalmente para los comerciantes, negocios de comida, hoteles o familias numerosas.

Principales: Mayorista 10 y Alvi Club Mayorista

Farmacias: No solo ofrecen medicamentos sino también cosméticos y bebidas heladas. Se encuentran por cualquier lugar ya que son abundantes.

Principales: Farmacias Salcobrand, Cruz Verde y Ahumada

Tiendas por departamentos: Se las puede encontrar en capitales y grandes ciudades.

Principales: Falabella, París, Ripley y La Polar.

Tiendas de ultramarinos: Negocios en las afueras de las ciudades y en lugares no muy poblados, tienen una gran cantidad de mercancía diferente pero poco variada. Los más grandes también ofrecen productos frescos.

Tiendas de conveniencia: Son pequeños kioscos situados en lugares estratégicos de las ciudades y ofrecen una poca variedad de productos como snacks, bebidas, leche, pan, frutas.

Principales: Big John, Ok Market

Multitiendas: Su público objetivo son las familias con ingresos bajos. Brindan menos opciones que las tiendas por departamentos.

Principales: Johnson's (Cencosud), Hites y Corona

Tiendas de mejora del hogar: Se dedican a comerciar artículos del hogar.

Principales: Sodimac, Construmart, MTS, Easy y Chilemat.

Centros comerciales / malls: Se encuentran en las ciudades más grandes.

Principales: Alto Las Condes, Parque Arauco, La Dehesa, Vivo el Centro, Apumanque, Costanera Center.

Comercios tradicionales y mercados: Mercados centrales, que ofrecen frutas y verduras, pescado y otros

productos, tienen como clientes a los hogares, restaurantes y pequeños comercios.

Ferías libres: Son puestos de frutas, verduras y otros productos, que se despliegan una vez por semana en diferentes comunas. Venden productos de buena calidad y más baratos de lo que se puede encontrar en un supermercado

- **Evolución del sector de la venta al detalle**

- **Crecimiento y regulación**

Las tasas de crecimiento elevadas del PBI hicieron que el sector del comercio al por menor tenga un fuerte crecimiento en los últimos años. Este tipo de comercio es el más desarrollado de América Latina.

A pesar de que su mercado minorista es muy desarrollado, el 37% de las ventas de Chile se realizan en establecimientos tradicionales. Por lo tanto, aún hay espacio para desarrollar formatos de negocios más modernos.

Además, el urbanismo de Chile se incrementa cada vez más, y esto no solo se refiere a la Región Metropolitana de Santiago sino también a las ciudades de provincia.

En cambio, el comercio al por menor en Internet aún es limitado, aunque progresa ágilmente y tiene un gran porvenir.

- **Segmento del mercado**

La distribución en Chile se concentra en un reducido grupo de empresas que se reparte la mayor porción de las ventas: D&S/Wal-Mart Chile, Falabella,

Cencosud, Ripley y la Polar. Dicha distribución se encuentra dominada por los supermercados, los cuales controlan el 65% del mercado obteniendo un lucro de 13 mil millones de dólares. Lo que resta del mercado está dividido por partes iguales entre los mayoristas, los negocios de abarrotes y las tiendas tradicionales.

Los supermercados más importantes son Wal-Mart con 44% de la cuota del mercado, Cencosud con 33%, Unimarc con 16% y Tottus con 7%. Cencosud se dedica a los consumidores de altos ingresos y Wal-Mart se especializó en crear tiendas de descuento, teniendo un fuerte desarrollo. Se espera que estos grandes supermercados, que por ahora se centralizan en las grandes ciudades, sigan desarrollándose en lugares menos poblados.

- **Documentos requeridos para envíos comerciales**

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia. Colombia (2007, p. 64), los documentos necesarios para hacer un envío comercial a Chile son los siguientes:

- Factura comercial con 5 copias que contengan: nombre y dirección del exportador, nombre y dirección del consignatario, número de paquetes, descripción de los bienes, número y fecha del “informe de importación”, valores FOB y CIF, y precio unitario. Dicha factura debe tener la siguiente declaración: “certificamos que todos los datos contenidos en esta factura son exactos y verdaderos y que el origen de la mercancía es.....” (el país de origen de la mercancía).

- Informe de Importación: Cuando los envíos superen los 3000 dólares se solicita este documento que es otorgado por el banco central de Chile.
- AWB o B/L obligatorias para todos los envíos.
- **Gustos y preferencias del consumidor chileno**
 - **Comportamiento del consumidor**

Según el Banco Santander. (2017), el crecimiento del país chileno y su mercado ha involucrado el disparo de la demanda de los consumidores. De la misma forma, en los últimos años se ha incrementado el gasto en aparatos electrodomésticos debido a que las condiciones de vida de los habitantes chilenos mejoraron. La propensión a la baja de la economía latinoamericana se desaceleró debido al aumento progresivo de los salarios reales y del crédito. A pesar de todo, el precio es el principal factor en la decisión de compra del cliente chileno, aunque también toma en cuenta la calidad, la duración del producto, tecnología, servicio al consumidor y disponibilidad. Chile se encuentra en una "fase de consumismo", lo que hace que vean el consumo como una gratificación y estatus social más que una solución a sus necesidades.

- **Perfil del consumidor y su poder adquisitivo**

Debido a que los chilenos tienen ahora más ingresos y más acceso al crédito, ya no solo se centran en sus necesidades base, sino también en la compra de objetos electrónicos. Y efectivamente, este país es el líder en consumo de telefonía móvil y redes sociales

en Latinoamérica, los cuales se han vuelto bienes y servicios necesarios y cotidianos en la vida del chileno. Por otro lado, este aumento de ingresos reales también ha permitido que inviertan más en salud y educación. Acerca de la población chilena, cabe resaltar que su crecimiento se ha ralentizado

Tabla N°92: Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales en Chile, 2013

Alimentación y bebidas no alcoholizadas	18% del total de gastos de consumo en Chile
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	13% del total de gastos de consumo en Chile
Bienes y servicios diversos	8% del total de gastos de consumo en Chile
Educación	7% del total de gastos de consumo en Chile
Cultura y entretenimiento	6% del total de gastos de consumo en Chile
Muebles y artículos del hogar	6% del total de gastos de consumo en Chile
Transporte	6% del total de gastos de consumo en Chile
Salud	6% del total de gastos de consumo en Chile
Comunicaciones	4% del total de gastos de consumo en Chile
Vestimenta	4% del total de gastos de consumo en Chile
Hoteles y restaurantes	4% del total de gastos de consumo en Chile
Bebidas alcohólicas, tabaco, estupefacientes	1% del total de gastos de consumo en Chile

Fuente: Banco Santander. (2017). Chile: Llegar al consumidor. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/chile/llegar-al-consumidor>

○ **Acceso al crédito del consumidor chileno**

Existen más tarjetas de crédito en circulación que habitantes, lo que explica el considerable crecimiento

del uso de este tipo de consumo que hoy representa el 10% del PBI de Chile.

- **Cantidad de mujeres de 15 a 34 años**

La siguiente tabla muestra la cantidad de mujeres chilenas por grupos quinquenales para el año 2015.

Tabla N°93: Población total de mujeres según grupos quinquenales de edad – Chile

Mujeres en Chile	
Grupo de Edad	Año 2015
15-19 años	652,913 mujeres
20-24 años	732,140 mujeres
25-29 años	720,905 mujeres
30-34 años	653,004 mujeres
Total	2,758,962 mujeres

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas. (2004). Chile: Estimaciones y Proyecciones de Población por Sexo y Edad. País Urbano-Rural, 1990-2020. Única Edición. Instituto Nacional de Estadísticas. Chile. p. 21. http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/demografia_y_vitales/proyecciones/Informes/MicrosoftWordInforP_UR.pdf
Elaboración: Propia

El total de mujeres entre 15 y 34 años en Chile es de 2,758,962.

Suponiendo que una mujer chilena compre sólo un par de zapatos anuales, entonces se tendría 2,758,962 pares de zapatos comprados anualmente; y tomando en consideración que la tasa de crecimiento de la población en Chile según The World Factbook (2017) es de 0.8%, a continuación se presenta la proyección de la demanda potencial de zapatos en este segmento de la población.

Tabla N°94: Proyección del Consumo de Calzado en Chile según el crecimiento de la población de mujeres de 14 a 35 años

Año	Consumo de Calzado de mujeres de 14 a 35 años en Chile
2016	2,781,034 pares de zapatos
2017	2,803,282 pares de zapatos
2018	2,825,708 pares de zapatos
2019	2,848,314 pares de zapatos
2020	2,871,100 pares de zapatos
2021	2,894,069 pares de zapatos
2022	2,917,222 pares de zapatos

Elaboración: Propia

- **El mercado del calzado en Chile**

Respecto a las importaciones de calzado con suela de caucho y parte superior textil, Chile ha ido incrementando las cantidades importadas durante los últimos años. Como se observa en el gráfico, para el año 2015 esta cantidad ascendió a 14,047,143 pares de zapatos.

Tabla N°95: Total de Cantidad Importada por Chile de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015

Año	Cantidad Total de Par de Zapatos Importados por Chile
2011	12,440,000 pares de zapatos
2012	13,184,286 pares de zapatos
2013	14,532,857 pares de zapatos
2014	13,375,714 pares de zapatos
2015	14,047,143 pares de zapatos

Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Chile. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|152|||640419||6|1|1|2|1|2|1|

Elaboración: Propia

El estudio de la Asociación Chilena de empresas de Investigación de Mercado (AIM) (2008, p. 17-27) indica que el 1% de la población pertenece al segmento AB (Nivel Alto) y el 6% al C1 (Nivel Medio-Alto). Se deduce entonces que, de las 2,758,962 mujeres chilenas de 14 a 35 años existentes, el 93% pertenecen a los sectores C2, C3, D y E, los cuales significan una demanda potencial no considerada dentro de la cantidad total de zapatos importados por Chile, ya que este tipo de producto esta generalmente orientado a los sectores AB y C1, pero que con una adecuada estrategia de marketing podrían ser considerados dentro del mercado objetivo.

A continuación se presentan las proyecciones de la demanda total considerando esta vez a la demanda potencial previamente descrita.

Tabla N°96: Nueva proyección de la Demanda Total

Año	Cantidad Total de Par de Zapatos Importados por Chile	Proyecciones del Consumo de Calzado según el crecimiento de la población de mujeres de 14 a 35 años	Demanda Potencial	Total (Nueva Demanda)
2015	14,047,143 pares	2,758,962 pares	2,565,835 pares	16,612,978 pares
2016	14,513,127 pares	2,781,034 pares	2,586,361 pares	17,099,488 pares
2017	14,994,568 pares	2,803,282 pares	2,607,052 pares	17,601,620 pares
2018	15,491,981 pares	2,825,708 pares	2,627,909 pares	18,119,890 pares
2019	16,005,894 pares	2,848,314 pares	2,648,932 pares	18,654,826 pares
2020	16,536,855 pares	2,871,100 pares	2,670,123 pares	19,206,978 pares
2021	17,085,430 pares	2,894,069 pares	2,691,484 pares	19,776,914 pares
2022	17,652,202 pares	2,917,222 pares	2,713,016 pares	20,365,218 pares

Elaboración: Propia

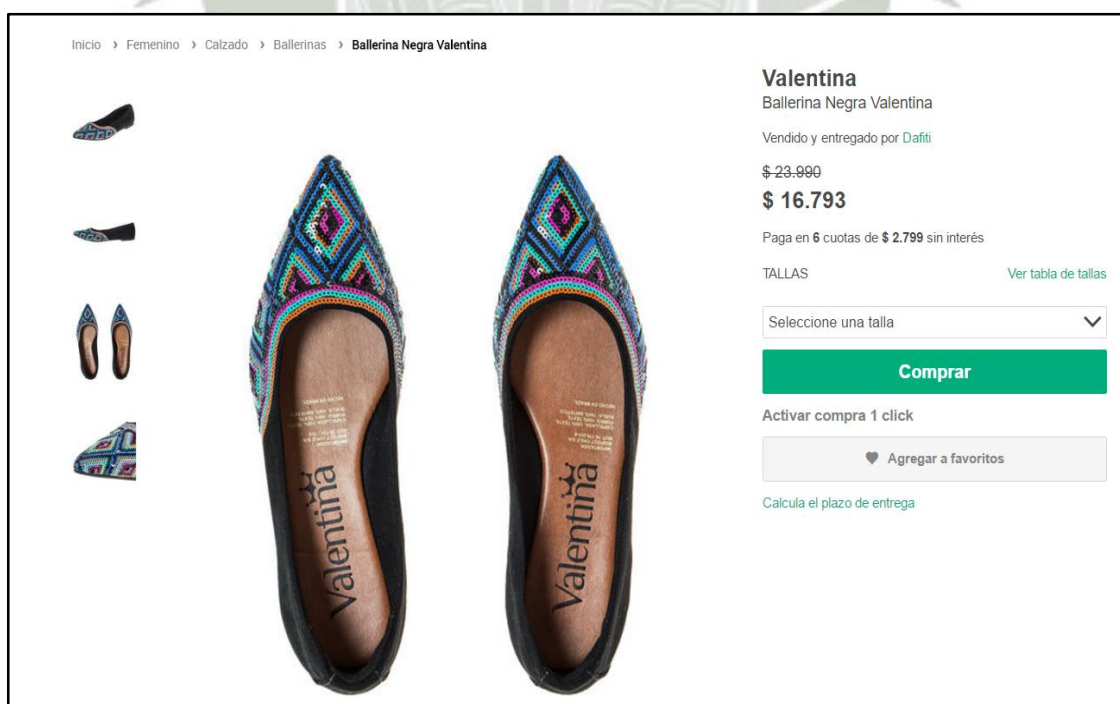
Las bailarinas son un tipo de calzado con suela de caucho y parte superior textil, conocidas en Chile como “bailarinas” o “flats” y sus precios van desde los 8,000 hasta los 29,000 pesos chilenos. El promedio del precio de estos zapatos en Chile es por lo general 18.550 pesos chilenos, es decir, \$25.75 al tipo de cambio actual.

Respecto a la tendencia en moda de este tipo de calzado se observa que los últimos modelos en las principales tiendas retail chilenas ofrecen bailarinas con la punta angular, aplicaciones en lentejuelas o pedrería, y distintos tipos de tela para su elaboración, entre los cuales se encuentran el material sintético, jean, terciopelo, encaje, entre otros.

Los colores en este tipo de calzado varían ampliamente. Se observa tanto zapatos de colores sólidos como aquellos que tienen estampados florales, animal print o diseños tribales.

Otro punto a detallar es que algunos tipos de flats tienen accesorios adicionales como moños de tela o plastificados, correas entrelazadas o listones.

Figura N°115: Bailarina con detalles en lentejuelas – Tienda DAFITI, Chile



Fuente: DAFITI. (2017). Bailarina Negra Valentina. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <https://www.dafiti.cl/Ballerina-Negra-Valentina-516010.html>

Figura N°116: Balerina de jean con aplicaciones – Tienda Ripley, Chile

ZAPATO AREZZO JEANS
SKU: 2000354958772
★★★★★ (Sin Calificaciones)
Zapato de vestir

Normal \$29.990
Internet \$14.990
Descuento **\$-15.000**

Acumulas 150 RipleyPuntos

TALLA
40

- 1 + **Agregar a la bolsa**

Fuente: Ripley. (2017). Zapato Arezzo Jeans. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://simple.ripley.cl/zapatos-y-bolsos/zapatos-mujer/ballerinas>

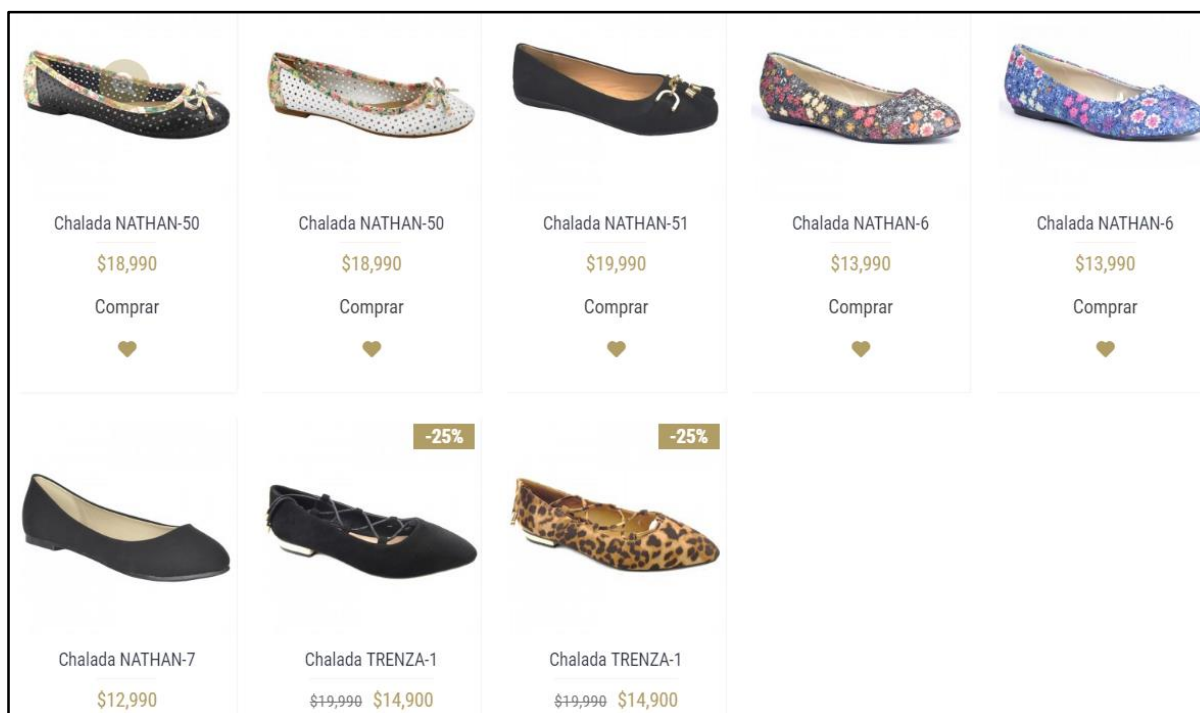
Figura N°117: Sección de novedades en ballerinas – Tienda TODOPIEL, Chile

Sale **Guardar**

BALLERINA EBA WHITE ZAR40 \$0-\$17.990 \$7.990	BALLERINA NUDO ZAS66 \$12.790	BALLERINA ZAP16 \$8.995	BALLERINA ZAQ92 \$14.390
SELECCIONAR OPCIONES	SELECCIONAR OPCIONES	SELECCIONAR OPCIONES	SELECCIONAR OPCIONES
BALLERINA ZAP17 \$8.995	BALLERINA ZAR05 \$14.390	BALLERINA ZAQ91 \$14.390	BALLERINA ZAO90

Fuente: TODOPIEL. (2017). Sección de novedades en ballerinas. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.todopiel.cl/categoria-producto/mujer/calzado/ballerinas/?orderby=date>

Figura N°118: Sección de ballerinas – Tienda Chalada, Chile



Fuente: Chalada. (2017). Sección de ballerinas. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.chalada.cl/ballerinas>

Figura N°119: Modelos y presentación de ballerinas – Tienda Pretty Ballerinas, Chile



Fuente: Diario Emol. (2017). Desde una isla española hasta Santiago de Chile: La historia de “Pretty Ballerinas”. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.emol.com/noticias/Economia/2016/09/18/822424/Desde-una-isla-espanola-hasta-Santiago-de-Chile-La-historia-de-Pretty-Ballerinas.html>

b. Estados Unidos**• Economía**

Según la CIA (2017), Estados Unidos tiene la economía tecnológica más poderosa del mundo, con un PBI per cápita de 54.800 dólares. Las empresas estadounidenses se encuentran en la vanguardia de los adelantos tecnológicos, especialmente en las computadoras, los productos farmacéuticos y el equipo médico, aeroespacial y militar.

En los Estados Unidos, los particulares y las empresas toman la mayoría de las decisiones, y los gobiernos federales y estatales compran bienes y servicios necesarios predominantemente en el mercado privado. Las empresas de EE.UU. gozan de una mayor flexibilidad para tomar decisiones como expandir la planta de capital, despedir al exceso de mano de obra e invertir en nuevos productos. Al mismo tiempo, las empresas estadounidenses afrontan más barreras para entrar en los mercados extranjeros que las que enfrentan las empresas extranjeras para la entrada en el mercado de EE.UU.

Respecto a su PBI, la tasa de crecimiento que registró en el 2016 fue de 1.6%, siendo el PBI per cápita de \$57,300.

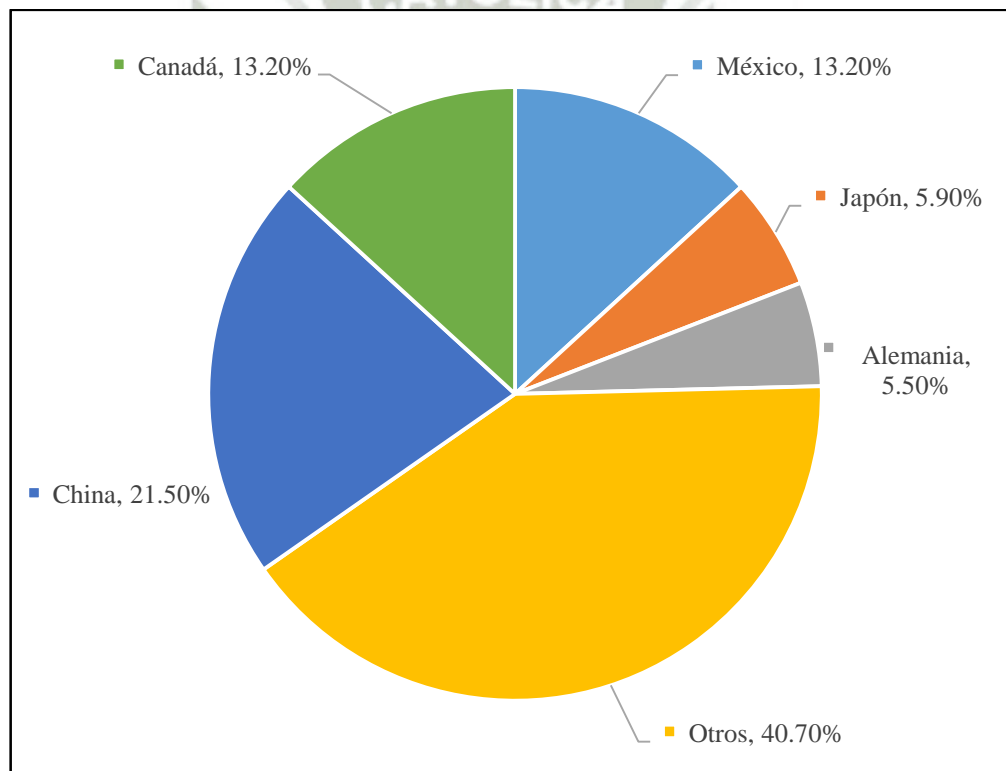
Cabe resaltar también que del total del PBI estadounidense, un 68.6% fue destinado al consumo de las familias.

La industria en la que se sostiene la economía estadounidense es altamente diversificada, líder mundial, innovadora de alta tecnología y la segunda de mayor producción industrial del mundo, siendo algunas variedades de esta el petróleo, acero, vehículos de motor, aeroespacial, telecomunicaciones, productos químicos, electrónica, procesamiento de alimentos, bienes de consumo, madera aserrada, minería.

La tasa de inflación subió a 1.3% en el 2016 a comparación del 2015 donde fue de 0.1 %.

Sus exportaciones sumaron \$1.471 trillones durante el 2016 y los principales productos exportados fueron productos agrícolas (soya, fruta, maíz), suministros industriales (productos químicos orgánicos), bienes de capital (transistores, aviones, piezas de vehículos, computadoras, equipos de telecomunicaciones) y bienes de consumo (automóviles, medicamentos) siendo sus principales socios Canadá, México, China y Japón.

Figura N°120: Cuota de Mercado – Socios en importaciones – Estados Unidos



Fuente: Portal Central Intelligence Agency – US
Elaboración: Propia

Las importaciones estadounidenses en el 2016 fueron de \$2.205 trillones, siendo las principales adquisiciones los productos agrícolas, suministros industriales, bienes de consumo (computadoras, equipos de telecomunicaciones, piezas de automóviles, máquinas de oficina, máquinas de energía eléctrica) y bienes de consumo (automóviles, ropa,

medicamentos). Sus principales socios para las importaciones fueron China, Canadá, México, Japón y Alemania.

- **Logística y transporte**

- **Acceso Terrestre**

Según PROCOLOMBIA (2015. p. 1), Estados Unidos tiene su sistema de transporte totalmente desarrollado y capaz de sobrellevar las necesidades de su economía. Contiene un conjunto de carreteras de 6.430.366 km., que se desplaza por todo su territorio y conecta los 50 estados que lo conforman. De estas carreteras 75.238 km. son autopistas.

- **Acceso Ferroviario**

El sistema ferroviario se compone de 226.605 km. de ferrocarril, pertenecientes a empresas privadas y además utilizadas para transportar petróleo o productos derivados de este.

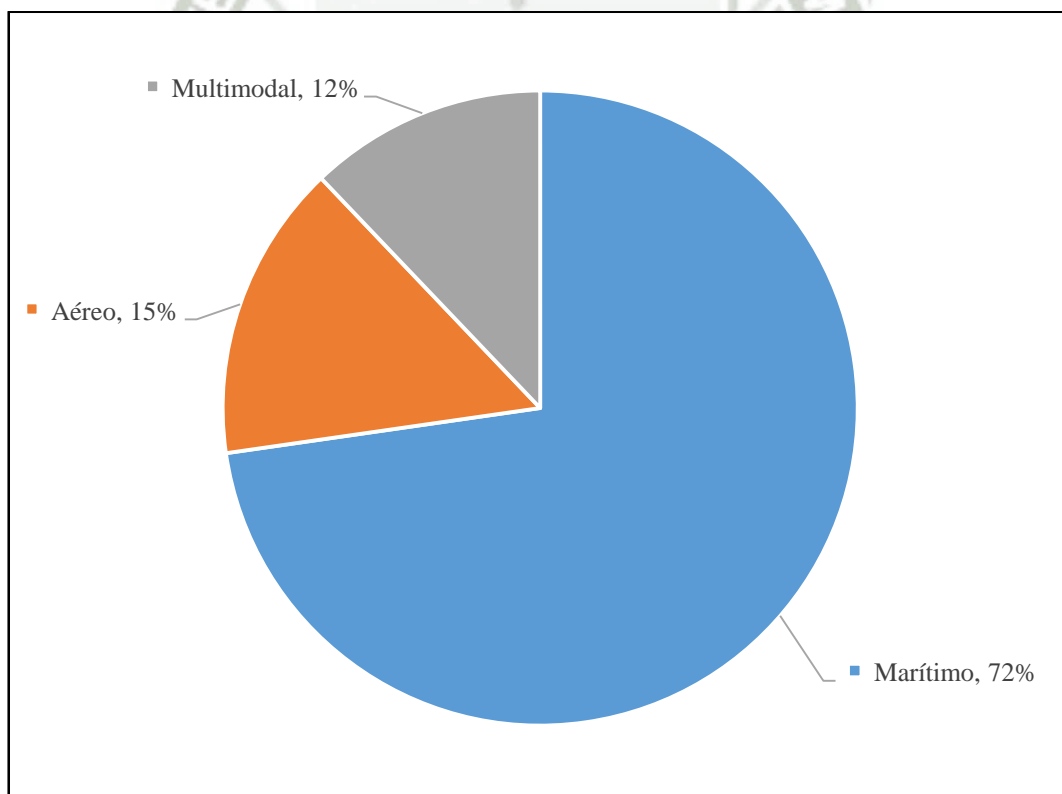
- **Acceso Aéreo:**

PROCOLOMBIA (2015. p. 9) señala que Estados Unidos tiene 14,947 aeropuertos, varios de ellos los más grandes e importantes del mundo. La concentración de servicios directos se encuentra en los Aeropuertos de John F. Kennedy International (Nueva York), Memphis International Airport, Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport, Los Ángeles International, George Bush International (Houston) y Miami International Airport.

○ **Acceso marítimo**

Según la empresa ICONTAINERS - España. (2017), los puertos estadounidenses se encuentran entre los 50 puertos más importantes para el transporte marítimo en contenedor, ya sea para importación o exportación. Los principales son Long Beach, el puerto de los Ángeles, el puerto de New York-New Jersey, el puerto de Savannah, el puerto de Miami o Port Everglades, Charleston, Houston y Oakland. Además, las principales ciudades interiores ofrecen transporte internacional multimodal, lo que sirve como acceso directo a puntos clave como Chicago, Philadelphia, Memphis, Columbus y Kansas.

Figura N°121: Modo de transporte utilizado para la exportación a Estados Unidos



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2011).Guía Práctica para los Estados Unidos. Única Edición. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Perú. p. 7. http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/guias_cartillas_exportacion/guia-exportacion/pdfs/12_ESTADOS_UNIDOS.pdf

- **Distribución y tipos de almacenes**

Según lo expuesto por el Banco Santander. (2017), existen los siguientes tipos de almacenes en Estados Unidos:

Almacenes: Vestido, comida, maquillaje, deportes

Droguerías: Higiene personal, maquillaje, detergentes, dulces y bebidas

Principales: CVS

Pequeños supermercados: Atención 24/7. Alimentación en general, bebidas, productos cotidianos.

Principales: 7 Eleven

Centros especializados (grandes cadenas): Jardinería, ornamentos y diferentes objetos para decorar y acondicionar el hogar.

Principales: Home Depot, Target, Whole Foods Market, Walmart.

Licorerías: Bebidas alcohólicas

Centros comerciales: Edificios que albergan varias tiendas y restaurantes de comida rápida

- **Evolución del sector de la venta al detalle**

- **Crecimiento y regulación**

El Banco Santander (2017) señala que este país es por definición el líder de la industria minorista. Cinco de las 10 compañías retail más importantes del mundo son estadounidenses. La cantidad de ganancias del sector minorista supero los 4,6 billones de dólares en 2015 y aproximadamente 18 millones de habitantes estadounidenses tienen trabajo en esta industria.

Aunque el mercado es bastante exigente, está abierto a nuevos productos y tecnología, aunque sea muy extenso y con un alto grado de competición.

- **Segmento del mercado**

Los principales criterios para la segmentación son los grupos de edad, los grupos étnicos, e incluso los sociales y religiosos, por lo que los comerciantes se adaptaron a esta situación. Producto de esta casi nula homogeneidad aparecieron negocios especializados los cuales constituyen el 11% de las ventas al por menor. Las características más importantes del consumidor son su exigencia, la importancia que le otorgan al precio y su lealtad a un producto, por lo cual, los comerciantes se enfocan en estrategias para adaptarse y lograr la lealtad del consumidor.

Aun así, la mayor cantidad de ventas se realizan en grandes cadenas de distribución: siendo Walmart con 4.500 tiendas, la empresa con más compradores fidelizados en Estados Unidos, en segundo lugar se encuentra The Kroger Co. y en tercer lugar se posiciona Kmart.

- **Documentos requeridos para envíos comerciales**

PROCOLOMBIA (2015, p. 13) lista los documentos que son por lo general los solicitados para un envío comercial a Estados Unidos:

- Documento de transporte: Conocimiento de embarque (B/L), Guía aérea (AWB) o Certificado del portador, (nombramiento del consignatario para objetivos de aduana) como documento probatorio del derecho que tiene el consignatario para que pueda ejecutar la entrada a destino o internación.

- Factura comercial (con tres copias), otorgado por el vendedor. Debe reflejar el valor por unidad y total, y la descripción de la mercancía.
- Manifiesto de Carga o Ingreso, formulario de aduana 7533 o Despacho Inmediato formulario de aduana 3461.
- Listas de bienes (Packing List), y/u otros documentos necesarios para determinar si la mercancía puede ser admitida.
- **Gustos y preferencias del consumidor estadounidense**
 - **Comportamiento del consumidor**

Según el Banco Santander. (2017), los consumidores estadounidenses cambiaron sus marcas cotidianas a unas más baratas debido a la crisis mundial. Los más jóvenes se interesan mayormente en el hecho de que puedan acceder al precio de un bien, no solo a poseerlo. Gradualmente, el consumidor estadounidense se hace más consciente del impacto ambiental en el momento de realizar una compra.
 - **Perfil del consumidor y su poder adquisitivo**

Estados Unidos acepta muy abiertamente los productos extranjeros, por lo que la gama de opciones que tiene es bastante amplia. El consumidor es muy diverso en sus gustos y preferencias. Aprecian la comodidad de su hogar, la alimentación y los automóviles, pero aun así, y debido a la recesión, prefieren adquirir productos menos caros.

Tabla N°97: Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales de Estados Unidos, 2011

Salud	20.6% del total de gastos de consumo en Estados Unidos
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	18.7% del total de gastos de consumo en Estados Unidos
Transporte	10.3% del total de gastos de consumo en Estados Unidos
Ocio y cultura	9.3% del total de gastos de consumo en Estados Unidos
Alimentos y bebidas no alcohólicas	6.7% del total de gastos de consumo en Estados Unidos
Hoteles, cafés y restaurantes	6.4% del total de gastos de consumo en Estados Unidos
Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar	4.1% del total de gastos de consumo en Estados Unidos
Ropa y calzado	3.5% del total de gastos de consumo en Estados Unidos
Educación	2.4% del total de gastos de consumo en Estados Unidos
Comunicación	2.4% del total de gastos de consumo en Estados Unidos
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	2% del total de gastos de consumo en Estados Unidos

Fuente: Banco Santander. (2017). Estados Unidos: Llegar al consumidor. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=38&memoriser_choix

- Acceso al crédito del consumidor estadounidense
 - Alto empleo de créditos de consumo.
- Cantidad de mujeres de 15 a 34 años

La siguiente tabla muestra la cantidad de mujeres estadounidenses por grupos quinquenales para el año 2010.

Tabla N°98: Población total de mujeres según grupos quinquenales de edad – Estados Unidos

Mujeres en Estados Unidos	
Grupo de Edad	Año 2010
15-19 años	10,736,677 mujeres
20-24 años	10,571,823 mujeres
25-29 años	10,466,258 mujeres
30-34 años	9,965,599 mujeres
Total	41,740,357 mujeres

Fuente: United States Census, Bureau. (2011). Age and Sex Composition: 2010. Única Edición. United States Census, Bureau. Estados Unidos. p. 4. <http://www.census.gov/content/dam/Census/library/publications/2011/de/c/2010br-03.pdf>

Elaboración: Propia

El total de mujeres entre 15 y 34 años en Estados Unidos es de 41,740,357.

Suponiendo que una mujer estadounidense compre sólo un par de zapatos anuales, entonces se tendría 41,740,357 pares de zapatos comprados anualmente; y tomando en consideración que la tasa de crecimiento de la población en Estados Unidos según The World Factbook (2017) es de 0.81%, a continuación se presenta la proyección de la demanda potencial de zapatos en este segmento de la población.

Tabla N°99: Proyección del Consumo de Calzado en Estados Unidos según el crecimiento de la población de mujeres de 14 a 35 años

Año	Consumo de Calzado de mujeres de 14 a 35 años en Estados Unidos
2011	42,078,454 pares de zapatos
2012	42,419,289 pares de zapatos
2013	42,762,886 pares de zapatos
2014	43,109,265 pares de zapatos
2015	43,458,450 pares de zapatos
2016	43,810,463 pares de zapatos
2017	44,165,328 pares de zapatos
2018	44,523,067 pares de zapatos
2019	44,883,704 pares de zapatos
2020	45,247,262 pares de zapatos
2021	45,613,765 pares de zapatos
2022	45,983,237 pares de zapatos

Elaboración: Propia

- **El mercado del calzado en Estados Unidos**

Respecto a las importaciones de calzado con suela de caucho y parte superior textil, Estados Unidos ha ido incrementando las cantidades importadas durante los

últimos años. Como se observa en el gráfico, para el año 2015, esta cantidad ascendió a 203,032,857 pares de zapatos.

Tabla N°100: Total de Cantidad Importada por Estados Unidos de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015

Año	Cantidad Total de Par de Zapatos Importados por Estados Unidos
2011	64,454,286 pares de zapatos
2012	166,892,857 pares de zapatos
2013	179,178,571 pares de zapatos
2014	181,481,429 pares de zapatos
2015	203,032,857 pares de zapatos

Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|842|||640419||6|1|1|2|1|2|1|

Elaboración: Propia

La publicación del portal Boundless (2016) indica que el 14% de la población pertenece a la Clase Media y el 30% a la Clase Trabajadora. Se deduce entonces, que de las 41,740,357 mujeres estadounidenses de 14 a 35 años, el 30% pertenecen a la Clase Alta (3%) y Baja (27%), los cuales significan una demanda potencial no considerada dentro de la cantidad total de zapatos importados por Estados Unidos, ya que este tipo de producto esta generalmente orientado a las clases media y trabajadora, pero que con una adecuada estrategia de marketing podrían ser considerados dentro del mercado objetivo. A continuación se presentan las proyecciones de la demanda total considerando esta vez a la demanda potencial previamente descrita.

Tabla N°101: Nueva proyección de la Demanda Total

Año	Cantidad Total de Par de Zapatos Importados por Estados Unidos	Proyecciones del Consumo de Calzado según el crecimiento de la población de mujeres de 14 a 35 años	Demanda Potencial	Total (Nueva Demanda)
2015	203,032,857 pares	41,740,357 pares	12,522,107 pares	215,554,964 pares
2016	294,120,544 pares	43,810,463 pares	13,143,139 pares	307,263,683 pares
2017	426,073,373 pares	44,165,328 pares	13,249,598 pares	439,322,971 pares
2018	617,224,887 pares	44,523,067 pares	13,356,920 pares	630,581,807 pares
2019	1,295,273,552 pares	44,883,704 pares	13,465,111 pares	1,308,738,663 pares
2020	1,876,378,864 pares	45,247,262 pares	13,574,179 pares	1,889,953,043 pares
2021	2,718,188,475 pares	45,613,765 pares	13,684,130 pares	2,731,872,605 pares
2022	3,937,663,511 pares	45,983,237 pares	13,794,971 pares	3,951,458,482 pares

Elaboración: Propia

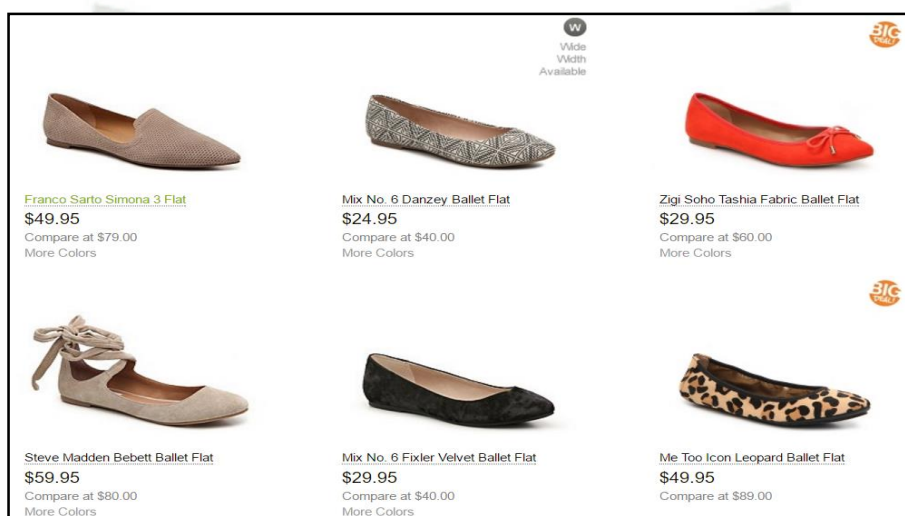
Las balerinas son un tipo de calzado con suela de caucho y parte superior textil, conocidas en Estados Unidos como “flats”, “ballet flats”, “espadrilles” o “slip ons” dependiendo del diseño o material del que estén hechas. Sus precios varían enormemente, desde los \$4 hasta los \$400, esto ocasionado por la gran variedad de productos que ingresa al país además de contar con varias marcas famosas y lujosas de calzado. Sin embargo el promedio del precio de este tipo de zapatos es por lo general de \$30 a \$40.

Lo mismo sucede con la tendencia en moda de este tipo de calzado: hay una amplia gama de modelos en todas las tiendas. Respecto a la forma, se encuentran modelos con la punta angular, redonda, tipo sandalia, tipo mocasín o de dos piezas. El material del que están hechos puede ser textil (sintético, jean, terciopelo, encaje e incluso yute), cuero, plastificado o la mezcla de varios materiales. Los accesorios adicionales que tiene la mayoría de este tipo de calzado varían entre pedrería, lentejuelas, estampados,

pintura, bordados, correas, hilos, listones, moños y flores plastificadas.

Además cabe resaltar que a comparación de otros países, en Estados Unidos se ofrecen varios colores para un mismo modelo de zapato, lo que claramente habla de la amplia gama que el consumidor estadounidense tiene para elegir.

Figura N°122: Sección de bailarinas – Tienda Designer Shoe Warehouse en Estados Unidos



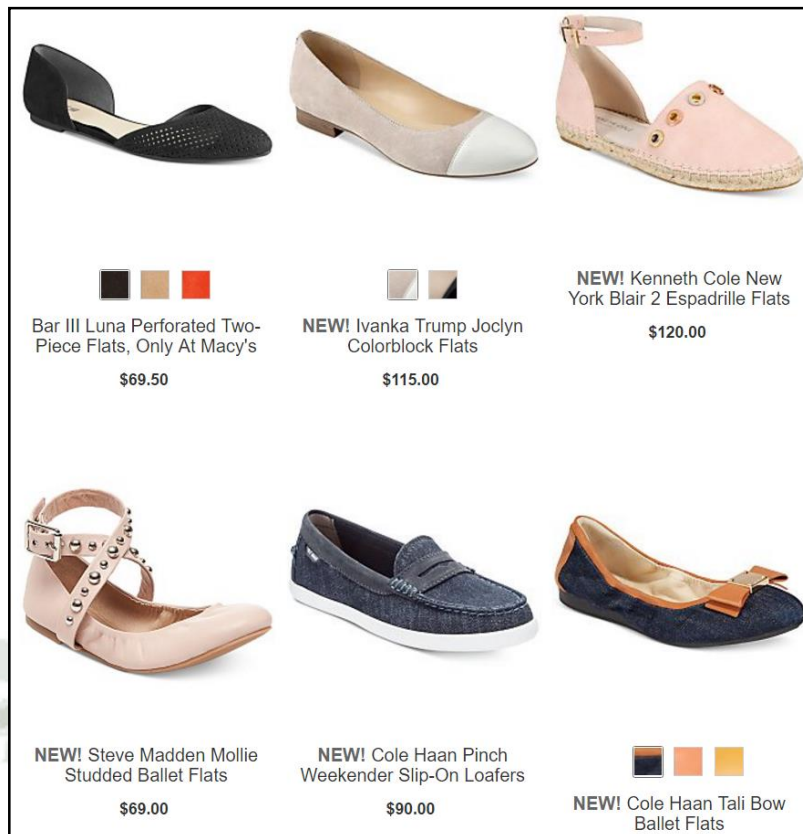
Fuente: Designer Shoe Warehouse. (2017). Sección de Flats. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del http://www.dsw.com/Womens-Shoes-Flats/_/N-273c

Figura N°123: Modelo de calzado con parte superior textil – Tienda Macy’s, Estados Unidos



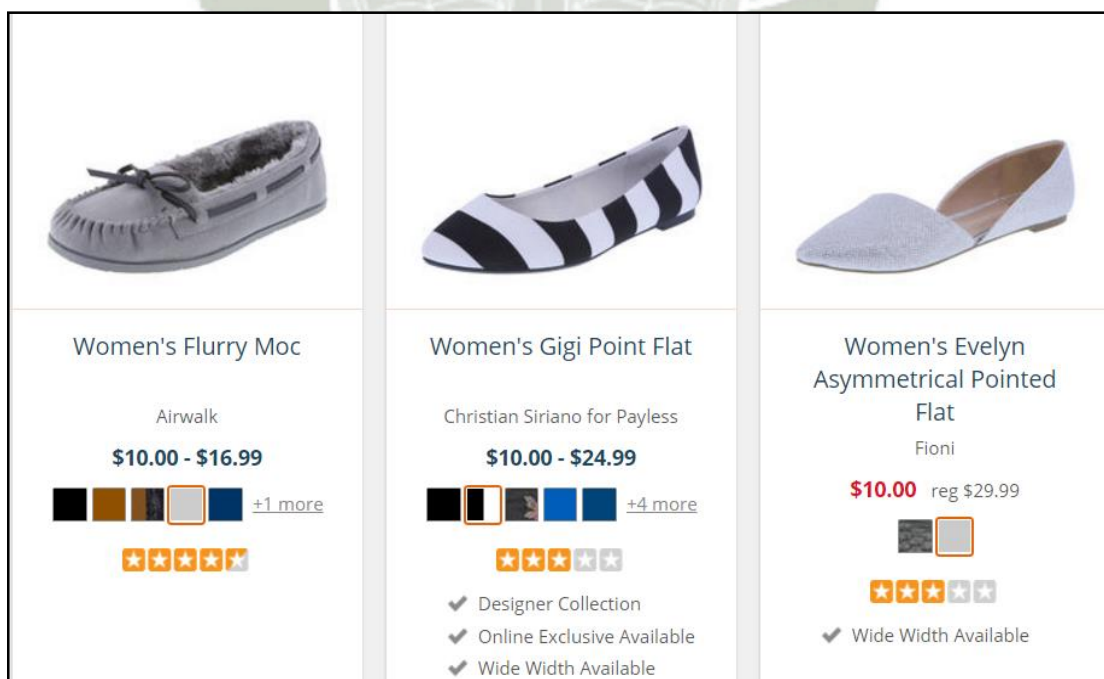
Fuente: Macy’s. (2017). Kenneth Cole New York Blaire Two-Piece Espadrille Flats. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <https://www.macys.com/shop/product/kenneth-cole-new-york-blaire-two-piece-espadrille-flats?ID=4363067>

Figura N°124: Sección de novedades en balerinas – Tienda Macy’s, Estados Unidos



Fuente: Macy’s. (2017). New Arrivals - Flats. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del http://www1.macys.com/shop/shoes/flats/Pageindex,Sortby/1,NEW_I TEMS?id=50295

Figura N°125: Sección de Balerinas – Tienda Payless, Estados Unidos



Fuente: Payless (2017). Sección - Flats. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.payless.com/womens/flats-shoes/#srule=price-low-to-high&sz=24&start=0>

**Figura N°126: Modelo de calzado con bordados en la parte superior – Tienda
NORDSTROM, Estados Unidos**



Fuente: NORDSTROM (2017). Tory Burch – Slip-On's. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del http://shop.nordstrom.com/c/womens-espadrille-flats?origin=leftnav&cm_sp=Left%20Navigation-_-Espadrille

**Figura N°127: Modelo de calzado con bordados en diferentes colores – Tienda
NORDSTROM, Estados Unidos**



Fuente: NORDSTROM (2017). Boxer Smoking Slipper (Women). Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://shop.nordstrom.com/s/soludos-boxer-smoking-slipper-women/4568060?origin=category-personalizedsort&fashioncolor=SAND%20CANVAS>

c. México

- **Economía**

Según la CIA (2017), la economía mexicana se ha dedicado en los últimos 22 años a la manufactura, esto debido al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Su ingreso per cápita es solo una tercera parte de lo que percibe Estados Unidos y la distribución de este es bastante desigual.

El aumento de la demanda de exportaciones mexicanas y de las inversiones que se hicieron en este país dio como resultado que su economía tuviera un crecimiento más dinámico entre 2014-2015. Sin embargo, ese no es todo el potencial que tiene y dicho potencial no se ha logrado debido al frágil precio del petróleo y la caída de su producción, la informalidad (que demanda la mitad de fuerza laboral de México), la desigualdad y la corrupción.

Respecto a su PBI, la tasa de crecimiento que registró en el 2016 fue de 2.1%, siendo el PBI per cápita de \$18,900.

Cabe resaltar también que del total del PBI mexicano, un 69.6% fue destinado al consumo de las familias.

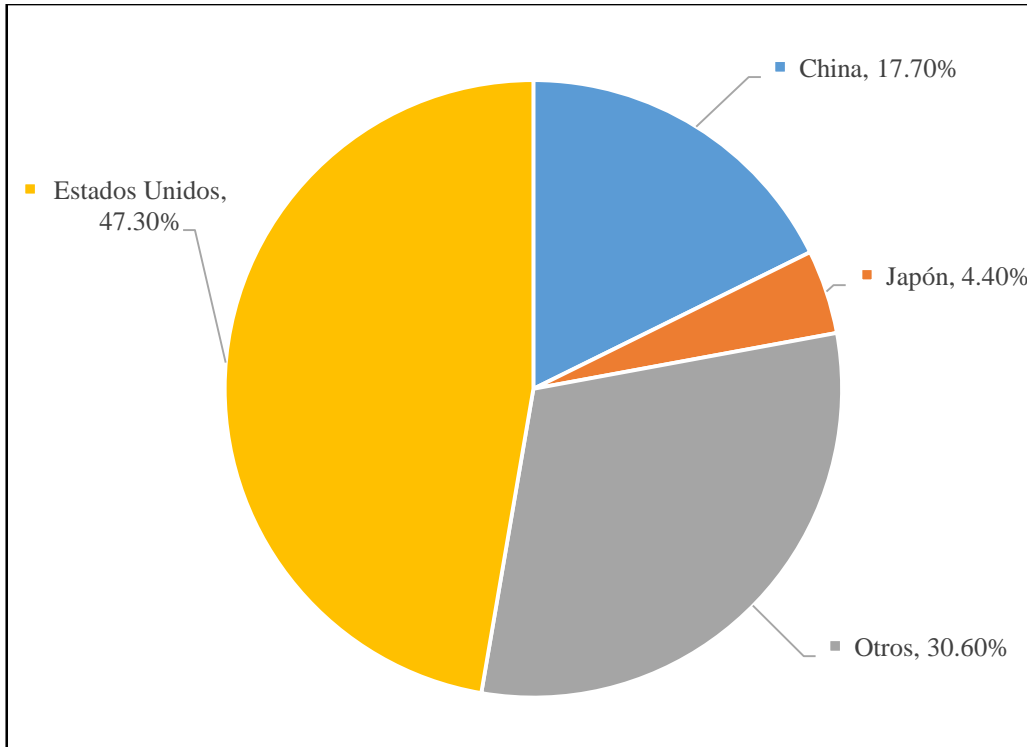
Las principales industrias en las que se sostiene su economía son los alimentos y bebidas, tabaco, productos químicos, hierro y acero, petróleo, minería, textiles, ropa, vehículos de motor, bienes de consumo duraderos y el turismo.

La tasa de inflación se mantuvo en 2.7% en el 2016 al igual que en el 2015.

Las exportaciones mexicanas sumaron \$359.3 billones durante el 2016 y los principales productos exportados fueron el petróleo y productos derivados del petróleo, productos manufacturados, plata, frutas, verduras, café y

algodón, siendo su principal socio Estados Unidos, que ocupa el 81.1% de sus exportaciones.

Figura N°128: Cuota de Mercado – Socios en importaciones - México



Fuente: Portal Central Intelligence Agency – US
Elaboración: Propia

Las importaciones mexicanas en el 2016 fueron de \$372.8 billones, siendo los principales productos importados las máquinas para trabajar metales, productos para molinos de acero, maquinaria agrícola, equipos eléctricos, piezas de automóviles para montaje y reparación, aeronaves y piezas de aviones. Sus principales socios para las importaciones son Estados Unidos, China y Japón.

- **Logística y transporte**

- **Acceso Terrestre**

Según el Trade & Logistics Innovation Center - México. (2017), las carreteras son el medio que más

utiliza México para transportarse, ya que son extensas y flexibles en lo que a movimiento de cargas se refiere, lo que permite que se realicen servicios de puerta a puerta.

Independientemente del lugar y la relevancia económica que tengan las poblaciones mexicanas, prácticamente todas ellas están interconectadas por vías interurbanas entre las que cuentan 70 mil kilómetros brechas, 170 mil kilómetros de caminos rurales, 80 mil kilómetros de carreteras y 9 mil kilómetros de autopistas de cuota.

- **Acceso Ferroviario**

Considerando lo explicado por PROMPERÚ. (2012, p. 19-20), el 95% de los 26,000 km de la red ferroviaria mexicana se utiliza para transporte de carga. Dicha red está compuesta por un eje que se extiende por la Costa Del Pacífico, dos ejes en la región noreste y el último eje va desde México DF hasta el Golfo de México.

El transporte ferroviario mexicano conecta a los diez puertos más importantes del país y da acceso a 10 entradas a Estados Unidos.

- **Acceso Marítimo**

Debido a la intensa actividad económica de México, este país tiene la suficiente capacidad para atender embarcaciones a lo largo de sus costas. Es por ello que la relevancia que tienen sus puertos se basa en la competitividad que poseen para realizar sus operaciones y su administración integral.

Los puertos más importantes de México se denominan APIs (Administraciones Portuarias Integrales) y realizan actividades con operadores públicos y privados, entre ellos los más importantes son: Veracruz, Guaymas, Topolobampo, Mazatlán, Puerto Vallarta, Puerto Chiapas, Dos Bocas, Salina Cruz, Manzanillo, Coahuila, Lázaro Cárdenas, Progreso, Ensenada, Tuxpan, Tampico y Altamira.

México tiene planes para invertir en su infraestructura portuaria de tal manera que se pueda manejar una mayor cantidad de contenedores y también planea mejorar la logística de sus puertos utilizando el transporte multimodal.

- **Acceso Aéreo**

La red aeroportuaria mexicana es la más desarrollada en América Latina. En cada ciudad de más de 500,000 habitantes existe un aeropuerto. Se realizan actividades internacionales en 53 de los 83 aeropuertos mexicanos. Los principales son los aeropuertos de México DF, Tijuana, Acapulco, Monterrey, Guadalajara, Cancún y Puerto Vallarta, que manejan el 90% de la carga comercial. Cabe resaltar que las zonas más comerciales de México son el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey.

- **Distribución y tipos de almacenes**

Según lo expuesto por el Banco Santander. (2017), existen los siguientes tipos de almacenes en México:

Supermercados: De tipo autoservicio, estos locales comerciales ofrecen artículos de cuidado personal, alimentos, vestimenta y artículos para el hogar.

Principales: Soriana, Walmart, Comercial Mexicana y Chedraui.

Almacenes especializados: Grandes establecimientos donde se comercia material especializado: ferretería, electrodomésticos, muebles, remodelación del hogar, papelería, artículos electrónicos y juguetes.

Principales: Home Depot, Hermanos Vázquez, Viana, Home Mart, Lumen, Office Depot, Juguetibici y RadioShack

Tiendas departamentales: Establecimiento tipo almacén donde se encuentran artículos de grandes marcas, nacionales e internacionales: ropa, perfumería, calzado, artículos para el hogar, artículos electrónicos y artículos alimenticios "gourmet".

Principales: El Palacio de Hierro, Liverpool y Sears

Tiendas de descuento: Autoservicio al mayoreo donde se tiene que contar con membresía para poder adquirir productos de calidad a buen precio.

Principal: Costco

Centros comerciales: Establecimientos grandes y bastante frecuentados, donde se concentran supermercados, tiendas por departamento, bancos, clínicas de belleza y relajación, salas de cine, restaurantes y comida rápida.

Principales: Galerías Insurgentes, Centro Santa Fe, Galerías Metepec, Galerías Tabasco y Plaza Antara Polanco

Mercados y tianguis: Los mercados son establecimientos donde los comerciantes ofrecen sus productos de cuidado personal, artículos esotéricos, plantas y flores, alimentos frescos, platos preparados, artesanías, etc., con precios bastante accesibles.

Los tianguis son ferias que se instalan sólo uno o dos días por semana y se pueden adquirir productos similares a los de los mercados. Aquí el precio puede ser negociado.

Principales: Mercado de Sonora, Mercado de la Merced y Tianguis de México

Tiendas de la esquina: En este tipo de negocios se realizan el 64% de las compras de particulares. Son pequeños locales donde los comerciantes ofrecen productos para el consumo diario familiar a precios accesibles, con un trato personalizado en el que se aconseja y da preferencias a los clientes.

Principales: tiendas de abarrotes, mercerías, papelerías, floristerías, tortillerías, cerrajerías, etc.

- **Evolución del sector de la venta al detalle**

- **Crecimiento y regulación**

El gran tamaño que tiene este país representa un problema para el comerciante que quiere utilizar un solo distribuidor. Las zonas más comerciales de México son Guadalajara, Monterrey y la Ciudad de México.

- **Segmento del mercado**

El crecimiento de la clase media en los últimos años ha incrementado el uso de la distribución mayorista y por la misma razón la distribución minorista tradicional se ha visto afectada. La venta por correspondencia también está en crecimiento.

- **Documentos requeridos para envíos comerciales**

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia. (2007, p. 76) describe los documentos básicos que se requieren para un envío comercial a México:

- Factura Comercial: Este documento debe contener la firma del vendedor. Una copia firmada de la factura debe ir embalada con la mercadería. Dos copias deben ir junto a la guía aérea (en caso de no estar en español, deben tener una traducción). Si se omite algún documento, esto será multado.
 - Lista de Empaque en caso de que la factura no tenga todos los detalles necesarios.
 - Certificado de Inspección SGS.
- **Gustos y preferencias del consumidor mexicano**

- **Comportamiento del consumidor**

Considerando lo expuesto por el Banco Santander. (2017), los consumidores mexicanos han aumentado su poder adquisitivo, sin embargo cuentan con menos tiempo, razón por la que ellos se ven atraídos por productos que les ahorre dinero y tiempo. El servicio al cliente es uno de los factores importantes en el momento de la decisión de compra ya que los mexicanos ya no solo buscan un producto, sino una relación con la “marca” o negocio.

La crisis financiera global enfatizó la lealtad que los mexicanos desarrollaron hacia ciertas marcas; cuando tuvieron que recurrir a productos más baratos, se dieron cuenta de que eran igualmente buenos a las marcas que utilizaban antes, por lo cual 2 de cada 5 mexicanos decidió no volver a la marca original y quedarse con la nueva a pesar de que su situación económica ya había mejorado.

○ **Perfil del consumidor y su poder adquisitivo**

A pesar de que los mexicanos han aumentado en gran medida su poder adquisitivo durante los últimos 10 años, la brecha a la pobreza es bastante amplia: 20% de los mexicanos vive en pobreza y el 58% en condiciones precarias. El 75% de la población (casi todos los consumidores) vive en áreas urbanas, con Estados Unidos como la mayor influencia en su comportamiento de consumo.

Las compras del hogar diarias están a cargo de las esposas. Los varones participan más cuando se trata de compras grandes o servicios. La familia y los amigos son muy influyentes en los hábitos de consumo. El factor precio también es importante para los mexicanos ya que buscan el máximo beneficio del producto o servicio a menor costo. Además también busca un servicio especializado respecto a la atención al cliente.

Tabla N°102: Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales de México, 2011

Alimentos y bebidas no alcohólicas	25.1% del total de gastos de consumo en México
Transporte	22.0% del total de gastos de consumo en México
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	16.0% del total de gastos de consumo en México
Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar	5.2% del total de gastos de consumo en México
Ocio y cultura	5.1% del total de gastos de consumo en México
Comunicación	4.3% del total de gastos de consumo en México
Salud	4.3% del total de gastos de consumo en México
Hoteles, cafés y restaurantes	4.1% del total de gastos de consumo en México
Educación	2.6% del total de gastos de consumo en México
Ropa y calzado	2.4% del total de gastos de consumo en México
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	2.3% del total de gastos de consumo en México

Fuente: Banco Santander. (2017). México: Llegar al consumidor. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/mexico/llegar-al-consumidor>

○ **Acceso al crédito del consumidor mexicano**

Los créditos bancarios son los servicios más solicitados por los mexicanos debido al dinámico periodo de compras que experimentan. Debido a esto, las facilidades financieras ofrecidas por los centros comerciales atraen a una gran cantidad de clientela.

● **Cantidad de mujeres de 15 a 34 años**

La siguiente tabla muestra la cantidad de mujeres mexicanas por grupos quinquenales para el año 2010.

Tabla N°103: Población total de mujeres según grupos quinquenales de edad - México

Mujeres en México	
Grupo de Edad	Año 2010
15-19 años	5,505,991 mujeres
20-24 años	5,079,067 mujeres
25-29 años	4,582,202 mujeres
30-34 años	4,444,767 mujeres
Total	19,612,027 mujeres

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía – México. (2017). Censo de Población y Vivienda 2010, Distribución por Edad y Sexo. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.beta.inegi.org.mx/app/tabulados/default.html?nc=mdemo03>
Elaboración: Propia

El total de mujeres entre 15 y 34 años en México es de 19,612,027.

Suponiendo que una mujer Mexicana compre sólo un par de zapatos anuales, entonces se tendría 19,612,027 pares de zapatos comprados anualmente; y tomando en consideración que la tasa de crecimiento de la población en México según The World Factbook (2017) es de 1.15%, a continuación se presenta la proyección de la demanda potencial de zapatos en este segmento de la población.

Tabla N°104: Proyección del Consumo de Calzado en México según el crecimiento de la población de mujeres de 14 a 35 años

Año	Consumo de Calzado de mujeres de 14 a 35 años en México
2011	19,837,565 pares de zapatos
2012	20,065,697 pares de zapatos
2013	20,296,453 pares de zapatos
2014	20,529,862 pares de zapatos
2015	20,765,955 pares de zapatos
2016	21,004,764 pares de zapatos
2017	21,246,319 pares de zapatos
2018	21,490,651 pares de zapatos
2019	21,737,794 pares de zapatos
2020	21,987,779 pares de zapatos
2021	22,240,638 pares de zapatos
2022	22,496,405 pares de zapatos

Elaboración: Propia

- **El mercado del calzado en México**

Respecto a las importaciones de calzado con suela de caucho y parte superior textil, México ha mantenido sus importaciones casi en la misma cantidad, con un ligero aumento a partir del 2013. Como se observa en el gráfico, para el año 2015, esta cantidad fue de 4,555,714 pares de zapatos.

Tabla N°105: Total de Cantidad Importada por México de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015

Año	Cantidad Total de Par de Zapatos Importados por México
2011	3,611,429 pares de zapatos
2012	3,425,714 pares de zapatos
2013	4,314,286 pares de zapatos
2014	4,435,714 pares de zapatos
2015	4,555,714 pares de zapatos

Fuente: Trade Map. (2017). Lista de los mercados proveedores para un producto importado por México. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|484|||640419||6|1|1|2|1|2|1

Elaboración: Propia

El estudio de la Asociación Mexicana de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI) (2017) indica que el 3.9% de la población pertenece al segmento AB (Nivel Alto), el 9.3% al segmento C+ (Nivel Medio-Alto) y el 10.7% al C (Nivel Medio-Bajo). Se deduce entonces, que de las 19,612,027 mujeres mexicanas de 14 a 35 años, el 76.1% pertenecen a los sectores C-, D+, D y E, los cuales significan una demanda potencial no considerada dentro de la cantidad total de zapatos importados por México, ya que este tipo de producto esta generalmente orientado a los sectores AB, C+ y C, pero que con una adecuada estrategia de marketing podrían ser considerados dentro del mercado objetivo. A continuación se presentan las proyecciones de la demanda total considerando esta vez a la demanda potencial previamente descrita.

Tabla N°106: Nueva proyección de la Demanda Total

Año	Cantidad Total de Par de Zapatos Importados por México	Proyecciones del Consumo de Calzado según el crecimiento de la población de mujeres de 14 a 35 años	Demanda Potencial	Total (Nueva Demanda)
2015	4,555,714 pares	19,612,027 pares	14,924,753 pares	19,480,467 pares
2016	4,855,432 pares	21,004,764 pares	15,984,625 pares	20,840,057 pares
2017	5,174,867 pares	21,246,319 pares	16,168,449 pares	21,343,316 pares
2018	5,515,319 pares	21,490,651 pares	16,354,386 pares	21,869,705 pares
2019	5,878,168 pares	21,737,794 pares	16,542,461 pares	22,420,629 pares
2020	6,264,889 pares	21,987,779 pares	16,732,699 pares	22,997,588 pares
2021	6,677,052 pares	22,240,638 pares	16,925,125 pares	23,602,177 pares
2022	7,116,331 pares	22,496,405 pares	17,119,764 pares	24,236,095 pares

Elaboración: Propia

Las balerinas son un tipo de calzado con suela de caucho y parte superior textil, conocidas en México como “flat” o “balerina”. Sus precios varían desde los 160 hasta los 1,500 pesos mexicanos, sin embargo el precio promedio de este tipo de zapatos es por lo general 480 pesos mexicanos, es decir \$25 al tipo de cambio actual.

A comparación de Estados Unidos, la tendencia en moda de este tipo de calzado es mucho más variada, sin embargo también se encuentra una amplia gama de modelos. Respecto a la forma, pueden ser de punta angular, redonda o de dos piezas. El material del que están hechos es por lo general textil, cuero o plastificado. Los accesorios adicionales varían entre pedrería, correas, moños de tela o adornos plastificados.

Figura N°129: Novedades en balerinas con parte superior textil - Tienda IMPULS, México



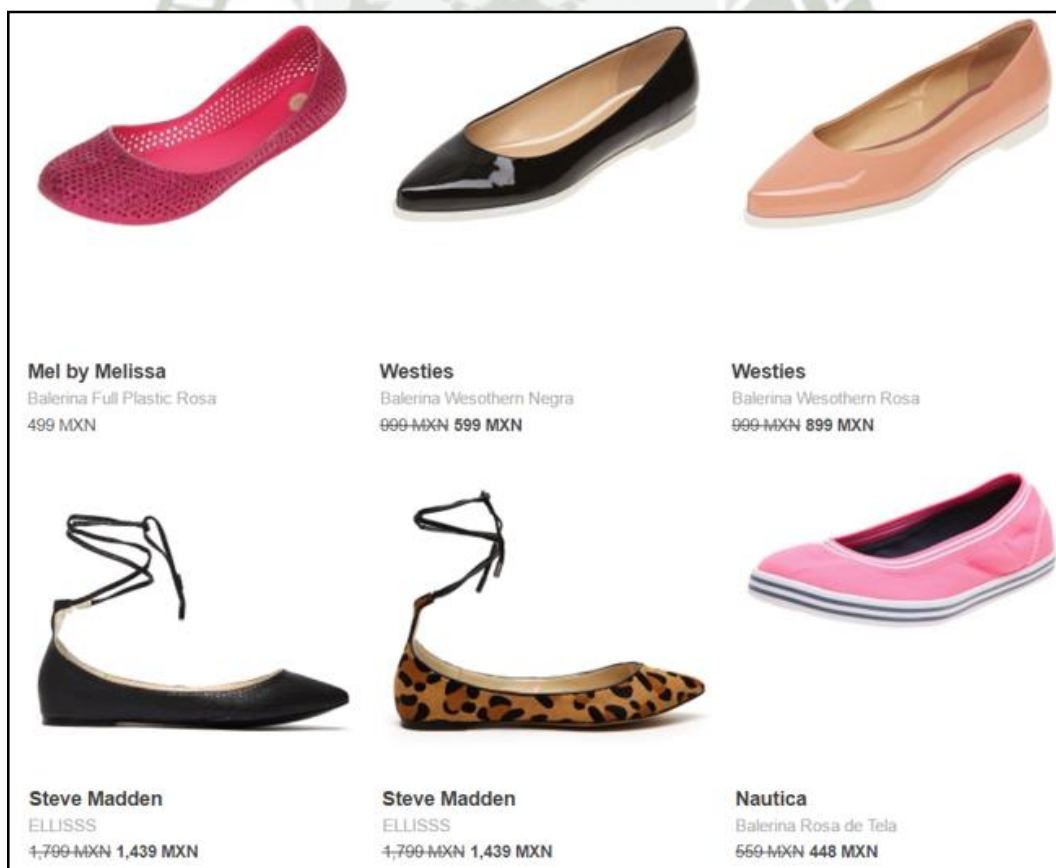
Fuente: IMPULS. (2017). Balerina Cosmo New York. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del http://www.impuls.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=85&Itemid=86

Figura N°130: Modelo de balerina con parte superior textil - Tienda ÖSOM, México



Fuente: ÖSOM. (2017). Balerina Capa de Ozono. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.osom.com/balerina-roja-capa-de-ozono-182858.html?selectSize=27>

Figura N°131: Sección balerinas – Tienda ÖSOM, México



Fuente: ÖSOM. (2017). Sección - Flats. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.osom.com/catalog/?q=flat>

Figura N°132: Sección balerinas– Tienda Coppel, México

																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Contado</th> <th>Crédito Coppel</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Contado</td> <td>\$324 en 16 quincenas*</td> </tr> <tr> <td>\$259</td> <td>\$21 Quincenal</td> </tr> </tbody> </table>	Contado	Crédito Coppel	Contado	\$324 en 16 quincenas*	\$259	\$21 Quincenal	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Contado</th> <th>Crédito Coppel</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>\$299</td> <td>\$374 en 16 quincenas*</td> </tr> <tr> <td></td> <td>\$24 Quincenal</td> </tr> </tbody> </table>	Contado	Crédito Coppel	\$299	\$374 en 16 quincenas*		\$24 Quincenal	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Contado</th> <th>Crédito Coppel</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>\$289</td> <td>\$199 en 16 quincenas*</td> </tr> <tr> <td>\$159</td> <td>\$13 Quincenal</td> </tr> </tbody> </table>	Contado	Crédito Coppel	\$289	\$199 en 16 quincenas*	\$159	\$13 Quincenal
Contado	Crédito Coppel																			
Contado	\$324 en 16 quincenas*																			
\$259	\$21 Quincenal																			
Contado	Crédito Coppel																			
\$299	\$374 en 16 quincenas*																			
	\$24 Quincenal																			
Contado	Crédito Coppel																			
\$289	\$199 en 16 quincenas*																			
\$159	\$13 Quincenal																			
																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Contado</th> <th>Crédito Coppel</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>\$279</td> <td>\$249 en 16 quincenas*</td> </tr> <tr> <td>\$199</td> <td>\$16 Quincenal</td> </tr> </tbody> </table>	Contado	Crédito Coppel	\$279	\$249 en 16 quincenas*	\$199	\$16 Quincenal	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Contado</th> <th>Crédito Coppel</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>\$259</td> <td>\$324 en 16 quincenas*</td> </tr> <tr> <td></td> <td>\$21 Quincenal</td> </tr> </tbody> </table>	Contado	Crédito Coppel	\$259	\$324 en 16 quincenas*		\$21 Quincenal	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Contado</th> <th>Crédito Coppel</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>\$319</td> <td>\$399 en 16 quincenas*</td> </tr> <tr> <td></td> <td>\$25 Quincenal</td> </tr> </tbody> </table>	Contado	Crédito Coppel	\$319	\$399 en 16 quincenas*		\$25 Quincenal
Contado	Crédito Coppel																			
\$279	\$249 en 16 quincenas*																			
\$199	\$16 Quincenal																			
Contado	Crédito Coppel																			
\$259	\$324 en 16 quincenas*																			
	\$21 Quincenal																			
Contado	Crédito Coppel																			
\$319	\$399 en 16 quincenas*																			
	\$25 Quincenal																			

Fuente: Coppel. (2017). Sección - Flats. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.coppel.com/flats-para-mujeres>

Figura N°133: Modelos de balerinas con aplicaciones - Tienda IMPULS, México



Fuente: IMPULS. (2017). Balerina Lady Jimena. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del http://www.impuls.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=85&Itemid=86

2.1.4. Comparación de las importaciones de los países demandantes

Tabla N°107: Comparación de las importaciones de los países demandantes de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015

Año	Países importadores de pares de zapatos		
	Chile	Estados Unidos	México
2011	12,440,000 pares	64,454,286 pares	3,611,429 pares
2012	13,184,286 pares	166,892,857 pares	3,425,714 pares
2013	14,532,857 pares	179,178,571 pares	4,314,286 pares
2014	13,375,714 pares	181,481,429 pares	4,435,714 pares
2015	14,047,143 pares	203,032,857 pares	4,555,714 pares

Elaboración: Propia

Tabla N°108: Comparación de la variación porcentual de las importaciones de los países demandantes de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 entre los años 2011-2015

Año	Variación porcentual de países importadores		
	Chile	Estados Unidos	México
2011/12	6%	159%	-5%
2012/13	10%	7%	26%
2013/14	-8%	1%	3%
2014/15	5%	12%	3%
Promedio	3.32%	45%	6.58%

Elaboración: Propia

Las tablas muestran que la demanda de calzado con parte superior textil de Estados Unidos es considerablemente más alta que la de los otros dos países, con un promedio de crecimiento de 45%. Sin embargo, a pesar de que México tuvo una variación porcentual de 6.58%, Chile

tuvo una tasa de crecimiento más alta para el 2015 y además su cantidad importada es mayor que la de México.

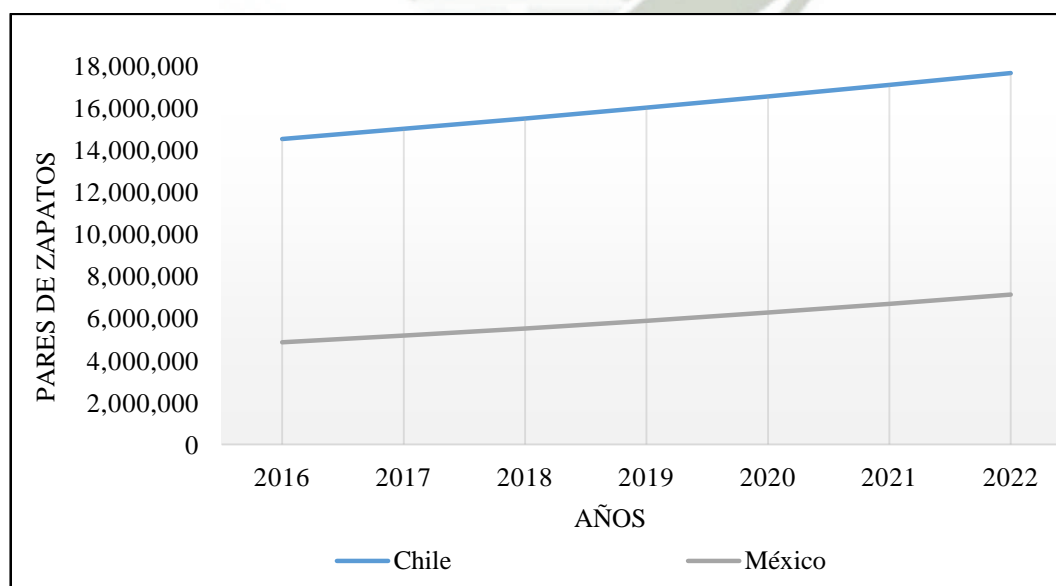
Por lo tanto, y ya que las variaciones del mercado chileno no son tan significativas como con Estados Unidos y México, se puede deducir que Chile es mucho más estable que los otros dos países, que debido a sus variaciones, son fundamentalmente inciertos, por lo cual lo recomendable es exportar al mercado chileno.

Tabla N°109: Proyección de las importaciones de los países demandantes de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022

Año	Proyección de países importadores de pares de zapatos		
	Chile	Estados Unidos	México
2016	14,513,127 pares	294,120,544 pares	4,855,432 pares
2017	14,994,568 pares	426,073,373 pares	5,174,867 pares
2018	15,491,981 pares	617,224,887 pares	5,515,319 pares
2019	16,005,894 pares	1,295,273,552 pares	5,878,168 pares
2020	16,536,855 pares	1,876,378,864 pares	6,264,889 pares
2021	17,085,430 pares	2,718,188,475 pares	6,677,052 pares
2022	17,652,202 pares	3,937,663,511 pares	7,116,331 pares

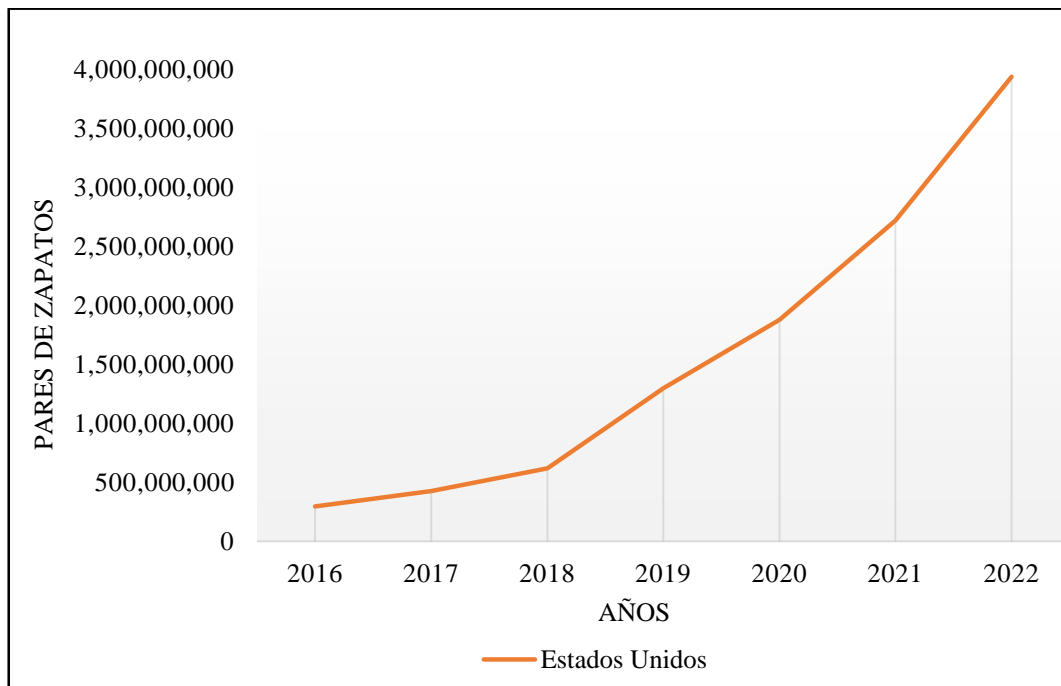
Elaboración: Propia

Figura N°134: Proyección de las importaciones de Chile y México de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022



Elaboración: Propia

Figura N°135: Proyección de las importaciones de Estados Unidos de productos identificados con la subpartida arancelaria 640419 para los años 2016-2022



Elaboración: Propia

La proyección para las importaciones de Estados Unidos es evidentemente elevada debido al crecimiento que esta ha tenido durante los últimos años. Por otro lado México y Chile no están al mismo nivel de Estados Unidos, sin embargo su crecimiento es sostenido y cabe resaltar que Chile tiene una mayor proyección de importaciones en este tipo de productos.

2.1.5. Matriz Boston Consulting Group (BCG)

Esta matriz analiza la participación y crecimiento de las exportaciones realizadas por Perú hacia todos los países importadores de calzado con parte superior de material textil entre los años 2011 a 2015, teniendo como fin identificar y categorizar los tres mercados analizados (Chile, Estados Unidos y México).

Las categorías se dividen en: Países Estrella, Países Prometedores, Países Consolidados y Países Estancados.

La siguiente tabla describe la matriz BCG para Colombia, México, Ecuador, Chile y Estados Unidos.

Tabla N°110: Matriz Boston Consulting Group

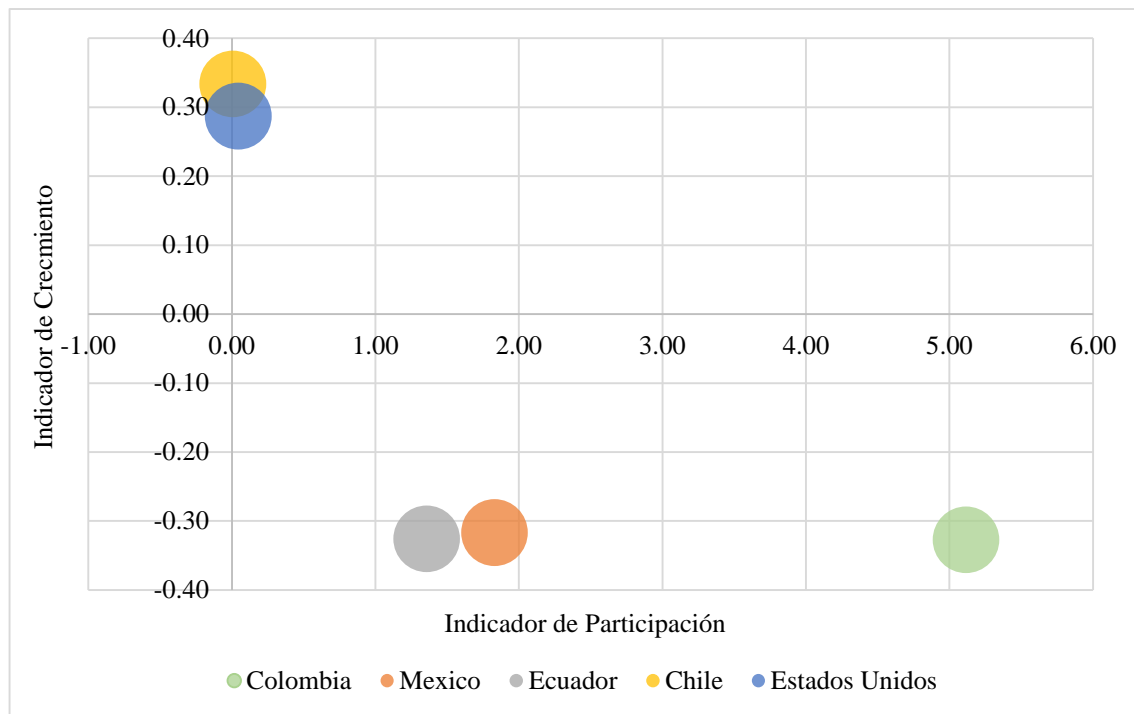
Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú

Exportaciones Peruanas del Producto: 640419 - Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil (pares de zapatos)

Países Importadores	2011	2012	2013	2014	2015	Participación promedio en Porcentaje	Crecimiento Promedio en Porcentaje	Indicador de Participación	Indicador de Crecimiento	TIPO DE MERCADO
Mundo	6,215 pares	4,842 pares	5,098 pares	6,810 pares	5,565 pares	100.00%	-0.38%	Eje X	Eje Y	
Colombia	2,929 pares	1,885 pares	2,690 pares	3,759 pares	2,211 pares	46.75%	1.41%	5.12	-0.33	CONSOLIDADO
México	1,580 pares	960 pares	568 pares	927 pares	1,268 pares	18.56%	4.98%	1.83	-0.32	CONSOLIDADO
Ecuador	643 pares	1,023 pares	1,073 pares	689 pares	548 pares	14.50%	1.93%	1.36	-0.33	CONSOLIDADO
Chile	29 pares	163 pares	53 pares	87 pares	466 pares	2.90%	223.59%	0.01	0.33	ESTRELLA
Estados Unidos	28 pares	189 pares	95 pares	439 pares	194 pares	3.23%	207.89%	0.04	0.29	ESTRELLA

Elaboración: Propia

Figura N°136: Matriz Boston Consulting Group



Elaboración: Propia

Al realizar esta matriz se tomó en cuenta a Colombia y Ecuador para tener una visión más amplia del escenario actual de México, Chile y Estados Unidos, en comparación con los otros dos países.

La tabla demuestra que Colombia, México y Ecuador son países consolidados, lo cual significa que las exportaciones peruanas en dichos países presentan participación positiva pero crecimiento negativo, por lo que se encuentran en el cuadrante inferior derecho. Esto se traduce en que la cantidad exportada de calzado peruano es tan elevada, que limita el crecimiento futuro de nuevas exportaciones hacia dichos mercados.

Por otro lado, Chile y Estados Unidos se encuentran en el cuadrante superior derecho de la figura, lo cual significa que son países Estrella, ya que el crecimiento y participación de las exportaciones peruanas hacia dichos mercados son positivos. Esto explica que la cantidad exportada de calzado peruano es elevada, sin embargo como se indica en la tabla, continuará creciendo, por ende genera mejores expectativas para futuras exportaciones.

En conclusión, México deja de considerarse como un mercado óptimo para las exportaciones de calzado peruano con parte superior textil, ya que su negativo crecimiento para los futuros años, limita las posibilidades de éxito de nuevas empresas exportadores.

2.1.6. Matriz de Selección de Destino

La Matriz de Selección de Destino brindará como resultado el país óptimo para exportar calzado con parte superior textil, analizando aspectos demográficos y políticos, económicos, comercio exterior, oferta y demanda, logística, política comercial y mercadeo.

El criterio de calificación se muestra a continuación:

Tabla N°111: Criterio de Calificación

Criterio de Calificación (1 a 5)	
País con mucha posibilidad	5
País con posibilidad	4
País con posibilidad intermedia	3
País con poca posibilidad	2
País con muy baja posibilidad	1

Elaboración: Propia

Como se observa en la tabla, la calificación va de 1 a 5, teniendo al país con muy baja posibilidad como opción 1 y al que tiene mucha posibilidad como opción 5.

La máxima puntuación que un país puede acceder es 45, únicamente si presenta 5 de calificación en cada segmento de la matriz.

A continuación se presenta la Matriz de Selección de Destino correspondiente para Estados Unidos y Chile.

Tabla N°112.A.: Matriz de Selección de Destino

VARIABLES A SER EVALUADAS	PESO (0 a 100%)	1° PAIS A EVALUAR = ESTADOS UNIDOS			2° PAIS A EVALUAR = CHILE		
		DATOS DE LA VARIABLE	CALIFICACIÓN (1 a 5)	PESO PONDERADO	DATOS DE LA VARIABLE	CALIFICACIÓN (1 a 5)	PESO PONDERADO
DEMOGRÁFICO Y POLÍTICO	10%		3.33	3.20		4.17	4.25
POBLACIÓN	15%	Estados Unidos tiene 41,740,357 mujeres entre 14 y 35 años.	5.00	0.75	Chile tiene 2,758,962 mujeres entre 14 y 35 años.	3.00	0.45
IDIOMA	20%	Inglés 79.2%, español 12.9%, otros europeos 3.8%, asiáticos e islas del Pacífico 3.3%, otros 0.9%	3.00	0.60	Español 99.5% (oficial), inglés 10.2%, indígenas 1% (incluye Mapudungun, Aymara, Quechua, Rapa Nui), otros 2.3%, no especificados 0.2%	5.00	1.00
PATRONES DE CONSUMO	15%	Estados Unidos, al ser un país que tiene una cantidad casi ilimitada y cosmopolita de opciones de productos por elegir, tiene corrientes de moda muy diferentes para distintas poblaciones entre sí.	3.00	0.45	El consumo de calzado en Chile es muy influenciado por la tendencias de moda vigente al momento de la compra. Dicha tendencia no varía demasiado entre las diferentes regiones del país.	4.00	0.60
SIMILITUD CULTURAL	20%	La única similitud cultural se da con los latinoamericanos emigrantes y sus descendientes.	2.00	0.40	Idioma español, país latinoamericano, costumbres parecidas, cercanía, historia compartida.	5.00	1.00
FORMA DE HACER NEGOCIOS	10%	Puntualidad obligatoria. No mencionar temas de índole política, racial, religioso, etc. Las reuniones duran un tiempo determinado, a excepción que hayan temas pendientes. Si el negocio no es de su interés, lo expresarán abiertamente ya que valoran el tiempo de ambas partes.	4.00	0.40	Puntualidad obligatoria (tolerancia entre 5 y 15 minutos). La presentación debe ser en español e inglés. Expresarse de una forma respetuosa, correcta y elocuente.	4.00	0.40
RIESGO PAIS	20%	Mucha competencia, variedad de productos y precios, país grande, oferta cosmopolita de calzado. Futuro político incierto para mercados latinoamericanos.	3.00	0.60	Competidores posicionados. Decisión de compra influenciada por tendencias de moda.	4.00	0.80

Elaboración: Propia, Febrero 2017

Tabla N°112.B.: Matriz de Selección de Destino

ECONÓMICOS	10%		3.71	3.76		3.14	3.20
MONEDA	10%	Dólar (US\$)	4.00	0.40	Peso Chileno	3.00	0.30
TIPO DE CAMBIO	20%	\$ 1 USD = S/. 3,28 PEN	3.00	0.60	1 CLP = 0,00499 PEN	3.00	0.60
PBI	20%	PBI \$18.56 trillones (2016)	4.00	0.80	PBI: \$436.1 billones (2016)	3.00	0.60
CRECIMIENTO DEL PBI	12%	Tasa de crecimiento: 1.6% (2016)	3.00	0.36	Tasa de crecimiento: 1.7% (2016)	4.00	0.48
INGRESO PER CÁPITA	18%	PBI - per cápita \$57,300 (2016)	5.00	0.90	PBI - per cápita: \$24,000 (2016)	4.00	0.72
INFLACIÓN	10%	La tasa de inflación actual es de 1.3% (2016)	4.00	0.40	La tasa de inflación actual es de 4.1% (2016)	3.00	0.30
TASA DE DESEMPLEO	10%	Tasa de desempleo: 4.7% (2016)	3.00	0.30	Tasa de desempleo: 7% (2016)	2.00	0.20

Elaboración: Propia, Febrero 2017

Tabla N°112.C.: Matriz de Selección de Destino

COMERCIO EXTERIOR, OFERTA Y DEMANDA	15%		3.50	3.05		3.50	3.52
IMPORTACIONES TOTALES	20%	(\$)	5.00	1.00	(\$)	4.00	0.80
2011		64,454,286			12,440,000		
2012		166,892,857			13,184,286		
2013		179,178,571			14,532,857		
2014		181,481,429			13,375,714		
2015		203,032,857			14,047,143		
IMPORTACIONES DESDE PERU	32%	(\$)	2.00	0.64	(\$)	4.00	1.28
2011		28,000			29,000		
2012		189,000			163,000		
2013		95,000			53,000		
2014		439,000			87,000		
2015		194,000			466,000		
COMPETENCIA INTERNACIONAL	33%		2.00	0.66		3.00	0.99
PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES		China, Vietnam e Indonesia			China, Vietnam e Indonesia		
1° PROVEEDOR/PARTICIPACIÓN		China - 84.3%			China - 75%		
2° PROVEEDOR/PARTICIPACIÓN		Vietnam - 9.4%			Vietnam - 12.5%		
3° PROVEEDOR/PARTICIPACIÓN		Indonesia - 1.1%			Indonesia - 4.2%		
PARTICIPACIÓN PERUANA		0.004%			0.60%		
DEMANDA TOTAL	15%	203,032,857	5.00	0.75	14,047,143	3.00	0.45

Elaboración: Propia, Febrero 2017

Tabla N°112.D.: Matriz de Selección de Destino

LOGÍSTICA	15%		3.50	3.45		4.17	4.25
REQUERIMIENTOS DE ENTRADA	10%	Para envíos comerciales en general: Documento de transporte Factura comercial Manifiesto de Carga o Ingreso Packing List	3.00	0.30	Para envíos comerciales en general: Factura Comercial Informe de Importación AWB o B/L	4.00	0.40
DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE	10%	Disponibilidad de transporte internacional multimodal	3.00	0.30	Disponibilidad de transporte internacional multimodal, siendo el transporte terrestre el más utilizado debido a la cercanía entre Perú y Chile.	4.00	0.40
TIEMPO DE LLEGADA POR TIPO DE TRANSPORTE	25%	Existe la posibilidad de hacer envíos rápidos pero a medida que se aumenta la prioridad del tiempo, el costo se eleva.	3.00	0.75	Por la cercanía se acorta el tiempo de llegada.	5.00	1.25
COSTO DEL TRANSPORTE	25%	Depende del tipo de transporte y el tiempo de viaje.	3.00	0.75	Depende del tipo de transporte y el tiempo de viaje. Por la cercanía se abaratan los costos.	4.00	1.00
VÍAS DE ACCESO	15%	a. Entre los puertos estadounidenses se encuentran los 50 puertos más importantes para el transporte marítimo en contenedor. b. Contiene un conjunto de carreteras de 6.430.366 km., que se expalan por todo su territorio y conecta los 50 estados que lo conforman. c. EE.UU. tiene 14,947 aeropuertos. d. El sistema ferroviario se compone de 226.605 km. de ferrocarril.	5.00	0.75	a. La infraestructura portuaria chilena está conformada por más de 70 puertos, los cuales están preparados para manejar varios tipos de carga. b. La infraestructura vial está formada por una red de carreteras de 79,605 km. c. Chile tiene un total de 364 aeropuertos y aeródromos. d. La infraestructura ferroviaria en Chile tiene una extensión de 6.585 km., mayormente usada para transporte de carga hacia puertos.	4.00	0.60
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	15%	Almacenes Droguerías Pequeños supermercados Centros especializados (grandes cadenas) Licorerías Centros comerciales	4.00	0.60	Supermercados e hipermercados Supermercado de venta al por mayor Farmacias Tiendas por departamentos Tiendas de ultramarinos Tiendas de conveniencia Multitiendas Tiendas de mejora del hogar Centros comerciales / malls Comercios tradicionales y mercados Ferias libres	4.00	0.60

Elaboración: Propia, Febrero 2017

Tabla N°112.E.: Matriz de Selección de Destino

POLÍTICA COMERCIAL	15%		4.40	4.20		4.40	4.20
BARRERA ARANCELARIA	20%	N/A	5.00	1.00	N/A	5.00	1.00
BARRERAS NO ARANCELARIAS	10%	N/A	5.00	0.50	N/A	5.00	0.50
REQUERIMIENTOS NORMATIVOS	30%	Documento de entrada o solicitud y permiso de entrada inmediata, prueba de derecho a ingresar la mercancía, conocimiento de embarque, exigencia sanitaria oficial y certificado de origen.	3.00	0.90	Documento de entrada o solicitud y permiso de entrada inmediata, prueba de derecho a ingresar la mercancía, conocimiento de embarque, exigencia sanitaria oficial y certificado de origen.	3.00	0.90
OTROS IMPUESTOS	20%	N/A	5.00	1.00	N/A	5.00	1.00
ACUERDOS COMERCIALES	20%	Tratado de Libre Comercio	4.00	0.80	Tratado de Libre Comercio	4.00	0.80
MERCADEO	35%		3.40	13.40		3.56	14.25
PRODUCTO	40%		2.75	2.75		3.25	3.30
MARCAS EN EL MERCADO	25%	Existe una gran cantidad de marcas de calzado provenientes del mundo. Son pocas las marcas reconocidas y suelen ser las más lujosas y por lo tanto costosas.	2.00	0.50	Existen varias marcas conocidas que se ofrecen las tiendas Retail y por lo general no varían demasiado su precio a comparación de los productos masivos.	3.00	0.75
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS	30%	La gran cantidad de ofertantes hacia Estados Unidos genera que dicho país sea más exigente con la calidad del calzado que demanda.	3.00	0.90	Existe una gran variedad en la calidad y esta es influenciada por el precio al que se ofrece: a menor precio, menor calidad.	4.00	1.20
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	20%	La presentación se da de acuerdo a la normativa exigida por el país y es muy importante al momento de ofrecer un producto ya que atrae la atención del consumidor.	3.00	0.60	El consumidor chileno relaciona mucho la presentación con la calidad del producto, por lo que esta deberá seguir la normativa exigida por el país y ser atractiva al público.	3.00	0.60
ADAPTACIONES AL PRODUCTO	25%	No es necesario hacerle gran cantidad de adaptaciones al producto ya que el mercado estadounidense es muy variado y abierto a nuevas opciones.	3.00	0.75	Los gustos del consumidor chileno no distan mucho entre sí, por lo que las adaptaciones del producto no serán un problema mientras la estrategia de marketing sea intensa y correctamente enfocada.	3.00	0.75

Elaboración: Propia, Febrero 2017

Tabla N°112.F.: Matriz de Selección de Destino

CANALES DE DISTRIBUCIÓN	20%		3.33	3.25		3.00	3.00
COMPETIDORES	25%	Diferentes países exportadores y marcas estadounidenses.	3.00	0.75	Diferentes países exportadores y marcas chilenas.	3.00	0.75
IMPORTADORES	25%	Empresas Retail y Mayoristas	4.00	1.00	Empresas Retail	3.00	0.75
DISTRIBUIDORES	50%	Centros especializados (grandes cadenas) Centros comerciales	3.00	1.50	Tiendas por departamentos Multitiendas Centros comerciales / malls	3.00	1.50
PRECIOS	25%		3.50	3.40		4.50	4.45
PRECIOS PROMEDIO DE LOS EXPORTADORES PERUANOS	30%	El promedio del precio de los exportadores es de \$14.60.	3.00	0.90	El promedio del precio de los exportadores es de \$11.04.	4.00	1.20
PRECIOS AL PUBLICO	25%	El promedio del precio de las balerinas es por lo general de \$30 a \$40.	4.00	1.00	El promedio del precio de las balerinas es por lo general 18.550 pesos chilenos, es decir, \$25.75 al tipo de cambio actual.	4.00	1.00
VENTAJA DE FLETES	25%	Rapidez pero costo elevado	2.00	0.50	Rapidez con costos bajos	5.00	1.25
DUMPING	20%	N/A	5.00	1.00	N/A	5.00	1.00
COMUNICACIÓN	15%		4.00	4.00		3.50	3.50
FERIAS EN EL PAIS	50%	International production & Processing Expo IPPE (Atlanta), CONEXPO-CON/AGG (Las Vegas), Natural Products Expo West/Engredea (Anaheim).	3.00	1.50	EXPONOR, Feria Internacional de Franquicias, TRANS – PORT, EXPONAVAL.	2.00	1.00
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	50%	Diarios, revistas, televisión, radio, vía pública, redes sociales y páginas web.	5.00	2.50	Diarios, revistas, televisión, radio, vía pública, redes sociales y páginas web.	5.00	2.50
TOTAL	100%			31.06			33.67
PRIORIDAD		2			1		

Elaboración: Propia, Febrero 2017

Como se observa en la tabla, Chile es considerado como el país óptimo para realizar la exportación de calzado con 33.67 puntos de calificación, superando a Estados Unidos que logró 31.06 puntos.

La cercanía, cultura parecida, idioma, precios y tiempo de transporte acrecentaron la ventaja chilena como mercado destino.

2.1.7. Equilibrio de Mercado

Considerando los resultados anteriores, se concluyó que el país óptimo para realizar el estudio de equilibrio de mercado es Chile.

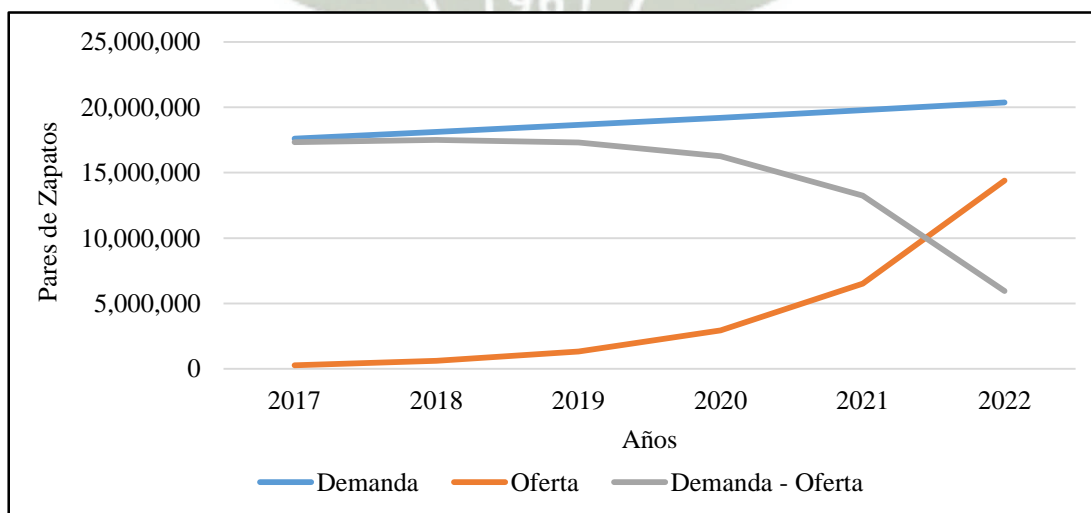
Se presenta a continuación la tabla y figura que describen las proyecciones de la demanda insatisfecha del producto analizado para los años 2017 - 2022.

Tabla N°113: Equilibrio de Mercado

Año	Demanda	Oferta	Demanda - Oferta	Demanda Objetiva
2017	17,601,620 pares	274,839 pares	17,326,781 pares	15,600 pares
2018	18,119,890 pares	605,559 pares	17,514,331 pares	15,600 pares
2019	18,654,826 pares	1,336,313 pares	17,318,513 pares	15,600 pares
2020	19,206,978 pares	2,950,991 pares	16,255,987 pares	15,600 pares
2021	19,776,914 pares	6,518,785 pares	13,258,129 pares	15,600 pares
2022	20,365,218 pares	14,402,187 pares	5,963,031 pares	-

Elaboración: Propia

Figura N°137: Equilibrio de Mercado



Elaboración: Propia

Se observa que la demanda insatisfecha se acorta al pasar los años, sin embargo, cabe resaltar que esta disminución no significa un obstáculo para las exportaciones que se planean realizar, ya que la empresa solo producirá 15,600 zapatos en 2017, manteniendo dicha producción hasta 2021, volumen bajo comparado con la demanda insatisfecha.

2.2. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA EMPRESA

2.2.1. Características

La constitución de la empresa Cabana Flats se dará en forma de una sociedad anónima cerrada (S.A.C.). Este tipo de persona jurídica se ajusta a sus requerimientos y le ofrece el dinamismo recomendado para una empresa pequeña ya que puede desempeñarse sin necesidad de un directorio, requiere de un máximo de 20 accionistas y esto no significa un obstáculo para que maneje un capital considerable. Además, los socios participan en forma activa y directa en la administración, gestión y representación social pero su responsabilidad se limita a la cantidad de capital que estos aporten.

El portal Para Quitarse el Sombrero (2016) señala a continuación los requerimientos para constituir este tipo de sociedad:

- El nombre de la sociedad: “Cabana Flats”
- Capital social: Puede ser dado en efectivo o en bienes y no existe un mínimo exigido. En el caso de la empresa “Cabana Flats”, el capital será en efectivo por lo cual se deberá abrir una cuenta bancaria.
- Contar con un mínimo de 2 socios y un máximo de 20: “Cabana Flats” se formará con 2 socios que aportarán la misma cantidad de capital.
- Designar un gerente general y establecer sus facultades.
- Establecer la existencia de un directorio: “Cabana Flats” no contará con un directorio.

- Domicilio y duración: La empresa tendrá lugar en la "ciudad de Arequipa" y su duración será "indefinida".

2.2.2. Constitución de la Empresa

- **Acto Constitutivo**

- La Superintendencia Nacional de los Registros Públicos - SUNARP (2015) indica que para saber si el nombre elegido para la empresa ya ha sido registrado se necesita realizar el Trámite de Búsqueda de nombre de la empresa. Para ello se precisa registrarse en línea en la página de SUNARP o de manera presencial en sus oficinas.
- Si este aún no se ha registrado, se solicitara el Trámite de Reserva del nombre ante la SUNARP, el cual tiene una vigencia de 30 días calendario.
- Realizar el Trámite de la Escritura Pública ante Notario Público.

- **Registro Único del Contribuyente**

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT (2017) señala que para obtener el Registro Único del Contribuyente (RUC), se presentará:

- Documento de Identidad del representante legal.
- Escritura Pública de la propiedad previamente inscrita en SUNARP, con una antigüedad no menor a 30 días.
- Recibo de algún tipo de servicios para demostrar el domicilio fiscal (que será el del local).
- Solicitar el Formato de Inscripción de RUC en la SUNAT.
- Autorización para la Emisión de comprobantes de Pago (SUNAT).

- **Licencia Municipal de Funcionamiento**

SUNAT (2017) indica que para el trámite de obtención de Licencia Municipal de Funcionamiento será necesario presentar:

- Contrato de arrendamiento (si se alquila el local) o Título de Propiedad (si el local es propio).
- El documento de Constitución Social.
- Número de RUC.
- Copia del DNI del representante legal.
- Certificado de Zonificación y Compatibilidad de Usos.
- Plano de Distribución.
- Pago de derecho para la obtención del formato.

- **Registro de Marca**

Para el Registro de Marca, INDECOPI (2017) señala que será necesario realizar los siguientes pasos:

- Búsqueda fonética: Para obtener información de otros nombres que aunque se escriban diferente se pronuncian de forma parecida o idéntica al nombre la empresa.
- Búsqueda figurativa: Para obtener información de otros signos que aunque sean diferentes, contengan elementos figurativos de forma parecida o idéntica al signo de la empresa.
- Completar y presentar tres ejemplares de la Solicitud de Registro de Marca de Producto o Servicio
- Adjuntar la reproducción de la marca (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
- Consignar la clase a la que pertenece el producto según la Clasificación de Niza, que en caso de la empresa en estudio

sería "Clase 25. Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería"

- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es S/. 534.99 Nuevos Soles.
- Al cabo de 15 días de haber realizado el trámite anterior, se emitirá una orden de publicación, la cual se debe presentar en el diario oficial El Peruano para solicitar su publicación por única vez.

- **Tributación**

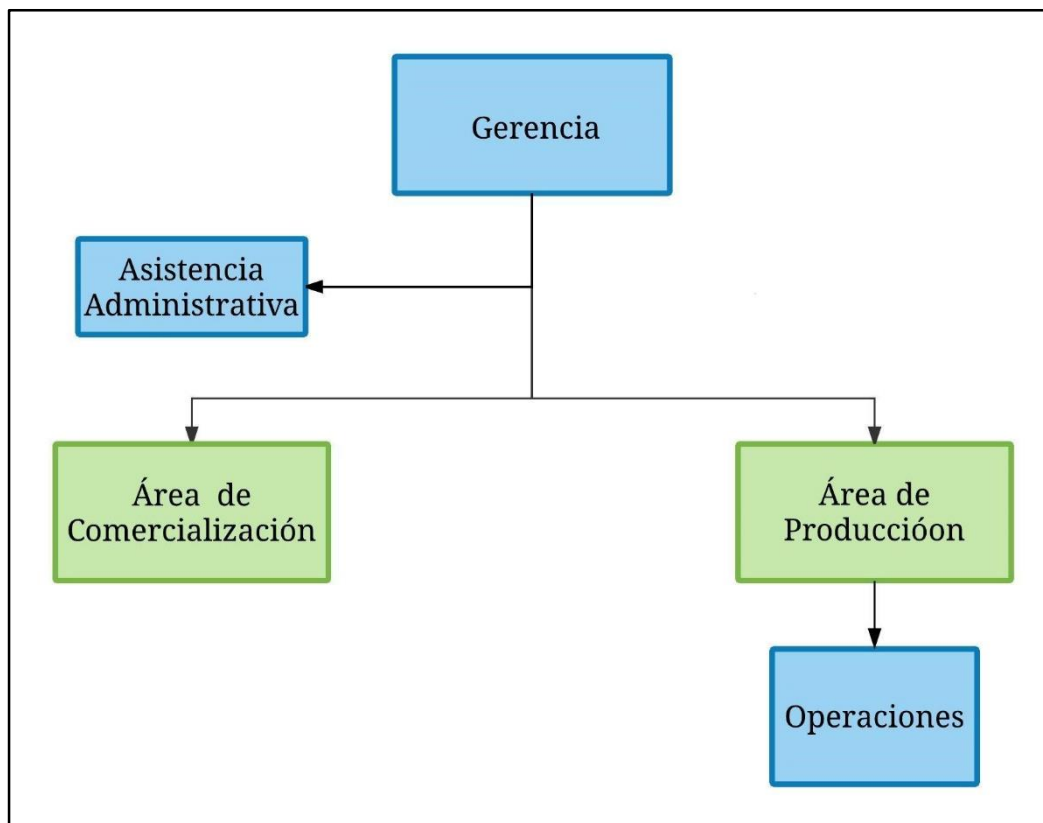
Como explica Rodríguez (2014, p.76), las exportaciones peruanas no están ligadas a ningún tributo nacional, por el contrario, se ven favorecidas gracias a dos beneficios tributarios que son el drawback y la devolución del saldo a favor del exportador.

- **Tributos Generales**
 - **Impuesto a la Renta:** Debido a que la empresa fabricará y comercializará calzado, le corresponde la renta de tercera categoría, la cual presenta una tasa del 27% sobre la utilidad neta.
 - **Impuesto General a las Ventas (IGV):** Las compras de la empresa estarán gravadas con el IGV que corresponde al 18%.
- **Tributos por Localidad**
 - **Impuesto Predial:** Es el impuesto que se paga por los inmuebles adquiridos, se calcula en base al área del inmueble, la ubicación y cantidad de pisos.
 - **Arbitrios Municipales:** Es un tributo que se paga por el alumbrado, barrido público y serenazgo.

2.2.3. Organización

2.2.3.1. Organigrama

Figura N°138: Organigrama de la empresa Cabana Flats



Elaboración: Propia

2.2.3.2. Cuadro de Personal

Tabla N°114: Cuadro de Personal

Área	Cargo	Cantidad	Condición
Gerencia	Gerente	1	Planilla
	Asistente Administrativo	1	Planilla
Comercialización	Jefe de Comercialización	1	Planilla
Producción	Jefe de Producción	1	Planilla
	Técnico en calzado	4	Planilla
Total de trabajadores		8 personas	

Elaboración: Propia

2.2.3.3. Funciones

a. Gerente

Representa a la empresa. Aprueba los planes de la compañía. Evalúa periódicamente el desempeño de las funciones de las diferentes áreas de la empresa. Desarrolla metas a corto y/o largo plazo y establece objetivos anuales. Propicia buenas relaciones con los clientes y socios para mantener el buen funcionamiento de la empresa. Aprueba los planes de la organización.

b. Asistente Administrativo

Gestiona los procesos administrativos de la gerencia. Elabora y hace seguimiento a la documentación necesaria con la finalidad de cumplir dichos procesos y así obtener resultados oportunos.

c. Jefe de Comercialización

Realiza análisis de costos. Se mantiene en contacto con los proveedores. Realiza el análisis de precios, estima presupuestos de ventas y establece las políticas y técnicas necesarias para promocionar las ventas. Gestiona las relaciones con clientes y se mantiene en contacto con ellos. Monitorea la información del área e identifica oportunidades de mejora.

d. Jefe de Producción

Programa las actividades de la planta de operaciones, considerando recursos y tiempo. Controla la

producción y el personal a cargo. Define el modelo de control para analizar la calidad de la empresa y del producto en el mercado. Coordina las actividades necesarias para la producción de la calidad y estandariza la producción. Controla entradas y salidas de mercadería del almacén.

e. Técnico en calzado

Realiza el proceso de la elaboración del calzado. Según su especialidad puede ejecutar el cortado, aparado, armado, ensuelado o la limpieza y embalaje de las balerinas. Clasifica y ordena el calzado terminado en estantes por modelo y talla. Realiza el mantenimiento del almacén. Realiza el empaque de mercadería para envío a clientes.

2.2.4. Procesos

Tabla N°115: Procesos de la empresa

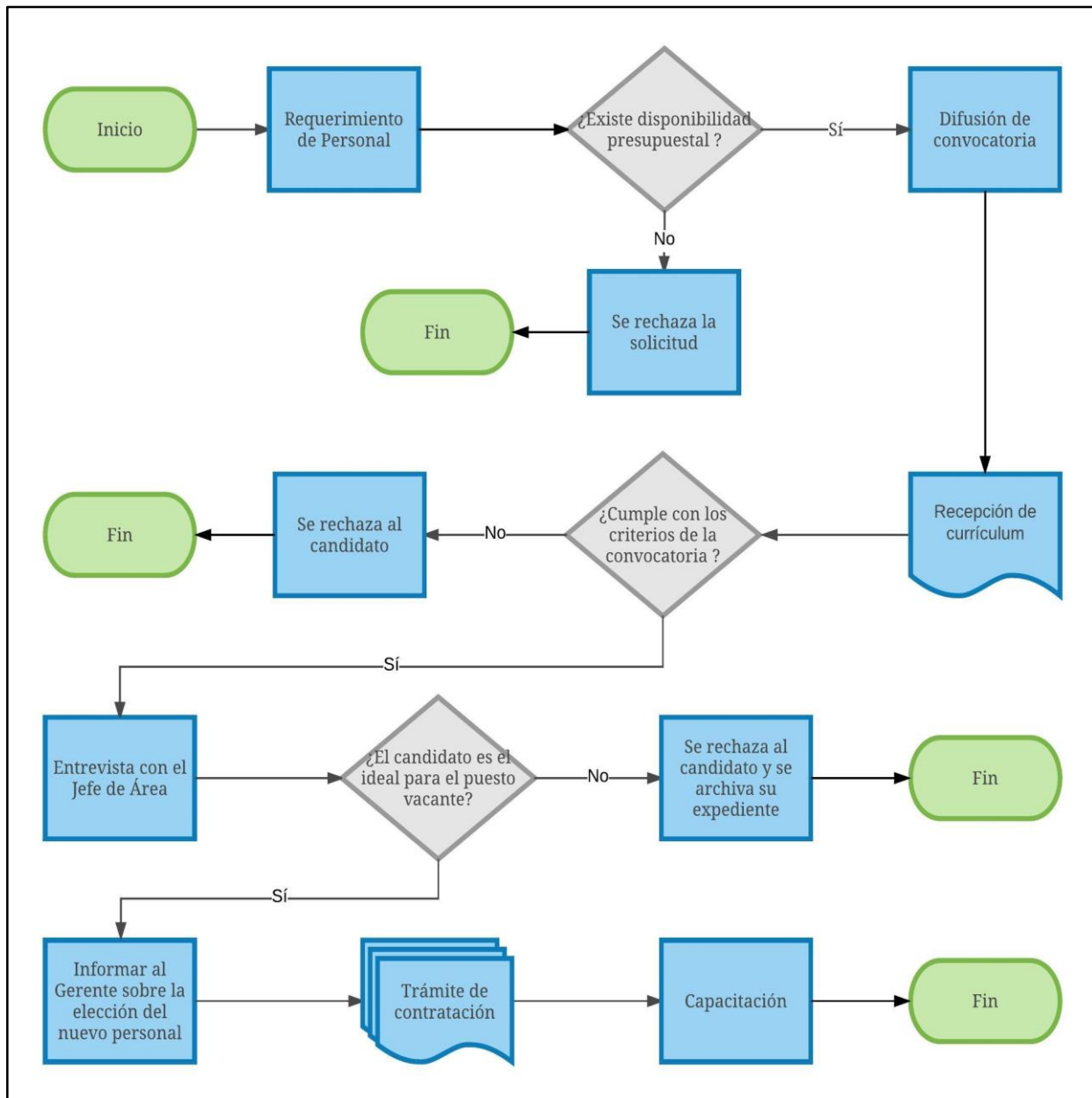
N°	Procesos
1	Contratación de personal
2	Abastecimiento de materiales
3	Elaboración del calzado
4	Almacenamiento
5	Proceso de negociación
6	Proceso Documentario
7	Proceso de exportación
8	Transporte

Elaboración: Propia

2.2.4.1. Contratación de Personal

A. Diagrama de Flujo

Figura N°139: Diagrama de flujo del proceso de Contratación de Personal



Elaboración: Propia

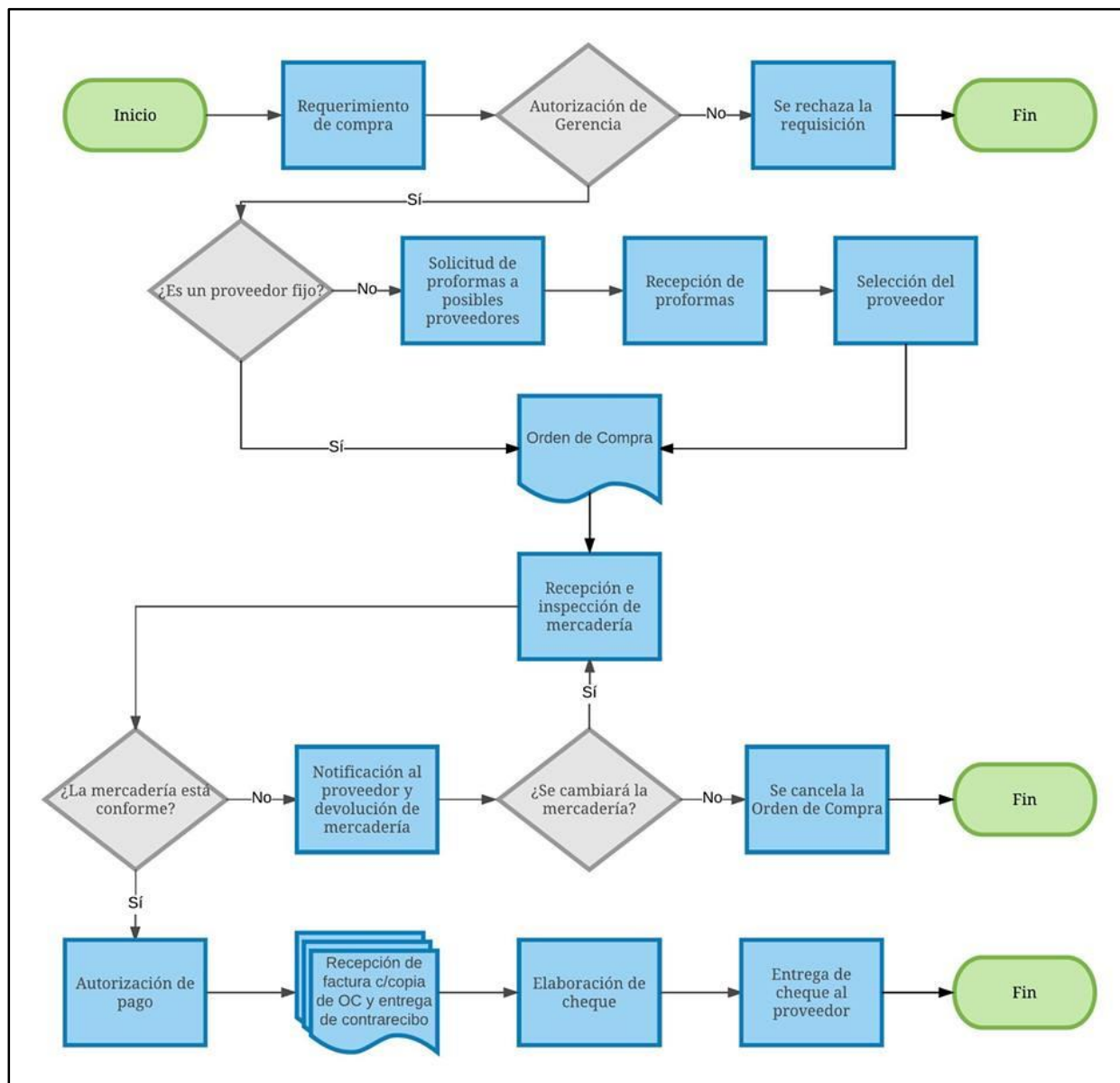
B. Descripción de Operaciones

1. Jefe de Área realiza el requerimiento de personal
2. Gerente verifica que exista disponibilidad presupuestal. En caso de existir, se aprueba la solicitud de personal.
3. Se lanza difusión de convocatoria
4. El asistente administrativo recibe los documentos de los candidatos, verifica que cumplan con los criterios de la convocatoria y si lo hacen, programa la entrevista del candidato con el Jefe de Área.
5. El Jefe de Área evalúa al candidato tomando en cuenta sus conocimientos, habilidades y experiencia. En caso de ser el indicado, pasa a la siguiente fase, de lo contrario, su expediente es archivado por el asistente administrativo para futuras convocatorias.
6. El Jefe de Área informa al Gerente del personal a contratar.
7. Asistente Administrativo informa de fecha de contratación, archiva el expediente de la convocatoria, y realiza los trámites de contratación de nuevo personal (programa cita de examen médico, contrato, ingreso a planilla).
8. Jefe de Área se encarga de la capacitación del nuevo empleado.

2.2.4.2. Abastecimiento de Materiales

A. Diagrama de Flujo

Figura N°140: Diagrama de flujo del proceso de Abastecimiento de Materiales



Elaboración: Propia

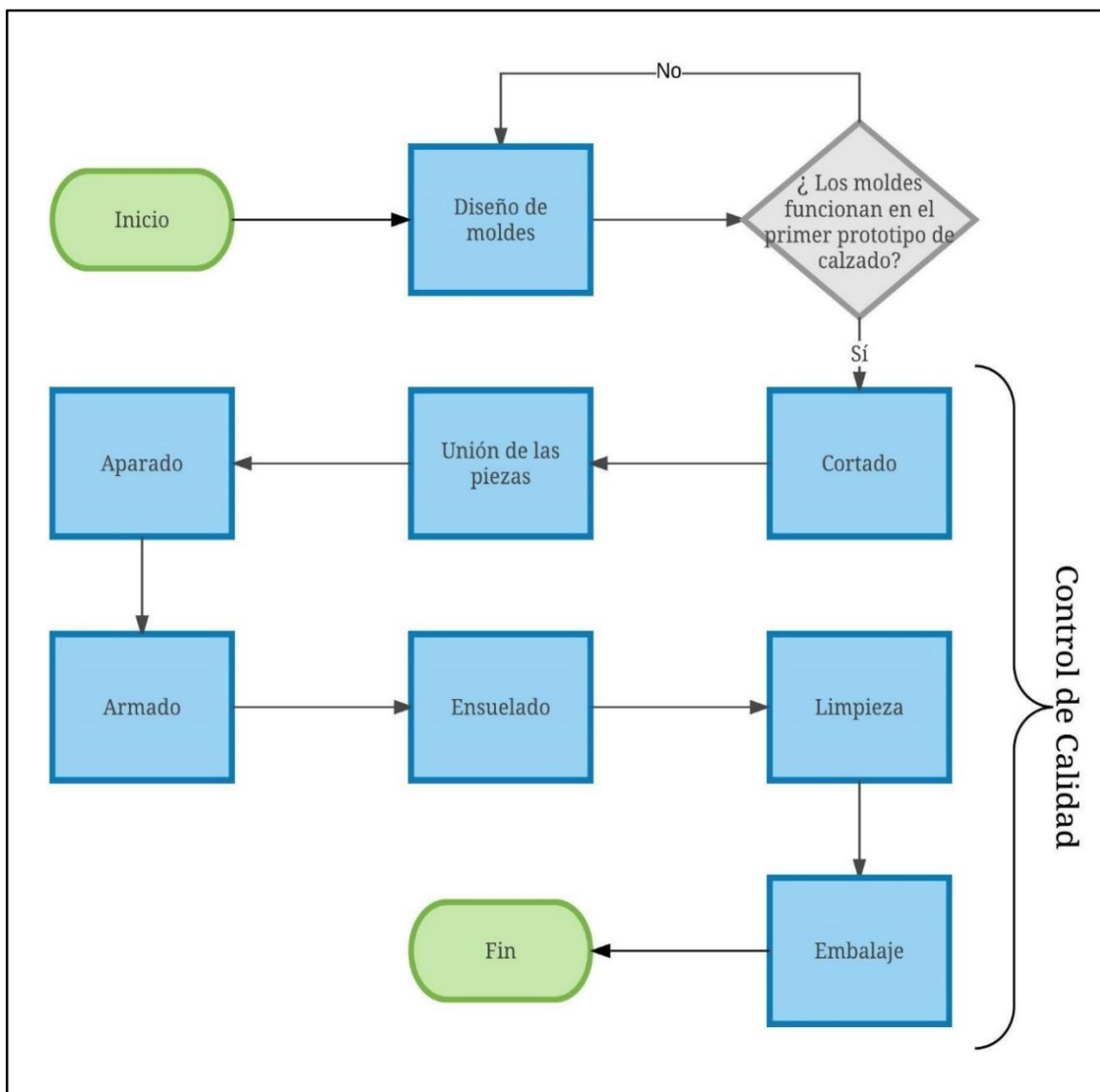
B. Descripción de Operaciones

1. Jefe de Área elabora el requerimiento de compra y lo envía a gerencia para su aprobación.
2. En caso de ser aprobado el requerimiento, el asistente administrativo solicita proforma a los posibles proveedores para que gerencia elija al mejor proveedor. Si este es un proveedor fijo, continúa con la elaboración de la Orden de Compra.
3. Se realiza la recepción e inspección de los materiales. En el caso de las piezas textiles, el Responsable de Compras realiza la inspección y recepción en Caylloma.
4. En caso de que no esté conforme la mercadería, se envía la notificación al proveedor y se procede con la devolución de los materiales. En caso de que la mercadería no se cambie, se cancela la Orden de Compra Si la mercadería estuviese conforme, se notifica la recepción conforme al proveedor y se autoriza el pago. El asistente administrativo archiva los documentos.
5. El Gerente elabora el cheque para el pago a proveedores.
6. El asistente administrativo entrega el cheque al proveedor.

2.2.4.3. Elaboración de Calzado

A. Diagrama de Flujo

Figura N°141: Diagrama de flujo del proceso de elaboración del calzado



Elaboración: Propia

B. Descripción de Operaciones

La elaboración del calzado es llevada completamente a cabo por el área de producción, a continuación se presentan los pasos a seguir para elaborar balerinas.

- Diseño de moldes: El diseñador elabora los moldes y establece como será el corte o el diseño de las piezas textiles dependiendo de que estas contengan una pequeña pieza bordada o sea completamente lliclla. Se hace la primera prueba con un par de balerinas y si los moldes funcionaron bien, se continúa con la elaboración del calzado.

Figura N°142: Diseño de moldes



Fuente: Youtube. (2012). Como hacer un zapato. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <https://www.youtube.com/watch?v=JpO75sAX2Bg>
Elaboración: Propia

Posteriormente, los técnicos en calzado, bajo la supervisión del Jefe de Producción y guiados por el diseñador, elaboran las siguientes tareas:

- Cortado: El cortado se realiza a mano, utilizando chaveta y los moldes previamente diseñados de acuerdo a la talla y forma de la balerina. En este punto se deja la responsabilidad del uso del material textil al técnico de calzado.

Figura N°143: Corte de la tela



Fuente: Youtube. (2012). Como hacer un zapato. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <https://www.youtube.com/watch?v=JpO75sAX2Bg>
Elaboración: Propia

Figura N°144: Corte de la badana



Fuente: Youtube. (2012). Como hacer un zapato. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <https://www.youtube.com/watch?v=JpO75sAX2Bg>
Elaboración: Propia

- Unión de las piezas: En este paso se reúnen las piezas de un lote para su elaboración. Para elaborar una balerina se necesita: una pieza textil, una pieza bordada en caso lo requiera el modelo, una pieza de forro, una puntera y una talonera, todas haciendo juego en el tamaño que le corresponda según la talla del calzado.

Figura N°145: Unión de piezas



Fuente: Youtube. (2012). Como hacer un zapato. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <https://www.youtube.com/watch?v=JpO75sAX2Bg>
Elaboración: Propia

- Aparado: En este paso se unen todas las piezas a través de la costura de las mismas. Se arma la balerina colocando en su lugar la puntera, talonera y se forra por el interior la pieza textil, acopiando todo en una sola pieza que desde ahora será llamada la capellada del calzado. En este paso se utiliza tanto trabajo manual como de máquinas.

Figura N°146: Pegado de Puntera y Talonera



Fuente: Youtube. (2012). Como hacer un zapato. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <https://www.youtube.com/watch?v=JpO75sAX2Bg>
Elaboración: Propia

Figura N°147: Capellada terminada



Fuente: Youtube. (2012). Como hacer un zapato. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <https://www.youtube.com/watch?v=JpO75sAX2Bg>
Elaboración: Propia

- Armado: El armado consiste en unir la falsa de la talla adecuada y la capellada en una sola pieza, usando pegamento de contacto (MasterBond). En este paso las labores son meramente manuales, ya que se trabaja fijando con clavos la falsa en la horma, se procede a pegar la capellada y se va fijando perfectamente la forma de la ballerina en la horma usando un martillo. Al ser un proceso artesanal, se debe dejar secando el pegamento durante un día.

Figura N°148: Capellada lista para tomar forma de la horma



Fuente: Youtube. (2012). Como hacer un zapato. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <https://www.youtube.com/watch?v=JpO75sAX2Bg>
Elaboración: Propia

Figura N°149: Unión con clavos de la capellada y falsa de la balerina



Fuente: Youtube. (2012). Como hacer un zapato. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <https://www.youtube.com/watch?v=JpO75sAX2Bg>

Elaboración: Propia

Figura N°150: Unión de capellada y falsa de la balerina con pegamento



Fuente: Youtube. (2012). Como hacer un zapato. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <https://www.youtube.com/watch?v=JpO75sAX2Bg>

Elaboración: Propia

- **Ensuelado:** En este paso se necesitará limpiar la base de la balerina para eliminar el exceso de material. Posteriormente se une la suela y la capellada con

pegamento, cuidando que este no ensucie la parte superior del calzado.

Figura N°151: Unión de piezas de la misma talla para pegado de la suela



Fuente: Youtube. (2012). Como hacer un zapato. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <https://www.youtube.com/watch?v=JpO75sAX2Bg>
Elaboración: Propia

Figura N°152: Pegado de suela



Fuente: Youtube. (2012). Como hacer un zapato. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <https://www.youtube.com/watch?v=JpO75sAX2Bg>
Elaboración: Propia

Figura N°153: Calzado con la suela pegada



Fuente: Youtube. (2012). Como hacer un zapato. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del

<https://www.youtube.com/watch?v=JpO75sAX2Bg>

Elaboración: Propia

- Limpieza y embalaje: Se elimina cualquier impureza en el calzado terminado, se coloca la plantilla de cuero y la etiqueta con el código, talla y modelo. Finalmente el calzado es embolsado y colocado en cajas de cartón que contengan las mismas especificaciones de la etiqueta.

Figura N°154: Colocación de la plantilla



Fuente: Youtube. (2012). Como hacer un zapato. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del

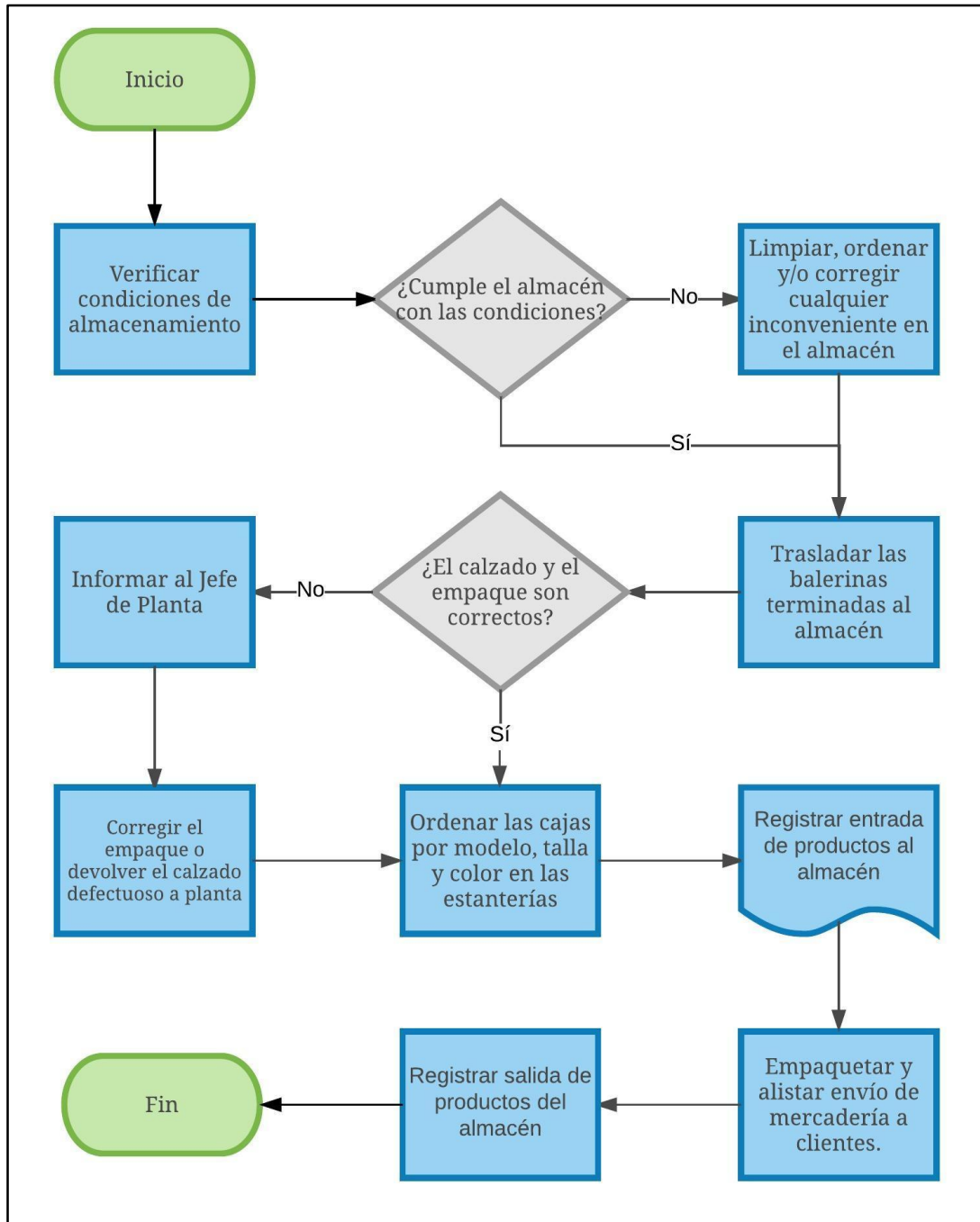
<https://www.youtube.com/watch?v=JpO75sAX2Bg>

Elaboración: Propia

2.2.4.4. Almacenamiento

A. Diagrama de Flujo

Figura N°155: Diagrama de flujo del proceso de Almacenamiento



Elaboración: Propia

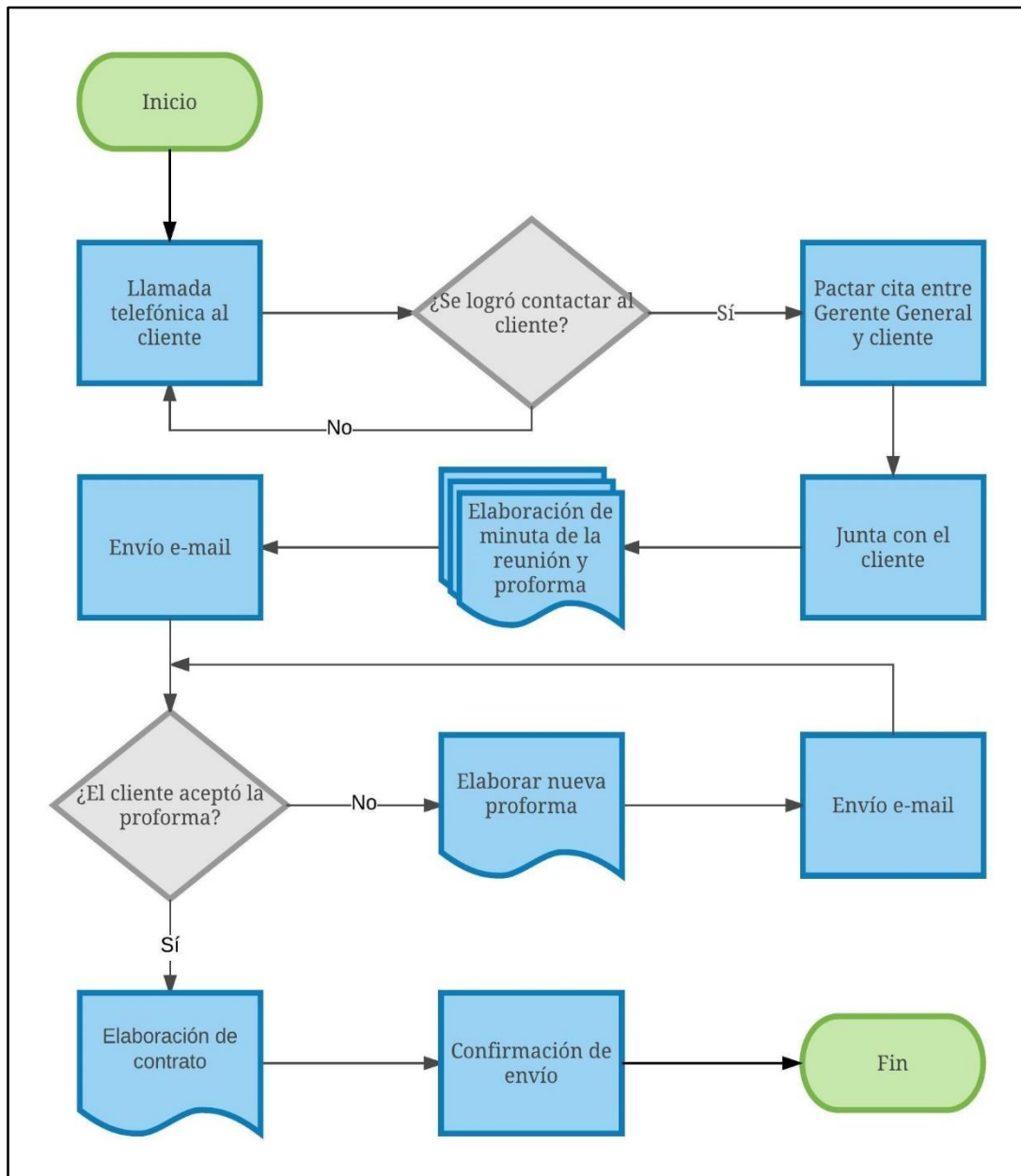
B. Descripción de Operaciones

1. El técnico en calzado se encarga de revisar que el depósito se encuentre en las condiciones necesarias (estantes secos, cajas ordenadas y categorizadas, revisa continuamente que los productos no se estén deteriorando y que roten) antes de recibir el calzado del área de producción.
2. Las cajas con las balerinas terminadas serán trasladadas por al depósito.
3. El técnico revisará que el calzado coincida con las especificaciones que indica la caja en el que fue puesto. En caso de estar en la caja incorrecta, se corrige el embalaje y se informa al Jefe de Producción.
4. El técnico ordena por modelo, talla y color las cajas de zapatos en los estantes.
5. El Jefe de Producción registra la entrada de productos al almacén.
6. Cuando sea oportuno, los técnicos se encargarán de empaquetar y alistar el calzado para su envío a clientes.
7. El Jefe de Producción registra la salida de productos del almacén.

2.2.4.5. Proceso de Negociación

A. Diagrama de Flujo

Figura N°156: Diagrama de flujo del proceso de Negociación



Elaboración: Propia

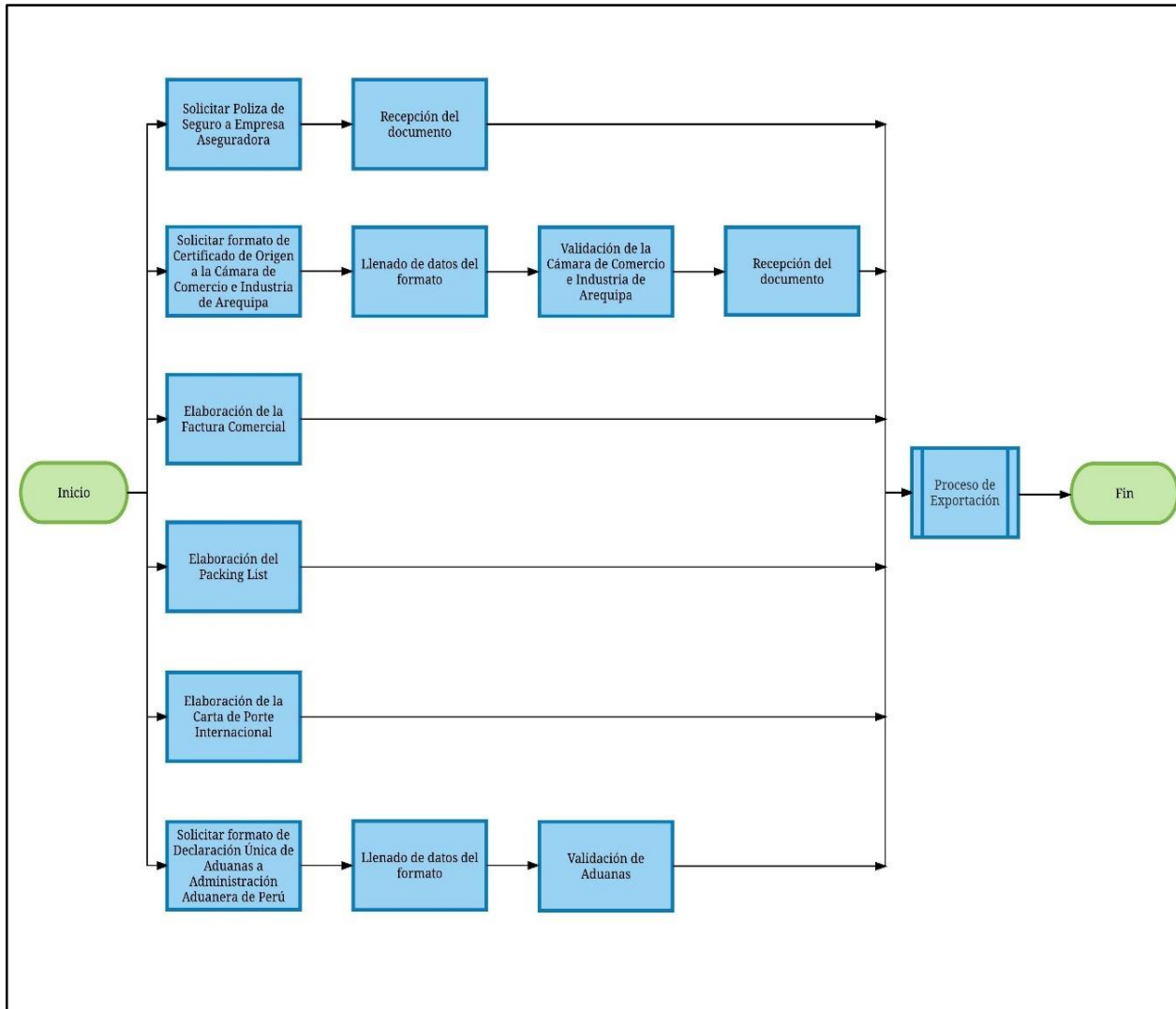
B. Descripción de Operaciones

1. Contactar al cliente: El asistente administrativo realiza una llamada telefónica. En caso de ubicarlo, se concierta la cita entre el Gerente y el cliente, física o por videollamada. De no ubicarlo se realiza tres intentos más en un tiempo prudencial.
2. Junta con el cliente: El Gerente inicia la negociación con el cliente, realiza una reseña del producto y de los servicios que se ofrecen (stands para exhibición del producto, banners).
3. Envío de proforma: El asistente administrativo envía un e-mail adjuntando la minuta con el resumen de lo hablado en la junta y la proforma de precios del calzado.
4. Si el cliente acepta la proforma, se procede con el contrato donde se especificará el precio, cantidad, tiempo, Incoterm y demás detalles que sean convenientes. De no ser así, se envía una nueva proforma, previa negociación con el cliente.
5. Confirmación de envío.

2.2.4.6. Proceso Documentario

A. Diagrama de Flujo

Figura N°157: Diagrama de flujo del proceso Documentario



Elaboración: Propia

B. Descripción de Operaciones

1. Solicitar la Póliza de Seguro: La empresa Cabana Flats debe solicitar y negociar dicho Documento con alguna empresa aseguradora, después de especificar lo requerido, se debe esperar su emisión, validez y recepcionar el Documento.

Figura N°158: Póliza de Seguro sin Llenar

<p>EMPRESA ASEGURADORA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA ASEGURADORA TELÉFONO DE LA EMPRESA ASEGURADORA ORIGINAL</p>	
<p>Fecha:.....</p>	
<p>POR EL PRESENTE SE CERTIFICA que esta compañía ha asegurado las mercancías que a continuación se especifican, con una póliza flotante, por cuenta de:</p>	
<p>Descripción de las mercancías aseguradas, marcas y números inclusive</p>	
Viaje	Transporte:
	Valor Asegurado:
<p>Condiciones del Seguro En lo restante se aplicarán las condiciones de póliza general</p>	
<p>IMPORTANTE A fin de facilitar la liquidación de cualquier reclamación por pérdidas o daños hecha en virtud del presente, el asegurado deberá adoptar las siguientes medidas:</p> <p>RESPONSABILIDAD DE LOS TRANSPORTISTAS</p> <p>Se recuerda al Destinatario que, en caso de pérdidas o daños manifiestos. EL mismo o sus agentes deberán adoptar sin demora las medidas necesarias para realizar inmediatamente con los Transportistas una inspección conjunta, antes de hacer la entrega.</p> <p>Si una inspección indicara pérdidas o daños reales, se debe formular enseguida una reclamación ante los Transportistas. En ningún caso deberá entregarse recibos "limpios" cuando las mercancías se descarguen en mal estado, salvo con protesta por escrito.</p> <p>En el caso de pérdidas o daños no manifiestos en el momento de aceptar la entrega, deberán darse aviso a los Transportistas en un plazo de tres días a partir de la entrega, y se adoptarán rápidamente medidas para realizar una inspección.</p> <p>Los Destinatarios o sus Agentes deberán reclamar a los Transportistas cualesquiera bultos que no aparezcan o a las Autoridades Portuarias si los bultos que faltan se descargaron del buque Se recomienda a los destinatarios o sus Agentes que se familiaricen con el Reglamento de las Autoridades Portuarias en vigor en el puerto de descarga. En el caso de daños que puedan suponer una reclamación en virtud del presente Certificado, deberá darse aviso inmediato de tales daños a:</p> <p>Que ha/han sido autorizado(s) a tasar y liquidar las reclamaciones formuladas en virtud de la presente Póliza, en nombre y por cuenta de la Compañía. El presente Certificado representa y sustituye la Póliza original y, a los fines de cobrar cualquier reclamación, será aceptado como prueba de que su tenedor tiene derecho a beneficiarse de tal póliza en la medida aquí expresada.</p>	
<p>Nombre de la Empresa Aseguradora</p>	

Fuente: El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2016). Manual de Documentos para exportar. Única edición. El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. p. 191. <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>
Elaboración: Propia

- En **Fecha** se debe indicar la fecha de la elaboración de la póliza de seguro.
- En **Viaje** se debe colocar la ruta que atravesará la mercadería.
- En **Transporte** se debe indicar el medio de transporte y el nombre del transporte, en este caso es transporte terrestre.
- En **Valor Asegurado** debe colocarse el monto monetario total de la mercancía.
- En **Condiciones del Seguro** se debe especificar si hay alguna condición en particular para este seguro.

2. Solicitar el Certificado de Origen: La empresa Cabana Flats debe solicitar dicho Documento a la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, después de haber especificado lo requerido, se debe esperar su emisión, validez y recepción del Documento.

Figura N°159: Certificado de Origen requerido por Chile sin Llenar

ACUERDO PERÚ - CHILE

CERTIFICADO

N°.....

**CERTIFICADO DE ORIGEN
ASOCIACIÓN LATINOMERICANA DE INTEGRACIÓN**

PAÍS EXPORTADOR..... PAÍS IMPORTADOR.....

N° DE ORDEN (1)	NADALISA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCANCÍAS

DECLARACIÓN DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercancías indicadas en el presente formulario, correspondiente a la Factura Comercial N°..... cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) de conformidad con el siguiente desglose:

N° DE ORDEN (1)	NORMAS (3)

Declaro bajo juramento, en cumplimiento de las normas de origen, que los datos consignados con fidedignos.

Fecha:

Sello y firma del Representante Legal del exportador o productor:

OBSERVACIONES:

CERTIFICADO DE ORIGEN

Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo con la ciudad de.....a los.....

.....
Sello y firma Entidad Certificadora

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). Certificado de Origen. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del

http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/chile/docs/Certificado_de_Origen.pdf

Elaboración: Propia

- En **Certificado N°** se debe colocar el número del certificado actual.
- En **N° DE ORDEN (1)** se debe indicar el orden individualmente de cada mercadería perteneciente al certificado actual.
- En **Factura Comercial N°** debe ponerse el Numero de la Factura, ejemplo: 008.
- En **normas de origen del Acuerdo (2)** se debe especificar si es un acuerdo parcial o regional, indicando su número de registro.
- En **Normas (3)** se debe colocar la norma de origen que rige a cada mercadería de forma individual antes mencionada en su **N° DE ORDEN**.
- Se procede a firmar y poner la fecha de la elaboración del Certificado.

3. Elaboración de la Factura Comercial: El Remitente o Exportador (Cabana Flats S.A.C.), debe llenar adecuadamente la Factura Comercial como prueba de cada condición pactada en el contrato de compra y venta.

Figura N°160: Factura Comercial sin Llenar

Factura Comercial							
Nombre de la Compañía:				Factura Comercial #:			
				No. Orden:			
				Carta de Porte Internacional:			
Envío de				Envío a			
Nombre:				Nombre:			
Dirección:				Dirección:			
Ciudad / Estado:				Ciudad / Estado:			
Teléfono:		Fax:		Teléfono:		Fax:	
Envío a tercera persona				Seleccione uno			
Nombre:				<input type="checkbox"/> CIF <input type="checkbox"/> FOB	País de Exportación:		
Dirección:					País de Fabricación:		
Ciudad / Estado:					País de Destino:		
Teléfono:		Fax:			Moneda:		
Información del (los) Paquete (s)							
Cantidad	Unidades	Tipo de Paquete	No. de Paquetes	Valor Unitario	Descripción del Producto	Peso	Valor Total
Número total de Paquetes:					Total:		

Firma del Remitente

Fecha

Fuente: El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2016). Manual de Documentos para exportar. Única edición. El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. p. 30. <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>

Elaboración: Propia

- En el **nombre de la Compañía** debe ir correctamente redactada la Razón Social del exportador, en este caso Cabana Flats S.A.C.
- En **Factura Comercial #** debe ponerse el Numero de la Factura, ejemplo: 008.
- En el **No. Orden** se pone el número de orden, ejemplo, AA- 008CC-8.

- En **Carta de Porte Internacional** se coloca el Numero del Documento de Transporte Terrestre, ejemplo: 33572463211.
- En **Nombre, Dirección, Ciudad/Estado, Teléfono/ Fax de “Envío de”** se especifica la Razón Social y el nombre completo del Exportador, en este caso sería la empresa Cabana Flats representada por su gerente general, se debe agregar la dirección, ciudad, código postal, teléfono y fax de la empresa.
- En **Nombre, Dirección, Ciudad/Estado, Teléfono/ Fax de “Envío a”** se especifica la Razón Social y el nombre completo del Importador, su dirección, ciudad, código postal, teléfono y fax.
- Si se realiza una exportación a través de una tercera persona se deben llenar los recuadros de nombre, dirección, ciudad y teléfono de **Envío a Tercera Persona**.
- Se debe marcar si se utilizará el INCOTERM CIF O FOB en el envío.
- En **País de Exportación** se especifica de que país sale la mercadería, en este caso Perú.
- En **País de Fabricación** se especifica en qué país se fabricó la mercadería, en este caso Perú.
- En **País de Destino** se especifica a qué país llegará la mercadería, en este caso Chile.
- En este caso para **Moneda** se utilizarán Dólares Americanos (\$).
- En **Cantidad** se especifica el total de productos por tipo de productos, ejemplo: 40 balerinas étnicas talla 37, 20 balerinas étnicas talla 38.

- En **Unidades** se coloca el tipo de Unidades que se están exportando, en este caso es “Par” de Zapatos.
- En **Tipo de Paquete** se especifica si se lleva la mercadería en bolsas, cajas u otro tipo de paquete.
- En **No. de Paquetes** se coloca la cantidad de paquetes que se exportan por tipo de producto.
- En **Valor Unitario** se especifica el valor monetario de cada producto por unidad.
- En **Descripción del Producto** se detalla las características de cada producto que se exporta con su partida arancelaria.
- En **Peso** se debe colocar el peso de cada producto por unidad.
- En **Valor Total** se coloca el valor monetario total por tipo de productos.
- En **Número Total de Paquetes** se especifica el total de todos los paquetes sin distinción por tipo de productos.
- En **Total** se especifica el Peso Total y el Valor Total de todos los productos sin distinción por tipo de productos.
- En **Firma Del Remitente** el exportador debe firmar, en este caso el Gerente General de Cabana Flats.
- Por último poner la **Fecha** de la elaboración de la Factura Comercial.

4. Elaboración del Packing List: El Remitente o Exportador (Cabana Flats S.A.C.), debe llenar adecuadamente el Packing List para detallar las características y propiedades de todos los productos.

Figura N°162: Carta Porte Internacional sin Llenar

Carta de Porte Internacional Por Carretera					El Transporte realizado bajo esta Carta de Porte Internacional está sujeto a las disposiciones del Convenio sobre el Contrato de Transporte y la Responsabilidad Civil del Portador en el Transporte Terrestre Internacional de Mercancías				
Nombre y Domicilio del Remitente					Número				
					Nombre y domicilio del Portador				
Nombre y Domicilio del Destinatario					Lugar y país de emisión				
					Lugar, país y fecha en que el portador se hace cargo de mercancía				
Nombre y Domicilio del Consignatario					Lugar, país y plazo de entrega				
					Portadores sucesivos				
Notificar a									
Cantidad y clase de bultos, marcas y números, tipos de Mercancías, Contenedores y accesorios					Peso Bruto en Kg.				
					Volumen				
Gastos a pagar	Monto Remitente	Moneda	Monto Destinatario	Moneda	Valor				
					Moneda				
					Declaración del Valor de Mercancías				
Monto del flete externo					Documentos anexos				
Monto de Reembolso contra entrega					Instrucciones sobre formalidades de aduanas				
Nombre y firma del remitente o su representante					Declaraciones y observaciones				
Fecha									
Las mercancías consignadas en esta carta de Porte fueron recibidas por el portador aparentemente en buen estado.					Nombre y firma del destinatario o su representante				
Nombre, firma y sello del portador o su representante									
Fecha									

Fuente: El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2016). Manual de Documentos para exportar. Única edición. El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. p. 135. <http://www.siicex.gov.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>

Elaboración: Propia

- En **Nombre y Domicilio del Remitente** se debe colocar el nombre, la razón social del Exportador y su dirección, en este caso el nombre del Gerente General de Cabana Flats y la dirección de la empresa.
- En **Nombre y Domicilio del Destinatario** se debe colocar el nombre, la razón social del Importador y su dirección.
- En **Nombre y Domicilio del Consignatario** se debe colocar el nombre y dirección del encargado de recibir la mercadería, puede ser un tercero o el mismo importador.
- **Notificar a** es un dato adicional donde se puede colocar el nombre de algún encargado extra.
- En **Nombre y Domicilio del Portador** se debe colocar el nombre o razón social y la dirección del transportista.
- En **Lugar y País de Emisión** se detalla la ciudad y país importador, en este caso Arequipa – Perú.
- En **Lugar, país y fecha en que el portador se hace cargo de mercancía** se indica la ciudad, país, fecha en que el transportista recibe la mercadería para transportarla.
- En **Lugar, país y Plazo de Entrega** se indica la ciudad y el país importador de los productos, adicionalmente el tiempo que debe durar el transporte hasta el lugar pactado.
- En **Portadores Sucesivos** se indica si habrán futuros transportistas que recibirán la mercadería.
- En **Cantidad y clase de bultos, marcas y números, tipos de Mercancías, Contenedores**

- y **accesorios** se debe detallar toda la información requerida de los productos.
- En **Peso Bruto en Kg.** se debe especificar el peso en kilogramos de todos los productos.
 - En **Volumen** se debe especificar el volumen total de los productos.
 - En **Valor** se debe indicar el Valor Monetario Total de los productos.
 - En **Gastos a Pagar** se especifican los gastos, como el flete u otros.
 - En la **Declaración del Valor de Mercancías** se declara el valor monetario total de la mercancía.
 - En **Documentos Anexos** se debe indicar que otros documentos se presentan, en este caso la Factura Comercial, el Packing List, el Certificado de Origen y la Póliza de Seguro.
 - En el **Monto de Reembolso contra entrega** se debe indicar si existe algún monto de reembolso al momento de entregar la mercadería.
 - En **Nombre y Firma del Remitente o su Representante**, el exportador debe firmar, en este caso el Gerente de Cabana Flats debe firmar indicando la fecha.
 - En **Declaraciones y Observaciones** se debe colocar algún dato adicional importante en el proceso de transporte.
 - En **Nombre, firma y sello del portador o su representante**, el transportista debe colocar su nombre o razón social, firma y sello, adicionalmente la fecha.
 - En **Nombre y firma del destinatario o su representante**, el importador debe colocar su

nombre o razón social, su firma y posteriormente la fecha.

6. Solicitar la Declaración Única de Aduanas (DUA): La DUA es un documento que se solicita a Aduanas con el fin de que autorice la salida de la mercadería de territorio nacional, después de haber especificado lo requerido, se debe esperar su emisión y validez.

Figura N°163: Declaración Única de Aduanas sin Llenar

Aduana		Código	DECLARACIÓN ÚNICA DE ADUANAS			2	Registro de Aduana	
N° Orden		Destinación	Modalidad	Tipo Despacho	N° DUA Prov.	N° Declaración: Fecha: Numeración: Sujeto a:		
1		Importador/Exportador						
Identificación								
Código y Documento de Identificación				Dirección de Importador/ Exportador				
3		Empresa Transporte Código		N° Manifiesto	Vía Transporte Código			
Transporte								
Fecha Término des/embar.		Empresa Transporte Código		Aduana Código	Unidad de transporte			
4		Terminal Almacenamiento		Depósito Autorizado		Plazo Solicitado		
Almacén								
5		Entidad Financiera - Código			Modalidad Código			
Transacción								
6		FOB / Valor Venta		Flete	Seguro	Valor Aduana/Valor Neto		
Valor Aduana								
7		N° Serie/Total		Número Declaración Precedente - Serie		N° Certificado Reposición		
Declaración de Aduanas								
Punto de Embarque Código		Fecha de Embarque		Documento de Transporte	N° Certificado de Origen	Cant. Unidad Comercial	Código de Exoneración	
Cantidad de Bultos		Clase	Peso Neto Kilos	Peso Bruto Kilos	Cantidad Unidad Física	Item CIP		

Fuente: El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2016). Manual de Documentos para exportar. Única edición. El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. p. 104. <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>

Elaboración: Propia

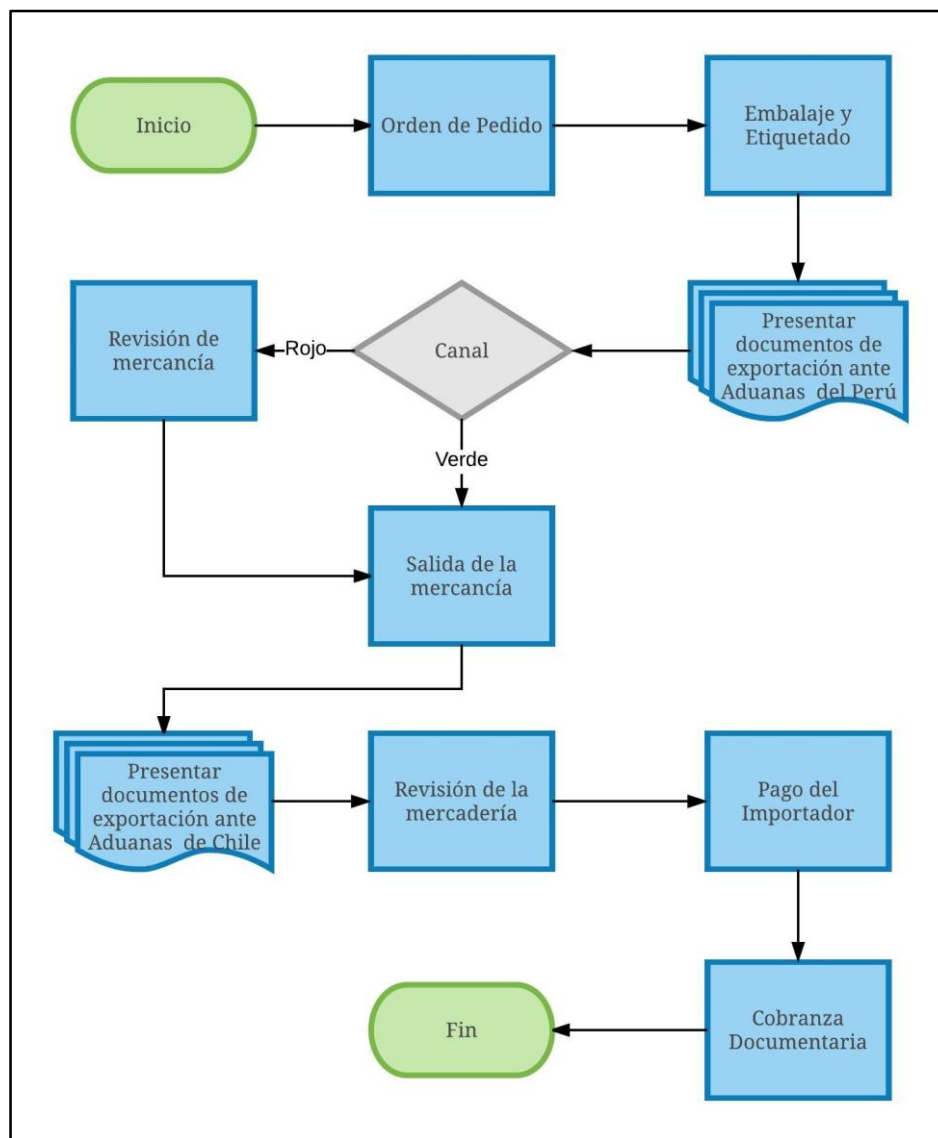
- En **Aduana** se debe colocar el nombre de la Aduana.
- En **Nº Orden** se coloca el número de la DUA.
- En **Código** se indica el código de la DUA.
- En **Destinación** se coloca el código del destino.
- En **Modalidad** se precisa el tipo de Modalidad a través del código de modalidad.
- En **Tipo Despacho** se indica el tipo de despacho, ejemplo: Normal.
- En **Nº Declaración** se especifica el número de la declaración.
- En **Numeración** se indica la numeración respectiva de la DUA.
- En **Sujeto a** se especifica si la mercancía está sujeta a canal verde o rojo.
- En **Importador/Exportador** se indica la razón social del exportador, en este caso Cabana Flats S.A.C.
- En **Código y Documentación de Identificación** se coloca el RUC de la empresa en cuestión, en este caso el RUC de Cabana Flats.
- En **Dirección de Importador/Exportador** se indica la dirección de la empresa exportadora.
- En **Empresa Transporte Código** se coloca la empresa de transporte y su código respectivo.
- En **Vía Transporte Código** se indica si es el transporte es marítimo, terrestre o aéreo y su respectivo código.
- En **Fecha Término des/embar.** se indica la fecha en la que se realizará el desembarque.
- En **Terminal Almacenamiento** se especifica el lugar de almacenamiento para la mercadería en el país de destino y su código.

- En **Depósito Autorizado** se coloca el nombre del depósito de almacenamiento.
- En **Plazo Solicitado** se especifica el plazo en que la mercadería se quedará en el depósito.
- En **Entidad Financiera – Código** se indica la entidad financiera con la que se realizará el pago de la mercadería y su respectivo código.
- En **Modalidad Código** se indica la forma de pago de la mercadería y su respectivo código.
- En **FOB / Valor Venta** se especifica el valor FOB del total de la mercadería.
- En **Flete** se coloca el costo del flete.
- En **Punto de Embarque Código** se indica el punto de embarque de la mercadería y su respectivo código.
- En **Documento de Transportes** se indica el número del documento de transporte.
- En **Nº de Certificado de Origen** se indica el número del Certificado de Origen.
- En **Cantidad de Bultos** se especifica la cantidad total de bultos de la mercadería.
- En **Clase** se especifica el tipo de bultos.

2.2.4.7. Proceso de Exportación

A. Diagrama de Flujo

Figura N°164: Diagrama de flujo del proceso de Exportación



Elaboración: Propia

B. Descripción de Operaciones

1. Adecuar el embalaje del producto a los requisitos chilenos: Se deberán embalar todos los productos indicando con detalle su pureza, calidad, peso, medidas e ingredientes.

Las etiquetas deben tener las siguientes características:

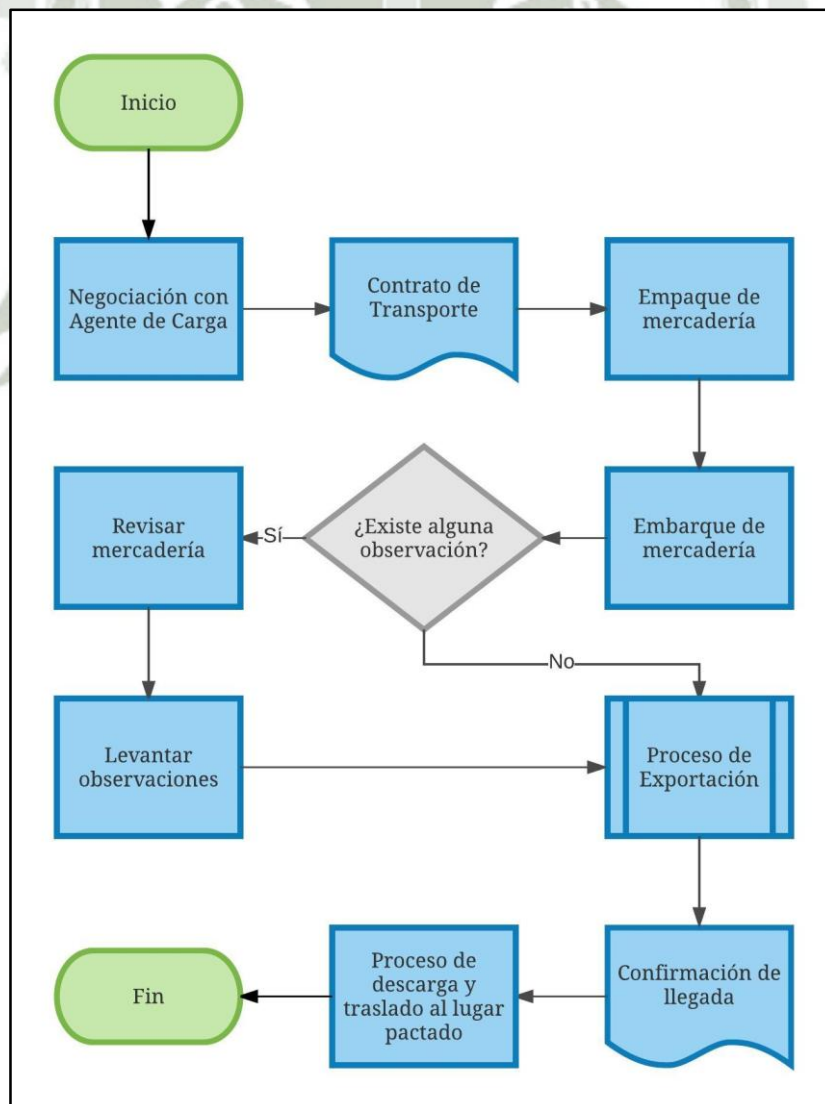
- Idioma español.
 - Las medidas deben estar en el sistema métrico
 - Se debe detallar la Razón Social del Fabricante, Importador o Marca.
 - País de Fabricación.
 - Nombre y porcentaje de las fibras que compone el tejido principal.
 - Código de talla.
 - Símbolos para el cuidado de la prenda.
2. Presentar los Documentos de Exportación en Aduanas de Perú: Antes de que la mercadería salga de territorio nacional se debe presentar la DUA, la Factura Comercial, el Documento de Transporte, Packing List y el Certificado de Origen, ante Aduanas del Perú.
 3. Asignación de canal: Al momento de recepcionar los Documentos, la Aduana Nacional indica si le otorga a la mercadería el canal rojo o verde; canal rojo significa una revisión total de la mercadería y el canal verde indica que la mercadería sale del país sin revisión.
 4. Presentar los Documentos de Exportación en Aduanas de Chile: Al llegar la mercadería a territorio chileno se presenta el Certificado de Origen, Factura Comercial, Documento de Transporte, el Packing List y la Póliza de Seguro ante Aduanas de Chile para que se autorice el desembarque de la misma.
 5. Revisar la Mercadería: Cuando Aduanas en el país de destino autoriza el desembarque se procede a la revisión de la mercadería.

6. Pago por parte del Importador: Al constatar un proceso de exportación exitoso, el importador deberá realizar el pago a través de una transacción bancaria.
7. Cobranza Documentaria: Al haberse realizado el pago, el Gerente de la empresa autoriza e instruye el traslado de los documentos al banco con el que trabaja para que éste los entregue al importador.

2.2.4.8. Transporte

A. Diagrama de Flujo

Figura N°165: Diagrama de flujo del proceso de Transporte



Elaboración: Propia

B. Descripción de Operaciones

1. Negociación con agente de carga: Pactar con el transportista el precio por la cantidad de mercadería a trasladar, fechas, tiempo y otros detalles convenientes.
2. Contrato de transporte
3. Empaque de mercadería: El encargado coloca grupos de cajas de calzado en cajas más grandes para evitar su deterioro en el camino al país de destino.
4. Embarque de mercadería
5. Observaciones de la transportadora: El agente de carga emitirá sus observaciones y de existir, estas se corregirán, de lo contrario, se continúa con el proceso de transporte.
6. Proceso de Exportación
7. Arribo de carga
8. Confirmación de arribo de carga: El asistente administrativo recibe y archiva la confirmación del arribo de carga junto con el expediente de exportación.
9. Proceso de descarga y traslado al lugar pactado.

2.3. EL PRODUCTO

2.3.1. Definición

Calzado de material textil con valor agregado en sus diseños elaborados artesanalmente por tejedores de Caylloma para su exportación al mercado chileno, identificado con la subpartida arancelaria 640419 “Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil”.

Figura N°166: Producto



Elaboración: Propia

2.3.2. Características

- Calzado para damas entre 15 y 34 años.
- Cuenta con dos diferentes modelos: balerina con bordado y balerina de lliclla.
- Las piezas textiles son elaboradas artesanalmente.
- La elaboración del calzado es semi industrial.
- La altura del zapato es baja ya que se trata de un calzado para ser usado casualmente debido a su comodidad.
- El diseño de la tela usada para su fabricación tiene patrones y/o influencia incaica.

2.3.3. Diseño del Producto

A. Ficha Técnica

Figura N°167: Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA: Balerinas Artesanales Étnicas	
NOMBRE COMERCIAL:	BALERINAS ARTESANALES ÉTNICAS
Nombres por los que es conocido el producto en el país de destino	Ballerinas, Flats
PARTIDA ARANCELARIA	
6404.19.00.00	
DESCRIPCIÓN	
Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de material textil.	
DESCRIPCIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> - Balerinas con suela de caucho y parte superior textil para damas. - Tallas: 36, 37, 38, 39 y 40. - Altura de taco: 2 cm - Peso del par de zapatos: 700 g.
PRESENTACIÓN:	El calzado irá embolsado dentro de una caja de cartón liso con diseño propio.
PROCESO DE FABRICACIÓN:	- Semi industrial
COMPOSICIÓN:	<ul style="list-style-type: none"> - Plantilla: Cuero - Contrafuertes (Puntera y talonera): Plasti Flex - Forro Interior: Badana - Forro Exterior: Alpacril y/o hilo - Suela: Caucho - Peso del par de zapatos: 700 g.
ZONA DE PRODUCCIÓN:	- Caylloma y Arequipa.
ESPECIFICACIONES:	<ul style="list-style-type: none"> - Marca grabada en la suela y plantilla. - Talla en la suela.

Elaboración: Propia

B. Materiales

- Molde

Figura N°168: Molde para Balerinas



Elaboración: Propia

Para iniciar el proceso de las bailarinas se deben diseñar diferentes moldes de cartón u otro material. En base a estos moldes se realizarán los cortes en las piezas textiles.

- Chaveta

Figura N°169: Chaveta para calzado



Elaboración: Propia

La chaveta es un instrumento filoso que se utiliza para cortar diferentes materiales.

- **Horma**

Figura N°170: Horma



Elaboración: Propia

La horma sirve para dar forma a la balerina y se utiliza como base al momento de unir los materiales.

- **Máquina de Coser**

Figura N°171: Máquina de Coser



Fuente: Sogorbmac. (2017). Maquinaria para calzado. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <http://www.sogorbmac.com/products/used/maquinaria-para-calzado-sogorbmac-maquina-de-aparar-aparado-marroquineria/maquinaria-para-calzado-maquina-aparar-coser-aparado-columna-de-brazo-reparacion-calzado-zapatero-remendon-zapatos-botas-arreglos-wr-2971-sogorbmac>

La máquina de coser sirve para unir las piezas del calzado a través de la costura.

- **Pegamento de Contacto Master Bond**

Figura N°172: Pegamento de Contacto Master Bond



Fuente: Novex. (2017). Pegamento de contacto para calzado 1/8 gal. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del https://www.novex.com.gt/producto/57354/PEGAMENTO-DE-CONTACTO-PARA-CALZADO--1_8-GAL

El pegamento a utilizarse es el Master Bond y sirve para unir la falsa y la capellada en una sola pieza.

- **Herramientas para elaborar balerinas**

Figura N°173: Herramientas para elaborar balerinas



Fuente: Chica Outlet. (2013). Mis zapatos: Chatitas con moño. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <http://chicaoutlet.blogspot.pe/2013/02/mis-zapatos-chatitas-con-mono.html>

Para elaborar las balerinas se requieren diferentes herramientas como: Martillo, clavos, regla, lápiz, cinta adhesiva, entre otras.

- **Suela de caucho**

Figura N°174: Suela de caucho



Elaboración: Propia

La suela a utilizarse será de caucho debido a su calidad y durabilidad.

- **Plantilla de Cuero**

Figura N°175: Plantilla de Cuero



Fuente: Muestra presentada por fabricantes de calzado en Acma

Elaboración: Propia

Las plantillas a utilizarse serán de cuero debido a su resistencia y comodidad.

- **Pieza Textil**

Figura N°176: Pieza Textil



Fuente: Muestra presentada por artesanos en la investigación de mercado
Elaboración: Propia

La pieza textil es una lliclla de 1.50 metros de ancho por 3 metros de largo, presenta diferentes colores y es elaborada de forma artesanal con el material alpacril.

Con cada pieza se pueden elaborar 30 pares de balerinas de cualquier talla, el tamaño del pedazo requerido para cada zapato es de 30 cm de ancho por 25 cm de largo.

Las piezas son manufacturadas en la provincia de Caylloma.

- **Pieza Textil con Bordados**

Figura N°177: Pieza Textil Bordada



Elaboración: Propia

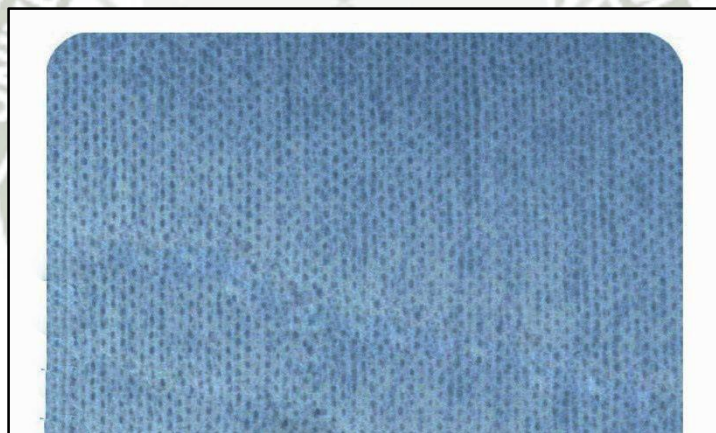
El bordado es de 5 cm de ancho por 5 cm de largo aproximadamente, presenta diferentes colores y es elaborada de forma artesanal con hilo.

Los bordados se encuentran elaborados en una pieza textil de hilo de color entero, dimensionada en 1.50 metros de ancho por 3 metros de largo, distribuidos de tal forma que entran 60 bordados correctamente posicionados, cada uno en un espacio de 30 cm de ancho por 25 cm de largo; de tal forma se pueden elaborar 30 pares de balerinas de color entero con bordados en la parte superior.

Las piezas son manufacturadas en la provincia de Caylloma.

- **Plasti Flex**

Figura N°178: Plasti Flex



Elaboración: Propia

El Plasti Flex es un material que sirve para reforzar la balerina, por lo cual la talonera y la puntera (entre la pieza textil y la badana) son hechas con este material.

La pieza de Plasti Flex es de 1.50 metros de ancho por 1 metro de largo, para un par de zapatos se requiere un pedazo de 30 cm de ancho por 20 cm de largo.

Con cada pieza de este material se pueden elaborar 12.5 pares de balerinas.

- **Badana**

Figura N°179: Badana



Elaboración: Propia

La badana es un material que se usa como forro interno, es el forro visible en las paredes internas de la balerina.

La pieza de Badana es de 1.50 metros de ancho por 1 metro de largo, para un zapato se requiere un pedazo de 30 cm de ancho por 25 cm de largo. Con cada pieza de este material se pueden elaborar 10 pares de balerinas.

- **Etiqueta**

Figura N°180: Etiqueta



Elaboración: Propia

Se utilizará una etiqueta con todas las medidas reglamentarias exigidas por Perú y por Chile, dicha etiqueta irá adherida a la suela.

- **Bolsa transparente**

Figura N°181: Bolsa transparente

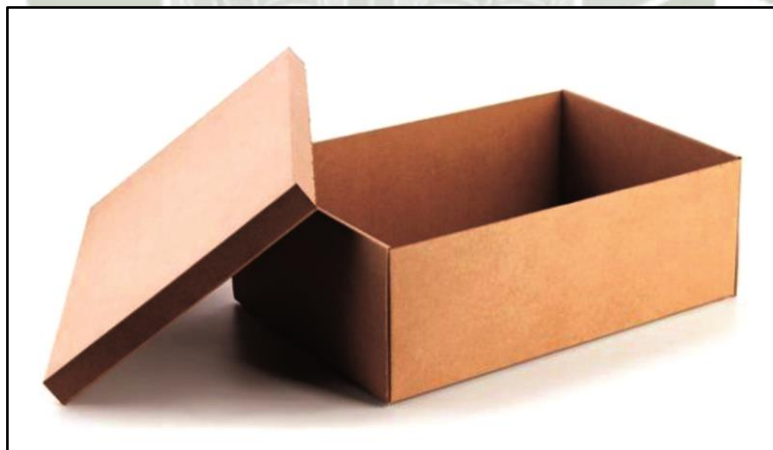


Elaboración: Propia

Se utilizarán bolsas transparentes de plástico para envolver las balerinas, de forma que estarán protegidas de la humedad u otros factores ambientales.

- **Caja de Cartón**

Figura N°182: Caja de Cartón



Elaboración: Propia

Se utilizarán cajas de cartón como empaque para las balerinas debido a su resistencia y facilidad de manipulación, es importante recalcar que dentro de las cajas estarán las balerinas envueltas en bolsas de plástico.

C. Dimensiones

La tienda de ropa y calzado ATLAS (2017) indica que las tallas de calzado para dama en el mercado chileno están regidas bajo el tallaje europeo. La siguiente tabla muestra las medidas equivalentes a las diferentes tallas de zapato para mujer.

Tabla N°116: Equivalencias de tallas de calzado para dama

Tallaje Europeo	35.5	36	36.5	37	37.5	38	39	40	40.5	41	41.5
Tallaje USA	5	5.5	6	6.5	7	7.5	8	8.5	9	9.5	10
Centímetros	22	22.5	23	23.5	24	24.5	25	25.5	26	26.5	27

Fuente: ATLAS. (2017). Guía de tallas de zapatos. Extraído el 24 de Marzo del 2017 del <http://atlasstoked.com/guia-tallas-calzado-new-balance>

Debido a la edad de las mujeres a las cuales se dirigirá el producto, lo recomendable es producir calzado entre la talla 36 y la 40, concentrando más la producción de tallas medias entre ambas medidas.

Respecto a la base de la balerina, esta no será totalmente plana. La altura de la parte del taco de la planta será de 2 centímetros para garantizar la mayor comodidad de las clientas, ya que tendrá amortiguamiento en el momento del impacto al caminar.

D. Modelo de las balerinas

Se tendrán dos colecciones de balerinas: balerinas de lliclla y balerinas con bordado.

La balerina de lliclla estará completa o parcialmente cubierta de la tela. Dicha pieza tendrá diseños incaicos o patrones étnicos elaborados por el diseñador en colaboración con los artesanos.

Figura N°183: Balerinas de lliclla



Elaboración: Propia

La balerina con bordado estará completamente cubierta de tela de un color sólido, con el fin de resaltar los detalles del bordado. Dicha pieza textil irá centrada y en la parte frontal de la balerina. El color base de la tela hará juego o contraste con el color del bordado.

Figura N°184: Balerinas con bordado



Elaboración: Propia

E. Nombre de la Marca

La Marca del calzado será el mismo nombre de la empresa: “Cabana Flats”.

La marca está inspirada en una de las dos culturas existentes en el Valle del Colca que son los Collaguas y los Cabanas.

Según la Asociación Civil Ñan Perú (2012, p. 53), ambas culturas tenían bordados vistosos, sin embargo, la cultura Cabana era la que más resaltaba entre ambas. Por otro lado, los collaguas utilizaban cintas para decorar sus sombreros, mientras que los Cabanas utilizaban únicamente bordados, que es el detalle principal en uno de los modelos del calzado de la empresa.

Es por ello que la elección de la palabra “Cabana” en combinación con “Flats” definen con el propio nombre el producto que la empresa ofrece y la relación que guarda con su procedencia.

F. Logotipo

Figura N°185: Logotipo de Cabana Flats



Elaboración: Propia

El logotipo está inspirado en colores y diseños utilizados en el arte y textiles étnicos.

G. Empaque y Presentación

El material de las cajas será cartón liso en su color original. Las medidas serán de 9cm de alto x 14 cm de ancho x 29 cm de largo. El logo de la marca estará impreso en la tapa y en dos costados opuestos de la caja.

El calzado irá embolsado dentro de la caja.

Figura N°186: Caja de las Balerinas



Elaboración: Propia

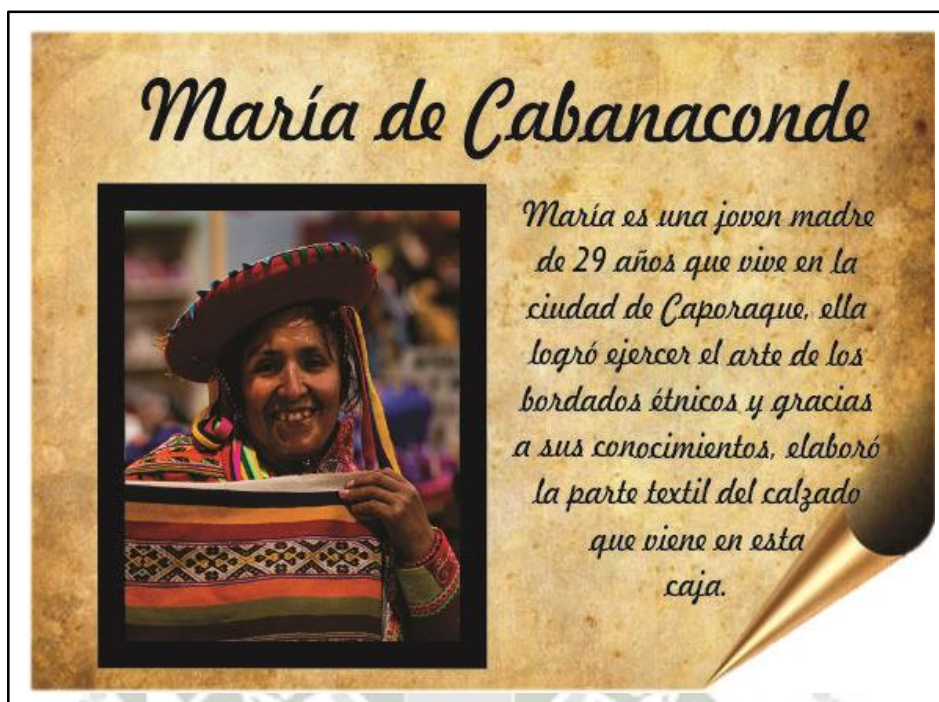
La contratapa de la caja llevará pegada la impresión de una pequeña reseña acerca de la vida y el oficio del tejedor que elaboro la pieza textil que lleva el calzado. Esta a su vez irá acompañada de una foto del artesano productor del tejido/bordado.

Figura N°187: Contratapa de la Caja de las Balerinas

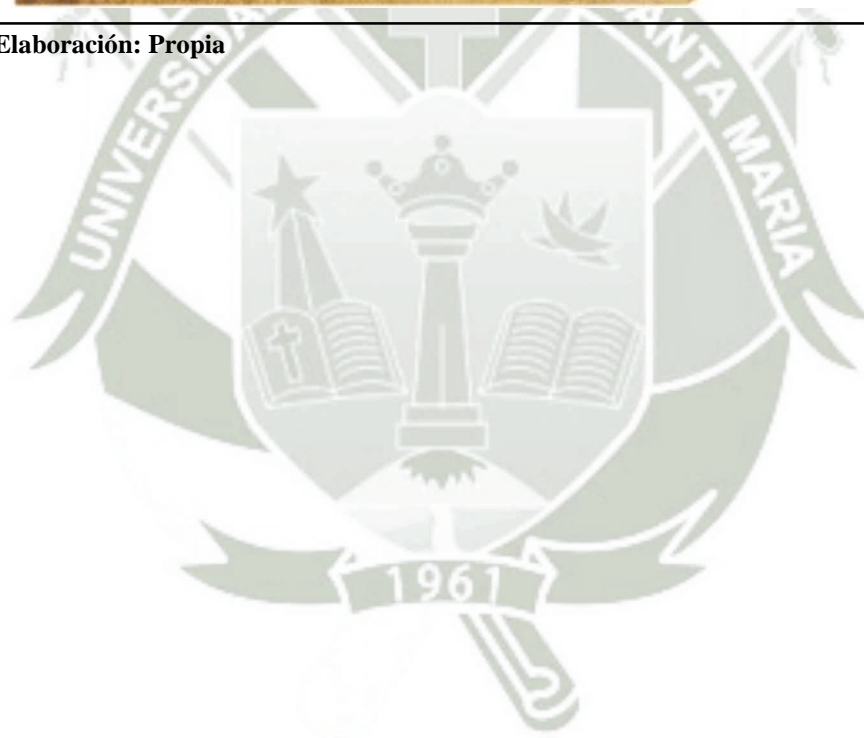


Elaboración: Propia

Figura N°188: Reseña del Artesano



Elaboración: Propia



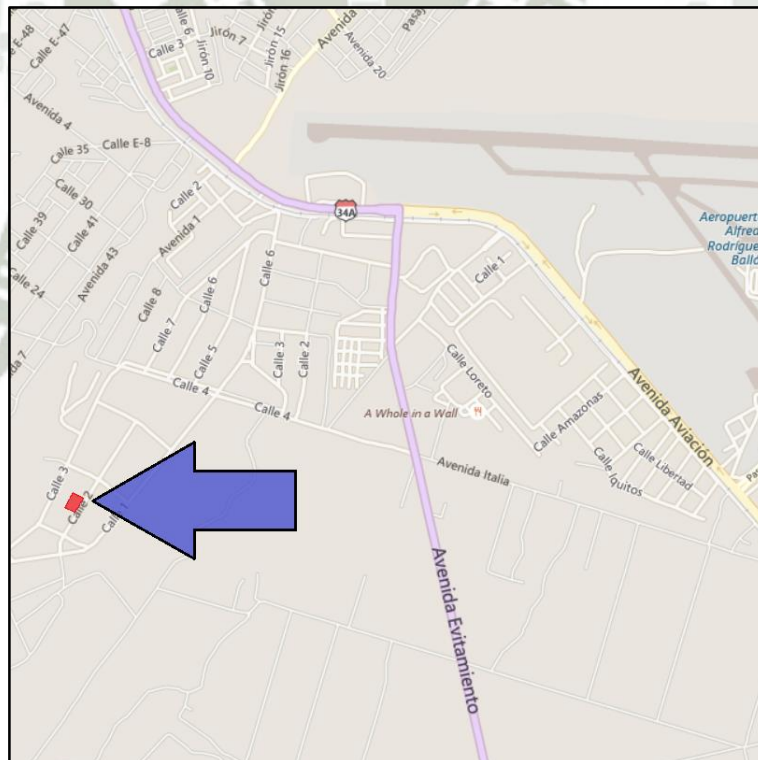
2.4. LOCALIZACIÓN

La empresa Cabana Flats se ubicará en la ciudad de Arequipa debido a la procedencia de la principal materia prima de la que son elaboradas las balerinas, y además de la disponibilidad de terrenos que existen en la ciudad. Para la elección de su localización en la ciudad, se presenta a continuación la evaluación de los principales factores que se tomaron en cuenta para elegir un local entre tres posibles lugares donde se puede situar una empresa semi-industrial.

Estas opciones se ubican en:

- Cerro Colorado (Parque Industrial - Río Seco D-2): S/. 4,000.00

Figura N°189: Mapa de Ubicación- Local Cerro Colorado



Elaboración: Propia

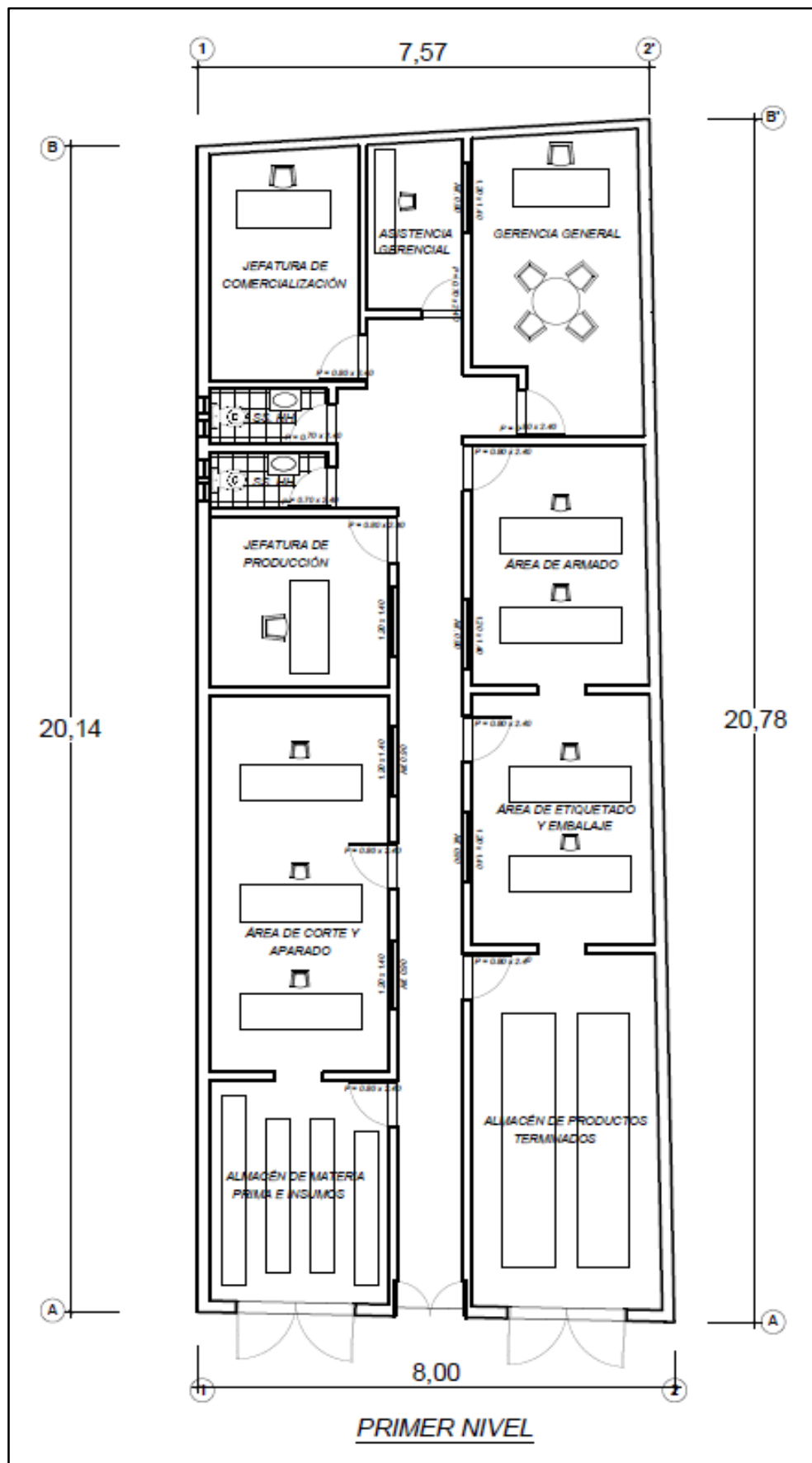
Tabla N°117: Evaluación para la localización de la empresa Cabana Flats

Factores	Lugares		
	Cerro Colorado	Sachaca	Paucarpata
1. Accesibilidad para la mano de obra	2	3	2
2. Accesibilidad para la obtención de materias primas e insumos	3	3	2
3. Cercanía a vías de acceso	3	3	2
4. Disponibilidad de servicios	3	3	3
5. Instalaciones listas para ser ocupadas	1	3	2
6. Facilidades para eliminación de desechos	2	2	1
7. Espacio para una buena distribución de la empresa	2	3	2
8. Cercanía al mercado	2	2	2
9. Flete	2	2	1
10. Recursos económicos necesarios para el arrendamiento	1	2	3
Puntuación Final:	21	26	20
<i>1: Débil</i>	<i>2: Regular</i>	<i>3: Fuerte</i>	

Elaboración: Propia

Conclusión: El lugar más recomendado para situar la empresa es el local en alquiler de Sachaca. Se distingue entre los otros dos locales por el hecho de no necesitar de mayores cambios en las instalaciones, puesto que estas están ya listas para ser ocupadas. Por otro lado la relación precio-espacio que ofrece es mejor aún que el local de Paucarpata, ya que si bien este es más barato, la distribución y el área no son los más adecuados para esta empresa. Por lo tanto, se elige Sachaca como la localización ideal para la empresa.

Figura N°192: Mapa de Distribución- Local Sachaca



Elaboración: Propia

2.5. ESTRATEGIAS

Tabla N°118: Estrategias

Tipo	Estrategia	Plan de Acción	Representación Gráfica	Recursos	Cantidad	Frecuencia	Costo Unitario	Costo Total
Producto	Diseñar productos originales de acuerdo a la naturaleza de los mismos	Primer producto: Balerinas cubiertas completa o parcialmente de tela (Iliclla)		Humanos y materiales	650 pares de zapatos	12 al año	S/.18.24	S/.142,272
		Segundo producto: Balerinas cubiertas de tela de un color sólido, con detalles bordados		Humanos y materiales	650 pares de zapatos	12 al año	S/.18.57	S/.144,846
	Personalizar el empaque del producto	La contratapa de la caja contará con una pequeña bibliografía del artesano que elaboró la parte textil de la ballerina		Servicios: Papel Sticker impreso	1,300 papeles sticker	12 al año	S/.0.60	S/.9,360
				Humanos: Diseñador	1 diseño	1 al año	S/.50	S/.50
Precio	Fijar precio óptimo para los segmentos de la población a los que va dirigido el producto	Escoger un precio de venta que oscile entre \$9.80 y \$10.20.		-	-	-	-	-
Promoción	Atraer la vista de los clientes finales hacia los productos de la empresa	Se entregarán estantes personalizados a cada tienda para exhibir las ballerinas de forma llamativa		Servicios: Estante personalizado	4 estantes	1 al año	S/.500	S/.2,000
	Informar a los clientes finales sobre el producto y sus beneficios	Se entregarán banners de diferente tamaño a las tiendas para que los distribuyan en lugares estratégicos		Servicios: Banner impreso	8 banners	2 al año	S/.300	S/.4,800
				Humanos: Diseñador	4 diseños	2 al año	S/.40	S/.320
Plaza	Facilitar a los clientes finales el acceso al producto a través de las grandes tiendas	Distribuir las ballerinas en tiendas como Saga Falabella y Ripley		-	-	-	-	-

Elaboración: Propia

2.6. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE COSTOS

2.6.1. Distribución de la Carga Laboral de la Empresa

Tabla N°119: Distribución de la Carga Laboral de la Empresa

Área	Cargo	Cantidad	Pago Mensual (S/.)	Veces al Año	Pago Anual (S/.)
Personal Administrativo					
Gerencia General	Gerente General	1	S/.1,400.00	13	S/.18,200.00
Gerencia General	Asistente Administrativo	1	S/.650.00	13	S/.8,450.00
Comercialización	Jefe de Comercialización	1	S/.1,000.00	13	S/.13,000.00
SUBTOTAL		3	S/.3,050.00		S/.39,650.00
Mano de Obra Directa					
Producción	Técnico en calzado	4	S/.750.00	13	S/.39,000.00
SUBTOTAL		4	S/.750.00		S/.39,000.00
Mano de Obra Indirecta					
Producción	Jefe de Producción	1	S/.1,000.00	13	S/.13,000.00
SUBTOTAL		1	S/.1,000.00		S/.13,000.00
TOTAL		8	S/.4,800.00		S/.91,650.00

Elaboración: Propia

El Personal Administrativo está dividido en:

- Gerente General: Contará con un sueldo mensual de S/.1,400.00, este sueldo es fijo y aumentará en un 3.9% cada año, al año recibirá 13 sueldos debido a las gratificaciones de medio sueldo en julio y diciembre ganando anualmente S/.18,200.00.
- Asistente Administrativo: Contará con un sueldo mensual de S/.650.00, este sueldo es fijo y aumentará en un 3.9% cada año, al año recibirá 13 sueldos debido a las gratificaciones de medio sueldo en julio y diciembre ganando anualmente S/.8,450.00.
- Jefe de Comercialización: Contará con un sueldo mensual de S/.1,000.00, este sueldo es fijo y aumentará en un 3.9% cada año, al año recibirá 13 sueldos debido a las gratificaciones de medio sueldo en julio y diciembre ganando anualmente S/.13,000.00.

La suma anual de los pagos del Personal Administrativo asciende a un monto de S/.39,650.00.

La Mano de Obra Directa se divide únicamente entre los 4 técnicos de calzado, quienes recibirán un pago mensual de S/.750.00 que aumentará en un 3.9% cada año, al año recibirán 13 sueldos debido a las gratificaciones de medio sueldo en julio y diciembre.

El pago anual a realizarse por los 4 técnicos es de S/.39,000.00.

La Mano de Obra Indirecta se encuentra representada por el Jefe de Producción, quien recibirá un pago mensual de S/.1,000.00 que aumentará en un 3.9% cada año, al año recibirá 13 sueldos debido a las gratificaciones de medio sueldo en julio y diciembre.

El pago anual a realizarse por el Jefe de Producción es de S/.13,000.00.

2.6.2. Beneficios Sociales de la Carga Laboral de la Empresa

Tabla N°120: Beneficios Sociales de la Carga Laboral de la Empresa

Área	Cargo	Cantidad	Pago Mensual (S/.)	Veces / Año	45.33% BS	Pago Anual (S/.)
Personal Administrativo						
Gerencia General	Gerente General	1	S/.1,400.00	13	45.33%	S/.8,250.67
Gerencia General	Asistente Administrativo	1	S/.650.00	13	45.33%	S/.3,830.67
Comercialización	Jefe de Comercialización	1	S/.1,000.00	13	45.33%	S/.5,893.33
SUBTOTAL		3	S/.3,050.00			S/.17,974.67
Mano de Obra Directa						
Producción	Técnico en calzado	4	S/.750.00	13	45.33%	S/.17,680.00
SUBTOTAL		4	S/.750.00			S/.17,680.00
Mano de Obra Indirecta						
Producción	Jefe de Producción	1	S/.1,000.00	13	45.33%	S/.5,893.33
SUBTOTAL		1	S/.1,000.00			S/.5,893.33
TOTAL		8	S/.4,800.00			S/.41,548.00

Elaboración: Propia

Los Beneficios Sociales del Personal en general se dividen en los siguientes:

- AFP: El promedio del AFP a considerarse es el 11% del pago mensual.

- Seguro Social: El Seguro Social a utilizarse es el de EsSalud y representa el 9% del pago mensual.
- CTS: El promedio a considerarse para la CTS es el 5% del pago mensual más el 12% de las gratificaciones, en vista que las dos gratificaciones tienen el monto de un pago mensual, se suman ambos promedios y la CTS representa un promedio del 17%.
- Vacaciones truncas: El promedio de las vacaciones truncas por mes es el 8.33% del pago mensual.

La suma de los Beneficios Sociales del Personal de Administración representa al año entre los tres trabajadores una suma de S/.17,974.67. Para la Mano de Obra Directa, la cifra de los Beneficios Sociales al año entre los cuatro trabajadores representa una suma de S/.17,680.00. En el caso de la Mano de Obra Indirecta, la cifra de los Beneficios Sociales al año representa una suma de S/.5,893.33.

2.6.3. Gastos Operativos

Tabla N°121: Gastos Operativos

Concepto	Cantidad Anual	Costo Mensual (S/.)	Costo Anual (S/.)
Externos			
Diseñador de calzado	12	S/.800.00	S/.9,600.00
Responsable de Compras	12	S/.300.00	S/.3,600.00
Contador	12	S/.50.00	S/.600.00
SUBTOTAL		S/.1,150.00	S/.13,800.00
Transporte			
Transporte: Caylloma - Arequipa	12	S/.100.00	S/.1,200.00
Transporte de productos al terminal	12	S/.100.00	S/.1,200.00
SUBTOTAL		S/.200.00	S/.2,400.00
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo			
Mantenimiento Área Administrativa	1	S/.250.00	S/.250.00
Mantenimiento Área de Producción	1	S/.300.00	S/.300.00
SUBTOTAL		S/.550.00	S/.550.00
Servicios			
Consumo de Energía Eléctrica	12	S/.137.08	1,644.91
Consumo de Agua	12	S/.100.00	1,200.00
SUBTOTAL		S/.237.08	S/.2,844.91
TOTAL		S/.2,137.08	S/.19,594.91

Elaboración: Propia

El Personal Externo se divide en:

- Diseñador de Calzado: Diseña el modelo del calzado, establece el tamaño, color y el tipo de bordado. Diseña cómo será seccionada la tela y el molde que se usará para cortarla, según lo que la talla de la balerina requiera.

El diseñador de calzado cobrará S/.80.00 por diseño, al mes se necesitarán 10 nuevos diseños que se pagarán con factura; generando un costo anual de S/.9,600.00.

- Responsable de Compras: Se encarga de acopiar y transportar las llicllas y bordados de Caylloma a Arequipa, realiza un viaje mensual ida y vuelta de Arequipa – Caylloma.

El responsable de compras cobrará S/.300.00 mensualmente, se le pagará con Recibo por Honorarios, generando un costo anual de S/.3,600.00.

- Contador: Lleva las cuentas de la empresa. Realiza el análisis contable de la empresa.

El Contador prestará sus servicios una vez al mes por la cantidad de S/.50.00, se le pagará con Recibo por Honorarios generando un costo anual de S/.600.00.

La suma del Personal Externo representa al año una suma exacta de S/.13,800.00.

Los costos de transporte consisten en dos principales factores. El primero es el viaje que realizará el responsable de compras a Caylloma, con el fin de seleccionar y verificar el buen estado del material textil que se utilizará para la elaboración del calzado. Este comprende el precio del pasaje en bus o van hasta Caylloma (ida y vuelta), el precio de carga de los materiales Caylloma - Arequipa y los viáticos que demande un día de estancia en dicha provincia (alimentos, pasajes).

El segundo factor es el transporte del producto terminado en una camioneta al terminal donde se embarque la mercadería al país de destino.

El costo anual por transporte es de S/.2,400.00.

Se pagarán S/250.00 por un mantenimiento anual de la impresora y las 4 computadoras existentes en el área administrativa; mientras que en el área de producción sólo se hará mantenimiento de la máquina de coser industrial y también será una vez al año.

El costo anual por mantenimiento de maquinaria y equipo es de S/550.00.

Para Servicios se realizó un cálculo promedio del que vendría a ser el recibo de luz de la empresa. Considerando la potencia que demanda la máquina de coser industrial (250W) y que funcionará 6 horas al día aproximadamente, esta no tiene mayor impacto en el costo de energía (S/21.71). Sin embargo, sumando el consumo del área administrativa, alumbrado público entre otros, este monto se eleva a S/137.08 mensuales aproximadamente.

El costo anual por servicios es de S/2,844.91.

2.6.4. Gastos de Marketing

Tabla N°122: Gastos de Marketing

Descripción		Cantidad	Frecuencia Anual	Costo Unitario (S/.)	C. Total Anual (S/.)
Promoción y publicidad	Estantes personalizados	4	1	S/500.00	S/2,000.00
	Banners impresos	8	2	S/300.00	S/4,800.00
	Diseñador de banners	4	2	S/40.00	S/320.00
Producto	Diseñador de gráficos	1	1	S/50.00	S/50.00
TOTAL				S/890.00	S/7,170.00

Elaboración: Propia

Los gastos de Marketing están ligados directamente a los gastos de las Estrategias de la Empresa, en primer lugar se entregarán estantes personalizados a las 4 tiendas con las que se pretende negociar, cada estante cuesta S/500.00 lo que genera un costo anual de S/2,000.00; en segundo lugar se entregarán banners impresos con un costo de S/300.00 por unidad, generando un costo anual de S/4,800, para

realizar dichos banners se debe contratar un diseñador que cobrará anualmente S/.320.00; para el producto se contratará un diseñador de gráficos que elaborará los diseños que se presentarán en la caja y su costo anual es de S/.50.00 ya que solo realizará una plantilla a utilizarse. El costo total de Gestión al año es de S/.16,530.00.

2.6.5. Inversión

Tabla N°123: Inversión

Descripción	Cantidad	Costo Unitario (S/.)	Inversión (S/.)
Inversión Equipos			
Maquinaria Área Administrativa			
Computadoras	4	S/.1,150.00	S/.4,600.00
Impresora	1	S/.199.00	S/.199.00
Maquinaria Área de Producción			
Máquina de coser	1	S/.1,000.00	S/.1,000.00
SUBTOTAL		S/.2,349.00	S/.5,799.00
Trámites			
Licencia Funcionamiento	1	S/.277.00	S/.277.00
Certificado de Seguridad	1	S/.161.95	S/.161.95
Minuta y Escritura	1	S/.300.00	S/.300.00
Registros Públicos	1	S/.300.00	S/.300.00
Indecopi - Registro de Marca	1	S/.534.99	S/.534.99
SUBTOTAL		S/.1,573.94	S/.1,573.94
Mobiliario			
Área Administrativa			
Combo: Escritorio + Silla	4	S/.199.00	S/.796.00
Área de Producción			
Sillas Duraplast	4	S/.19.90	S/.79.60
Mesas de Trabajo	5	S/.129.90	S/.649.50
Estantería de Almacén	6	S/.159.90	S/.959.40
SUBTOTAL		S/.508.70	S/.2,484.50
Alquiler			
Alquiler Local Sachaca 200 m2	12	S/.1,200.00	S/.14,400.00
SUBTOTAL		S/.1,200.00	S/.14,400.00
TOTAL		S/.5,631.64	S/.24,257.44

Elaboración: Propia

Para Inversión de Equipo se comprarán 4 computadoras completas marca ACER con un Disco Duro de 320 Gb para el área administrativa, las cuales serán usadas por el Gerente General, el Asistente Administrativo, el Jefe de Comercialización y el Jefe de Producción. La impresora marca Brother estará a disposición de cualquier trabajador administrativo.

Por otro lado, se eligió la máquina de coser industrial marca Yamata, ya que esta es especial para hacer el pespunte del calzado y tiene un consumo bajo de energía.

Los tramites a realizarse empezarán primero por la Licencia de Funcionamiento y el Certificado de Seguridad en la Municipalidad de Sachaca, el primero con un costo de S/.277.00, el segundo con un costo de S/.161.95, cabe resaltar que este costo depende de la cantidad de metros que tiene el establecimiento; por otro lado la Minuta y Escritura Pública se formaliza a través de un Notario con un costo de S/.300.00, la inscripción de Registros Públicos también es de S/.300.00 y el Registro de Marca en Indecopi es de S/.534.99.

Para el área administrativa será necesario contar con 4 escritorios y sillas los cuales tienen un precio de S/.199.00 por juego (silla + escritorio).

En el área de producción serán necesarias 4 sillas marca Duraplast, 5 mesas de trabajo para los técnicos y estanterías para almacenar allí las cajas de zapatos terminados, materiales, insumos, entre otros.

El costo total para Mobiliario es de S/.2,484.50.

El Alquiler del local de Sachaca mide 200 m² por tal motivo el costo mensual es de S/.1 200.00, costo que abarca el total de las instalaciones de la primera planta del local, el costo anual a realizarse es de S/.14,400.00.

Figura N°193: Computadora



Fuente: Portal Mercado Libre. Extraído el 15 de abril del 2017 del http://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-419793281-computadora-completa-nueva-con-garantia-envio-gratuito-_JM

Figura N°194: Impresora



Fuente: Portal Saga Falabella. Extraído el 15 de abril del 2017 del <http://www.falabella.com.pe/falabella-pe/product/15724453/Impresora-Laser-Monocromatica-HL1202?navAction=push>

Figura N°195: Máquina de Coser Industrial



Fuente: Portal Mercado Libre. Extraído el 15 de abril del 2017 del [http://listado.mercadolibre.com.pe/maquina-de-coser-industrlal#D\[A:maquina-de-coser-industrlal\]](http://listado.mercadolibre.com.pe/maquina-de-coser-industrlal#D[A:maquina-de-coser-industrlal])

Figura N°196: Combo: Escritorio + Silla y Sillas Duraplast



Fuente: Fotografía en Tienda Maestro
Fotografía en Tienda Metro
Elaboración: Propia

Figura N°197: Mesa de Trabajo

The screenshot shows the product page for a wooden work table. At the top left is the Sodimac logo, and at the top right is a link for 'Inicia sesión / Registro'. The product title is 'Mesa de trabajo de madera 120x60cm Home Collection' with SKU 236533-2. Below the title is a social media icon set. A large image of the table is on the left. To the right, the price is listed as 'S/ 129.90 C/U'. Below the price is a quantity selector set to '1' with '+' and '-' buttons. To the right of the quantity are two buttons: 'Agregar al carro' (Add to cart) and 'Agregar a mi lista' (Add to my list).

Fuente: Portal Sodimac. Extraído el 15 de abril del 2017 del <http://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/2365332/Mesa-de-trabajo-de-madera-120x60cm/2365332>

Figura N°198: Estantería de Almacén

The screenshot shows the product page for a metal warehouse shelf. At the top left is the Sodimac logo, and at the top right is a link for 'Inicia sesión / Registro'. Below the logo is a navigation bar with a back arrow, the text 'Volver a resultados', and 'Estante metal SKU: 1552554'. To the right of this is a price tag 'S/ 159.90 C/U'. Below the navigation bar is a large image of the shelf. To the right of the image, the product title is 'Estante metal Meridian' with SKU 155255-4. Below the title, it says 'Producto sin stock online' and '¿Quieres ver productos similares?' with a link 'Ver Imbatibles y combos'.

Fuente: Portal Sodimac. Extraído el 15 de abril del 2017 del <http://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/search/?Ntt=estante+metal+meridian>

2.6.6. Materiales

Tabla N°124: Materiales

Materiales	Cantidad	Costo Unitario (S/.)	Frecuencia Anual	Costo Total (S/.)
Chavetas	4	S/20.00	4	S/320.00
Martillo	4	S/18.90	1	S/75.60
Clavos	40,000	S/0.016	12	S/7,680.00
Alicate	2	S/29.90	1	S/59.80
Tijeras	4	S/15.00	2	S/120.00
Horma talla 36	4	S/15.00	2	S/120.00
Horma talla 37	4	S/15.00	2	S/120.00
Horma talla 38	4	S/15.00	2	S/120.00
Horma talla 39	4	S/15.00	2	S/120.00
Horma talla 40	2	S/15.00	3	S/90.00
Huinchas	4	S/7.80	1	S/31.20
Hilo	1	S/279.00	6	S/1,674.00
Combo: Escoba y recogedor	1	S/13.90	2	S/27.80
Basurero	10	S/24.90	1	S/249.00
Combo: Clorox + Pinesol	1	S/15.50	6	S/93.00
Papel higiénico	1	S/42.90	6	S/257.40
Útiles de escritorio	1	S/30.00	4	S/120.00
Hojas Bond (Medio millar)	1	S/10.90	6	S/65.40
Papel Sticker	1,300	S/0.60	12	S/9,360.00
Guantes de trabajo	4	S/14.50	2	S/116.00
TOTAL	41,356	S/598.82		S/20,819.20

Elaboración: Propia

Para realizar el calzado será necesario contar con varios materiales, de los cuales algunos serán reemplazados con cierta frecuencia debido al desgaste que sufrirán dependiendo de su uso. Así se tienen las chavetas con las que se cortan las piezas del calzado, el alicate, el martillo y los clavos con los que se une la capellada a la falsa, las tijeras y huinchas para uso general en el área de producción, las hormas con las que se da forma al calzado y el hilo utilizado por la máquina de coser.

Entre otros insumos necesarios se tiene el papel Bond para el área administrativa y los artículos de aseo necesarios para realizar el mantenimiento de todos los ambientes.

Figura N°199: Martillo y Clavos



Fuente: Fotografías en Tienda Maestro
Elaboración: Propia

Figura N°200: Alicates y Huincha



Fuente: Fotografías en Tienda Maestro
Elaboración: Propia

Figura N°201: Horma



Fuente: Portal Mercado Libre. Extraído el 15 de abril del 2017 del http://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-422764434-hormas-de-zapatos-de-madera-vintage-antiguas-_JM

Figura N°202: Combo: Escoba + Recogedor y Basurero



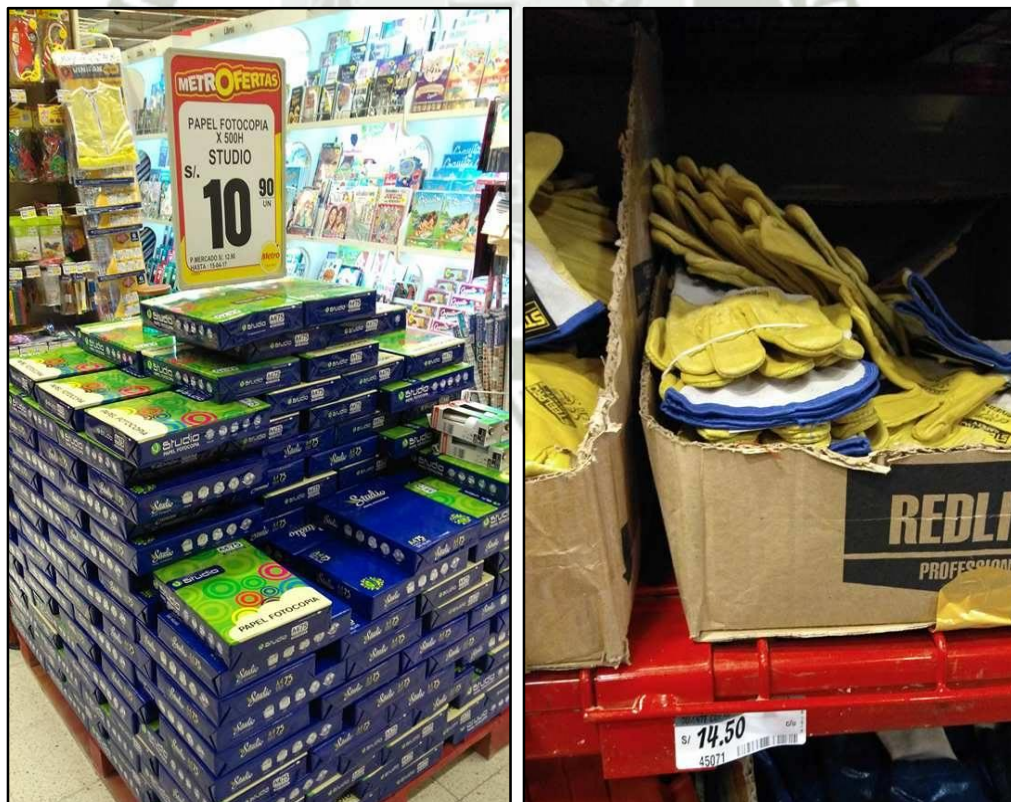
Fuente: Fotografías en Tienda Maestro
Elaboración: Propia

Figura N°203: Combo: Clorox + Pinesol y Papel Higiénico



Fuente: Fotografías en Tienda Maestro
Elaboración: Propia

Figura N°204: Hojas Bond y Guantes de Trabajo



Fuente: Fotografías en Tienda Metro
Elaboración: Propia

2.6.7. Materia Prima

Tabla N°125: Materia Prima

Materia Prima	Unidades requeridas por par de balerinas	Precio por par de Balerinas de Lliclla (S/.)	Precio por par de Balerinas con Bordado(S/.)	650	650	Al Mes
				balerinas	balerinas	Costo Total por 1300 pares de balerinas (S/.)
Plasti Flex	1: 20cm x 60cm	S/.0.80	S/.0.80	650	650	S/.1,040
Badana	1: 25cm x 60cm	S/.2.00	S/.2.00	650	650	S/.2,600
Plantillas	Par	S/.2.00	S/.2.00	650	650	S/.2,600
Suelas	Par	S/.8.25	S/.8.25	650	650	S/.10,725
Pegamento de contacto	60 gramos	S/.0.66	S/.0.66	650	650	S/.858
Lliclla	1: 25cm x 60cm	S/.1.33	S/.0.00	650	0	S/.865
Tela con bordado	1: 25cm x 60cm	S/.0.00	S/.1.66	0	650	S/.1,079
Etiqueta	Par	S/.0.14	S/.0.14	650	650	S/.182
Caja	Unidad	S/.3.00	S/.3.00	650	650	S/.3,900
Bolsa transparente	Unidad	S/.0.06	S/.0.06	650	650	S/.78
TOTAL		S/.18.24	S/.18.57			S/.23,926.50

Elaboración: Propia

Para realizar un par de balerinas se necesita una pieza de tela bordada o lliclla de 25cm x 60cm, una pieza de 20cm x 60cm de Plasti Flex, una pieza de 20cm x 60cm de badana, un par de plantillas, un par de suelas, 60 gramos aproximadamente de pegamento de contacto, un par de etiquetas, una caja y una bolsa transparente.

Tomando en cuenta los costos de la materia prima detallada en el cuadro, el precio de cada par de balerinas hechas de lliclla es de S/.18.24

y de cada balerina bordada es de S/.18.57. Produciendo 1,300 balerinas al mes (650 de cada tipo, divididos en tallas 36, 37, 38, 39 y 40) se calcula un costo total de S/. 23,926.50 al mes, es decir, S/.287,118.00 al año.

2.6.8. Ingresos

Tabla N°126: Ingresos Mensuales

Producto Exportación	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total (S/.)
Balerinas de Lliclla	650 pares	S/.32.50	S/.21,125.00
Balerinas con Bordado	650 pares	S/.33.50	S/.21,775.00
TOTAL	1,300 pares		S/.42,900.00

Elaboración: Propia

Tabla N°127: Ingresos Mensuales por Producto

Producto Exportación	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total (S/.)
Balerinas de lliclla talla 36	140 pares	S/.32.50	S/.4,550.00
Balerinas de lliclla talla 37	140 pares	S/.32.50	S/.4,550.00
Balerinas de lliclla talla 38	140 pares	S/.32.50	S/.4,550.00
Balerinas de lliclla talla 39	140 pares	S/.32.50	S/.4,550.00
Balerinas de lliclla talla 40	90 pares	S/.32.50	S/.2,925.00
Balerinas con bordado talla 36	140 pares	S/.33.50	S/.4,690.00
Balerinas con bordado talla 37	140 pares	S/.33.50	S/.4,690.00
Balerinas con bordado talla 38	140 pares	S/.33.50	S/.4,690.00
Balerinas con bordado talla 39	140 pares	S/.33.50	S/.4,690.00
Balerinas con bordado talla 40	90 pares	S/.33.50	S/.3,015.00
TOTAL	1,300 pares		S/.42,900.00

Elaboración: Propia

Los Ingresos se dividen por cada tipo de Balerina a vender, como se observa en la tabla 127 se fabricarán 10 tipos de balerinas divididas en tallas y en balerinas de lliclla o balerinas con bordado, el costo unitario de las balerinas de lliclla es de S/. 32.50, mientras que el costo de las balerinas con bordado es de S/. 33.50, lo que genera un ingreso mensual de S/. 42,900.00 entre las 1,300 balerinas a venderse.

Tabla N°128: Ingresos Anuales

Ingreso por 1300 pares de balerinas al mes (S/.)	Frecuencia	Ingreso Total por pares de balerinas al año (S/.)
S/.42,900.00	12 al año	S/.514,800.00

Elaboración: Propia

Los ingresos mensuales deben multiplicarse por 12 meses, lo que generaría un ingreso anual de S/.514,800.00.

2.6.9. Impuesto a la Renta

Tabla N°129: Impuesto a la Renta

Detalle	Cantidad	Valor
Impuesto Renta	1	27.00%
TOTAL	1	27.00%

Elaboración: Propia

El Impuesto a la Renta se paga de forma anual y en el año en curso representa el 27% de la Utilidad Antes de Impuestos.

2.6.10. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla N°130: Estado de Pérdidas y Ganancias (S/.)

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
* VENTAS NETAS	S/.514,800.00	S/.514,800.00	S/.514,800.00	S/.514,800.00	S/.514,800.00
* (-) COSTO DE VENTAS	S/.365,017.20	S/.365,017.20	S/.365,017.20	S/.365,017.20	S/.365,017.20
DEPRECIACIÓN S/.400.00					
UTILIDAD BRUTA	S/.149,782.80	S/.149,782.80	S/.149,782.80	S/.149,782.80	S/.149,782.80
* (-) GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	S/.104,782.91	S/.119,182.91	S/.119,182.91	S/.119,182.91	S/.119,182.91
DEPRECIACIÓN S/.1,500.00					
* (-) GASTO DE EXPORTACIÓN	S/.13,000.00	S/.13,000.00	S/.13,000.00	S/.13,000.00	S/.13,000.00
DEPRECIACIÓN S/.0.00					
UTILIDAD DE OPERACIÓN	S/.31,999.89	S/.17,599.89	S/.17,599.89	S/.17,599.89	S/.17,599.89
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTOS	S/.31,999.89	S/.17,599.89	S/.17,599.89	S/.17,599.89	S/.17,599.89
* (-) REMUNERACION INVERSIONISTAS (7%)	S/.2,239.99	S/.1,231.99	S/.1,231.99	S/.1,231.99	S/.1,231.99
SUB-TOTAL	S/.29,759.90	S/.16,367.90	S/.16,367.90	S/.16,367.90	S/.16,367.90
IMPUESTO A LA RENTA (27%)	S/.8,035.17	S/.4,419.33	S/.4,419.33	S/.4,419.33	S/.4,419.33
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	S/.21,724.73	S/.11,948.57	S/.11,948.57	S/.11,948.57	S/.11,948.57

Elaboración: Propia

En el Estado de Pérdidas y Ganancias se incluirá la depreciación de los activos distribuidos en las diferentes áreas, para costo de ventas se incluirá una depreciación de S/.400.00, mientras que al gasto de administración y ventas le corresponde una depreciación de S/.1,500.00, por último, el gasto de exportación no presenta depreciación.

2.6.11. Flujo de Caja Económico

Tabla N°131: Flujo de Caja Económico (S/.)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS						
* Ingreso por Ventas		S/.514,800.00	S/.514,800.00	S/.514,800.00	S/.514,800.00	S/.514,800.00
TOTAL INGRESOS (I)		S/.514,800.00	S/.514,800.00	S/.514,800.00	S/.514,800.00	S/.514,800.00
II. EGRESOS						
* Egresos de Producción		S/.364,617.20	S/.364,617.20	S/.364,617.20	S/.364,617.20	S/.364,617.20
* Egresos de Administración y ventas		S/.103,282.91	S/.117,682.91	S/.117,682.91	S/.117,682.91	S/.117,682.91
* Egresos de Exportación		S/.13,000.00	S/.13,000.00	S/.13,000.00	S/.13,000.00	S/.13,000.00
TOTAL EGRESOS (II)		S/.480,900.11	S/.495,300.11	S/.495,300.11	S/.495,300.11	S/.495,300.11
SUBTOTAL 1 (I - II)		S/.33,899.89	S/.19,499.89	S/.19,499.89	S/.19,499.89	S/.19,499.89
(-) Remuneración Inversionistas		S/.2,239.99	S/.1,231.99	S/.1,231.99	S/.1,231.99	S/.1,231.99
(-) Impuestos		S/.8,035.17	S/.4,419.33	S/.4,419.33	S/.4,419.33	S/.4,419.33
SUBTOTAL 2		S/.23,624.73	S/.13,848.57	S/.13,848.57	S/.13,848.57	S/.13,848.57
* INVERSION INICIAL	S/.-24,257.44					
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	S/.-24,257.44	S/.23,624.73	S/.13,848.57	S/.13,848.57	S/.13,848.57	S/.13,848.57

Elaboración: Propia

El Flujo de Caja cuenta con una inversión inicial en el año 0 valorizada en S/.24,257.44, para el primer año se logra un flujo de caja de S/.23,624.73, sin embargo para los años 2 al 5, el flujo disminuye debido al pago del alquiler del local, dicho pago no se realiza en el primer año ya que se encuentra contenido en la inversión inicial.

Por último, al concluir los 5 años de funcionamiento, todos los activos de la empresa serán desechados.

2.6.12. Indicadores Económicos

2.6.12.1. Costo de Oportunidad de Capital(COK)

Figura N°205: Fórmula del Costo de Oportunidad de Capital

$$k_{proy} = r_f + \beta_{proy} \times [r_m - r_f]$$

Fuente: Gestión. (2017). Aspectos prácticos para determinar la tasa de descuento de un proyecto. Extraído el 23 de Abril del 2017 del <http://blogs.gestion.pe/deregresoalobasico/2012/02/aspectos-practicos-para-determ.html>

Elaboración: Propia

Tabla N°132: Costo de Oportunidad de Capital

Riesgo País - Perú	r_f	5.09%
Prima de Mercado - Sector Industria Textil	r_m	6.25%
Beta del Sector - Sector Industria Textil	β_{proy}	0.84
Costo de Oportunidad de Capital (COK)		6%

Fuente: Paredes, I. Ochoa, J. Watanabe, L. (2009). Compañía Industrial Textil Credisa. Única edición. Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú. p. 1.
[http://www.latinburkenroad.com/docs/BRLA%20Creditexes%20\(200904%20English\).pdf](http://www.latinburkenroad.com/docs/BRLA%20Creditexes%20(200904%20English).pdf).

Elaboración: Propia

Como se observa en la tabla anterior, el Costo de Oportunidad de Capital para la Empresa es del 6%, lo que significa que existe un 6% de riesgo en la creación de la Empresa.

2.6.12.2. Valor Actual Neto (VAN)

Tabla N°133: Valor Actual Neto

VAN	S/. 43,300.55
------------	----------------------

Elaboración: Propia

El Valor Actual Neto (VAN) del proyecto de producción y exportación de balerinas es de S/.43,300.55. Siendo este valor mayor a cero, se deduce que sí es recomendable proceder con la inversión del proyecto ya que el VAN indica que se obtendrá ganancias del mismo.

El Costo de Oportunidad de Capital (COK) utilizado en este ejercicio es del 6%.

2.6.12.3. Ratio Beneficio / Costo (B/C)

Tabla N°134: Ratio Beneficio / Costo

B/C	1.02
------------	-------------

Elaboración: Propia

Siendo el ratio beneficio costo (B/C) mayor a 1, se decide realizar el proyecto ya que esto indica que el valor presente de los flujos de beneficio es mayor al valor presente de los flujos de costos, por lo tanto, se está obteniendo un beneficio.

2.6.12.4. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla N°135: Tasa Interna de Retorno

TIR	70%
------------	------------

Elaboración: Propia

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es 70%, siendo comparada con el COK (6%), se observa que es mayor, lo que significa que la empresa es rentable, con una gran capacidad para recuperar la inversión inicial y generar oportunidades para reinvertir en el proyecto a futuro.

2.6.12.5. Periodo de Recuperación (PRI)

Tabla N°136: Periodo De Recuperación

PRI	Meses	Días
	19	586

Elaboración: Propia

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es de 1 año y 7 meses. Lo que significa que en ese periodo de tiempo se habrá recuperado el valor total de la inversión a valor presente.

2.6.13. Punto de Equilibrio

2.6.13.1. Punto de Equilibrio Monetario

Tabla N°137: Punto de Equilibrio Monetario

Punto de Equilibrio	PE	406,817.70
Costos Fijos Totales	CFT	36,327.44
Costos Variables Totales	CVT	468,830.11
Ventas Totales	VT	514,800.00

Elaboración: Propia

Como se puede observar en la tabla el punto de equilibrio monetario es de S/. 406,817.70, significa que se necesita generar dicha cantidad anual de ingresos para cubrir todos los egresos realizados por la empresa, sin generar ganancia.

2.6.13.2. Punto de Equilibrio en Unidades Producidas

Tabla N°138: Punto de Equilibrio en Unidades Producidas

Punto de Equilibrio	PE	12,328
Unidades Producidas	UP	15,600
Costos Fijos Totales	CFT	36,327.44
Ventas Totales	VT	514,800.00
Costos Variables Totales	CVT	468,830.11

Elaboración: Propia

Como se observa en la tabla el punto de equilibrio en Unidades Producidas es de 12,328 pares de balerinas, significa que se necesita fabricar dicha cantidad anual de pares de zapatos para cubrir todos los egresos realizados por la empresa, es decir no existe perdidas, ni ganancias.

CONCLUSIONES

- PRIMERA:** Habiendo encontrado el Valor Actual Neto (S/.43,300.55) del proyecto y siendo este positivo, se concluye que el negocio de producción y exportación de balerinas a Chile es rentable, por lo tanto, sí es conveniente invertir en el presente proyecto generando beneficios económicos.
- SEGUNDA:** Definida la Tasa Interna de Retorno (70%) del proyecto se deduce que este es rentable.
La empresa cuenta con capacidad para recuperar su inversión inicial.
- TERCERA:** Previamente elaborado el análisis de costo beneficio, se obtuvo que el ratio B/C es de 1.02, por lo tanto se deduce que el beneficio es mayor que el costo demandado por la empresa según el ratio.
- CUARTA:** Habiendo hallado el Punto de Equilibrio para el presente trabajo de investigación, se concluyó que el Punto de Equilibrio Monetario es de S/.406,817.70, lo que equivale al Punto de Equilibrio Físico representado en 12,328 pares de balerinas exportadas al año, esto significa que con dicha cantidad monetaria y física, la empresa no genera ganancias ni pérdidas, es decir, los ingresos cubren los egresos.
- QUINTA:** Realizada la Investigación de Mercado en el presente trabajo, se analizó que la demanda de mujeres chilenas entre 14 y 35 años para el año 2017 es de 17,326,781. Esta demanda será cubierta por la empresa con sólo 15,600 pares de balerinas al año.
Por ende se concluye que la demanda existente en Chile es bastante elevada y la empresa podría acrecentar su nivel de producción en los próximos años.

- SEXTA:** Realizado el Estudio de Mercado, se concluyó que los competidores de exportaciones a Chile del producto en cuestión, son las empresas productoras y exportadoras de calzado provenientes de Bolivia con una cantidad de 1,429 pares de bailarinas en 2014, México con una cantidad de 50,000 pares de bailarinas en 2015 y Perú con 50,000 pares de bailarinas en el mismo año. Se los denominó como competidores directos principalmente por el parecido cultural, artístico y social que comparten dichos países. Adicionalmente otros factores relevantes son su capacidad de producción y variedad de productos.
- SÉPTIMA:** Habiendo analizado la capacidad productiva de la empresa, se definió que la producción óptima es 1,300 bailarinas mensuales, lo que representa 15,600 pares de bailarinas para cada año. Adicionalmente, la mitad de dicha producción será bailarinas de lliclla y la otra mitad, bailarinas con bordado, divididas en tallas de 36 a 40, fijando mayor producción entre las tallas 36 a 39.
- OCTAVA:** Realizada la evaluación y el análisis de localización, se concluyó que el mejor local para la empresa queda en el Distrito de Sachaca, en la Urbanización Santa Fe B-4, local que cuenta con instalaciones espaciosas y bien distribuidas listas para su ocupación, fácil acceso y un alquiler mensual de S/.1,200.00.
- NOVENA:** El primer paso para legalizar la empresa es el Trámite de Reserva del Nombre en la Sunarp, en segundo lugar se debe realizar el Trámite de la Escritura Pública ante un Notario, como tercer paso se debe obtener el Registro Único del Contribuyente (RUC), como cuarto paso se debe obtener la Licencia Municipal de Funcionamiento y como último paso registrar la Marca en Indecopi, adicionalmente a esto la empresa debe pagar los tributos generales y locales de forma regular.

- DÉCIMA:** El país elegido como destino del producto es Chile. Perú y Chile gozan del Tratado de Libre Comercio vigente desde el año 2009, el cual dispone la eliminación de derechos aduaneros, eliminando obstáculos en el comercio, generando inversión entre ambos países y promoviendo la cooperación económica. Adicionalmente cuenta con preceptos específicos en procedimientos aduaneros.
- DECIMOPRIMERA:** Chile presenta especificaciones en el etiquetado al momento de ingresar calzado a su territorio. En primer lugar, la etiqueta debe estar en idioma español, las medidas deben estar en el sistema métrico, se debe detallar la Razón Social del fabricante, marca y país de fabricación. En segundo lugar, se debe detallar el nombre y porcentaje de las fibras que compone el tejido principal, código de talla y por último los símbolos para el cuidado del producto.
- DECIMOSEGUNDA:** Se concluyó que el mejor canal de logística, transporte y distribución para el producto en cuestión es el transporte terrestre debido a los costos del Agente de Aduanas, a los propios costos de transporte, al tiempo que dura el trayecto de Arequipa – Chile por la cercanía de los mismos, ya que Perú limita por el sur con dicho país.
- DECIMOTERCERA:** Realizado el análisis de costos, se concluyó que el costo de un par de balerinas de lliclla es S/.18.24 y el costo de un par de balerinas con bordado es S/.18.57, por ende el costo de las 1,300 balerinas mensuales es S/.23,926.50. Por otra parte, el costo de los materiales utilizados para fabricar los zapatos asciende a S/. 20,819.20 de forma anual, el costo de la carga laboral de la empresa es de S/.91,650.00 anual, mientras que el costo de los beneficios sociales de los trabajadores asciende a S/.41,548.00 anualmente. Adicionalmente los gastos operativos son S/.19,594.91 de forma anual y los gastos de marketing equivalen a S/.7.170.00 anuales. Por otro lado los gastos de inversión sólo se realizan una vez a excepción del alquiler del local y representan S/.24,257.44 en un

año. Por último el Impuesto a la Renta es el 27% de la Utilidad Antes de Impuestos.

DECIMOCUARTA: Habiendo realizado el análisis de costos, se concluyó que los costos de exportación se dividen en 4 partes, el primer costo es el transporte que equivale a S/. 5,100.00 anuales, el segundo costo es el Agente de Aduanas valorizado en S/4,000.00 anuales debido a que realiza todo el proceso de exportación, en tercer lugar está el costo de Documentación que representa S/. 900.00 anuales y por último el costo de embalaje equivalente a S/.3,000.00 anuales. Al sumar todos los costos descritos previamente, estos representan un valor anual de S/.13,000.00.



RECOMENDACIONES

- PRIMERA:** Considerando el estudio realizado y sus resultados, se recomienda emprender con el negocio de producción de calzado con material textil artesanal y su posterior exportación.
- SEGUNDA:** Se recomienda llevar a cabo el estudio del impacto ambiental en caso de ser ejecutado el proyecto y de esta manera identificar y prevenir los cambios ambientales que producirá en su entorno.
- TERCERA:** En caso de ser elaborado el proyecto, es necesario implementar un Plan de Seguridad y Salud en el trabajo con el fin de verificar y gestionar los riesgos que implica la producción del calzado, ya que esta actividad se realiza con instrumentos que podrían significar algún peligro para la salud de los trabajadores. Asimismo se deberán estandarizar las actividades en el área de producción.
- CUARTA:** Debido a la falta de integración que existe entre los dirigentes provinciales y los artesanos del sector textil de la zona de Caylloma, es conveniente plantear la realización de un programa que integre, capacite y/o brinde las herramientas necesarias para el crecimiento y desarrollo de este sector con el fin de facilitar la viabilidad de este tipo de proyectos.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Billene, R. (2016). Análisis de costos. Primera edición. Ediciones Jurídicas Cuyo. Mendoza, Argentina. p. 92, 94, 98-99.
- Castro, A (2008). Manual de exportaciones. La exportación en Colombia. Segunda edición. Editorial Universidad del Rosario. Bogotá, Colombia. p. 109.
- Claver, E. Quer, D. (2016). Estrategias de internacionalización de la empresa. Primera edición. Editorial Club Universitario. España. p. 37-38.
- Cuatrecasas, L. (2011). Organización de la producción y dirección de operaciones. Primera edición. Ediciones Díaz de Santos S.A. Madrid, España. p. 469-470.
- De Jaime, J. (2010). Las claves del análisis económico-financiero de la empresa. Segunda edición. ESIC Editorial. Madrid, España. p. 23-24.
- García, S. (1994). Introducción a la economía de la empresa. Primera edición. Ediciones Díaz de Santos S.A. Madrid, España. p. 105-106, 112-113.
- Gil, M. Giner, F. (2007). Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Séptima edición. ESIC Editorial. España. p. 27.
- Horngren, C. Datar, S. Foster, G. (2007). Contabilidad de costos. Decimosegunda edición. Pearson Educación de México. S.A. México. p. 65.
- Leiva, J. (2007) Los emprendedores y la creación de empresas. Primera edición. Editorial Tecnológica de Costa Rica. Costa Rica. p. 105-106.
- Martínez, A. (2006). Capacidades competitivas en la industria del calzado en León. Primera edición. Plaza y Valdés. S.A. México. p. 90.
- Otero, M. (2008). Internacionalización. Primera edición. Gesbiblo S. L. España. p. 80-84.
- Parmerlee, D. (1998). Identificación de los mercados apropiados. Primera Edición. Ediciones Juan Garnica S.A. España. p. 13-14, 18.
- Ramirez, E. Cajigas, M. (2004). Proyectos de inversión competitivos. Primera edición. Universidad Nacional de Colombia. Colombia. p. 43, 44-49, 97, 112, 259.
- Rosales, J. (2016). Elementos de microeconomía. Primera edición. Editorial Universidad estatal a distancia. Costa Rica. p. 60.

- Shawcross, R. (2014). Shoes. Primera edición. Bloomsbury Visual Arts. Inglaterra. p. 10.
- Ypeij, A. Zoomers, A. (2006). La ruta andina. Primera edición. Editorial Abya Yala. Ecuador. p. 148,153-154.

Websites

- Aduanas Chile. (2017). ACE Chile – Bolivia. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <https://www.aduana.cl/aduana/site/artic/20070711/pags/20070711091541.html>.
- Aduanas Chile. (2017). Tratado de Libre Comercio Chile – México. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <https://www.aduana.cl/aduana/site/artic/20070228/pags/20070228101531.html>.
- Agencia Latinoamericana de Información. (2005). El Tratado de Libre Comercio Estados Unidos – Ecuador. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://www.alainet.org/es/active/9844>.
- Andes. (2015). Ecuador proyecta una sui géneris “Ciudad del calzado”. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-proyecta-sui-generis-ciudad-calzado.html>.
- ANDINA. (2011). El 96.7% de productores de calzado en Perú son microempresas. Extraído el 26 de Diciembre del 2016 del <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-el-967-productores-calzado-peru-son-microempresas-381243.aspx>.
- Asociación Chilena de empresas de Investigación de Mercado (AIM). (2008). Grupos Socioeconómicos. Única edición. Asociación Chilena de empresas de Investigación de Mercado (AIM). p. 17-27. http://www.aimchile.cl/wp-content/uploads/2011/12/Grupos_Socioeconomicos_AIM-2008.pdf.
- Asociación de AFP. (2017). ¿Cuáles son los porcentajes de aporte a la AFP?. Extraído el 19 de Abril del 2017 del <https://www.asociacionafp.com.pe/preguntas-frecuentes/8-%C2%BFcuales-son-los-porcentajes-de-aporte-a-la-afp/>.
- Asociación Mexicana de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI). (2017). Niveles Socio Económicos. Extraído el 27 de Febrero del 2017 del <http://nse.amai.org/nseamai2/>.
- ATLAS. (2017). Guía de tallas de zapatos. Extraído el 24 de Marzo del 2017 del <http://atlasstoked.com/guia-tallas-calzado-new-balance>.

- Banco Central de Reserva. (2017). Índice de precios (var% acumulada) IPC. Extraído el 25 de Enero del 2017 del <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN01272PM/html/2008-1/2017-1/>.
- Banco Central de Reserva. (2016). Informe Económico y Social Región Arequipa. Única edición. Banco Central de Reserva. Perú. p. 36. <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2016/arequipa/ies-arequipa-2016.pdf>.
- Banco Central de Reserva. (2016). Síntesis Reporte de Inflación. Única edición. Banco Central de Reserva. Perú. p. 1, 2-3. <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2016/junio/report-de-inflacion-junio-2016-sintesis.pdf>.
- Banco Central de Reserva. (2017). Tipo de cambio – promedio del periodo (S/. por US\$). Extraído el 25 de Enero del 2017 del <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN01213PM/html/2008-1/2017-1/>.
- Banco Mundial. (2017). Doing Business. Extraído el 23 de Enero del 2017 del <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreconomies/peru/#close>.
- Banco Santander. (2017). Chile: Distribuir un producto. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/chile/distribuir-un-producto>.
- Banco Santander. (2017). Chile: Llegar al consumidor. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/chile/llegar-al-consumidor_
- Banco Santander. (2017). Estados Unidos: Distribuir un producto. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/distribuir-un-producto>.
- Banco Santander. (2017). Estados Unidos: Llegar al consumidor. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del [https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=38&memoriser_choix=.](https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=38&memoriser_choix=)
- Banco Santander. (2017). México: Distribuir un producto. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <https://es.portal.santandertrade.com/analizar->

mercados/mexico/distribuir-un-

producto?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=38&memoriser_choix=.

- Banco Santander. (2017). México: Llegar al consumidor. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/mexico/llegar-al-consumidor>.
- Barbosa, Y. (2007). Cómo realizar un análisis de mercado para su producto. Extraído el 22 de Noviembre del 2016 del <http://www.desarrolloweb.com/articulos/analisis-mercado-producto.html>.
- Base de datos Integrada de Controversias Comerciales de América Latina y el Caribe. (2017). Tratado de Libre Comercio de América del Norte. Única edición. Base de datos Integrada de Controversias Comerciales de América Latina y el Caribe. México. p. 2. https://idatd.cepal.org/Normativas/TLCAN/Espanol/Tratado_de_Libre_Comercio_de_America_del_Norte-TLCAN.pdf.
- Bossa. (2016). 15 marcas de zapatos mexicanos que debes conocer. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://www.bossa.mx/2016/01/marcas-de-zapato-mexicano-que-debes-conocer/>.
- Boundless. (2016). Class Structure in the U.S.. Extraído el 27 de Febrero del 2017 del <https://www.boundless.com/sociology/textbooks/boundless-sociology-textbook/stratification-inequality-and-social-class-in-the-u-s-9/the-class-structure-in-the-u-s-75/class-structure-in-the-u-s-442-10206/>.
- BUYASA.GOV. (2017). Ferias en Estados Unidos. Extraído el 01 de Marzo del 2017 del http://www.buyusa.gov/peru/feriascongresosyexposiciones/bg_pe_028108.asp.
- Caja Arequipa. (2017). Convenio PYMES Capital de Trabajo. Única edición. Caja Arequipa. Arequipa, Perú. p. 1. <https://www.cajaarequipa.pe/documents/tarifario-credito-convenio-pymes-capital-trabajo-28-01-2016.pdf>.
- Calzart Bolivia. (2017). Calzados de vestir. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://calzartbolivia.com/index.php/tienda/calzados2013-01-15-23-23-06/varones/de-vestir>.
- Calzart Bolivia. (2017). Nosotros. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del <http://calzartbolivia.com/index.php/nosotros>.
- Cámara Arequipa. (2017). Extraído el 21 de Febrero del 2017 del <http://www.camaraarequipa.org.pe/directorio-comercial/index.php?cat=33>.

- Cámara de Industrias de Tungurahua. (2016). Tungurahua abarca el 44% de producción en calzado ecuatoriano. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <https://camaradeindustriasdetungurahua.wordpress.com/2016/03/07/tungurahua-abarca-el-44-de-produccion-en-calzado-ecuadoriano/>.
- Carazo, M. (2017). Centros de innovación tecnológica, un desafío para la Microempresa. Única edición. MINCETUR. Perú. p. 20-21. [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/95204FDCE9F3E36E05257CA7006025FB/\\$FILE/CentroInnovaci%C3%B3nTecnol%C3%B3gicaDesafioParaMicroempresa.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/95204FDCE9F3E36E05257CA7006025FB/$FILE/CentroInnovaci%C3%B3nTecnol%C3%B3gicaDesafioParaMicroempresa.pdf).
- Caretas. (2016). Zapatos con historia. Extraído el 21 de Diciembre del 2016 del <http://www2.caretas.pe/Main.asp?T=3082&S=&id=12&idE=524&idSTo=0&idA=9390#.WFrblN96Hu>.
- Central Intelligence Agency – USA. (2017). The World Factbook – Chile. Extraído el 01 de Marzo del 2017 del <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ci.html>.
- Central Intelligence Agency – USA. (2017). The World Factbook – Economía - Chile. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/ci.html>.
- Central Intelligence Agency – USA. (2017). The World Factbook – Economía - México. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/mx.html>.
- Central Intelligence Agency – USA. (2017). The World Factbook – Economía – Unites States. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>.
- Central Intelligence Agency – USA. (2017). The World Factbook – Unites States. Extraído el 01 de Marzo del 2017 del <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>.
- Centro de Innovación Productiva y Transparencia Tecnológica del Cuero, Calzado e Industrias Conexas. (2016). Boletín Informativo – Cuero, Calzado y Accesorios Septiembre 2016. Única edición. Centro de Innovación Productiva y Transparencia Tecnológica del Cuero, Calzado e Industrias Conexas. Perú. p. 5-6. <http://citeccal.com.pe/wp-content/uploads/2016/10/BOLETIN-INFORMATIVO-SETIEMBRE-2016.pdf>.

- CENTRUM. (2016). Índice del Progreso Social Regional Perú 2016. Única edición. CENTRUM. Perú. p. 4, 5, 8. http://observatoriodenoticias.redue-alcue.org/wp-content/uploads/2016/05/IPSR_PERU2016.pdf.
- Chalada. (2017). Sección de ballerinas. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.chalada.cl/ballerinas>.
- Chica Outlet. (2013). Mis zapatos: Chatitas con moño. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <http://chicaoutlet.blogspot.pe/2013/02/mis-zapatos-chatitas-con-mono.html>.
- Connect Americas. (2017). Intishine Store SAC. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del <https://connectamericas.com/es/company/intishine-store-sac>.
- Coppel. (2017). Sección - Flats. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.coppel.com/flats-para-mujeres>.
- Correo del Sur. (2015). Calzado de Aguayo. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del http://correodelsur.com/ecos/20150830_calzados-de-aguayo-en-buenos-aires.html.
- DAFITI. (2017). Ballerina Negra Valentina. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <https://www.dafiti.cl/Ballerina-Negra-Valentina-516010.html>.
- DePerú.com. (2017). Aportaciones: ESSALUD y ONP. Extraído el 19 de Abril del 2017 del <http://www.deperu.com/contabilidad/aportaciones-essalud-y-onp-349>.
- Designer Shoe Warehouse. (2017). Sección de Flats. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del http://www.dsw.com/Womens-Shoes-Flats/_/N-273c.
- Diario El Peruano. (2016). Relaciones entre Perú y Estados Unidos. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.elperuano.com.pe/noticia-relaciones-entre-peru-y-eeuu-40711.aspx>.
- Diario Emol. (2017). Desde una isla española hasta Santiago de Chile: La historia de “Pretty Ballerinas”. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.emol.com/noticias/Economia/2016/09/18/822424/Desde-una-isla-espanola-hasta-Santiago-de-Chile-La-historia-de-Pretty-Ballerinas.html>.
- Diario Gestión. (2017). Aspectos prácticos para determinar la tasa de descuento de un proyecto. Extraído el 23 de Abril del 2017 del <http://blogs.gestion.pe/deregresoalobasico/2012/02/aspectos-practicos-para-determ.html>.
- El Comercio. (2016). El esfuerzo de los exportadores locales para salir adelante. Extraído el 23 de Enero del 2017 del <http://elcomercio.pe/economia/peru/esfuerzo->

exportadores-locales-salir-adelante-noticia-

1885821?ref=flujo_tags_514020&ft=nota_1&e=titulo.

- El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2013). Guía de Mercado Chile. Única edición. El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. p. 9-10.
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/GM%20servicios%20-%20Chile%202013.pdf>.
- El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2011). Guía de Mercado Estados Unidos. Única edición. El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. p. 21-23.
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/285080533rad9FE8D.pdf>.
- El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2016). Manual de Documentos para exportar. Única edición. El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. p. 30, 70, 104, 135, 191.
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>.
- El Universo. (2015). Innovación y diseño son aún un desafío para el zapato ecuatoriano. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/07/19/nota/5024746/innovacion-diseno-son-aun-desafio-zapato-local>.
- España Exportación e Inversiones. (2013). El mercado de calzado en Bolivia. Única edición. España Exportación e Inversiones. España. p. 7-8.
<file:///C:/Users/Percv/Downloads/mercado%20calzado%20bolivia%202013%20v.pdf>.
- Estodas. (2017). Estodas. Extraído el 21 de Febrero del 2017 del <http://www.estodas.com.pe/>.
- European Commission. (2016). Clasificación de calzado. Extraído el 25 de Noviembre del http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/may/tradoc_151307.pdf.
- Expansión en alianza con CNN. (2010). Bolivia elimina TLC con México. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://expansion.mx/economia/2010/06/04/tlc-mexico-bolivia-comercio-cnnexpansion>.
- Facebook. (2017). Calzado Estodas. Extraído el 21 de Febrero del 2017 del https://www.facebook.com/pg/CalzadoEstodas/about/?ref=page_internal.

- Facebook. (2017). Calzado Estodas. Extraído el 21 de Febrero del 2017 del <https://www.facebook.com/CalzadoEstodas/photos/a.140867772623862.29216.105914969452476/1162678170442812/?type=1&theater>.
- Facebook. (2017). Cuenta de Korimalku - creazioni. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del <https://www.facebook.com/Korymalku/photos/a.471094166354279.1073741826.471073213023041/911328415664183/?type=3&theater>.
- Facebook. (2017). Cuenta de Nich Chiapas. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del https://www.facebook.com/pg/Nich.Chiapas/about/?ref=page_internal.
- Facebook. (2017). Cuenta de Nich Chiapas. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del <https://www.facebook.com/Nich.Chiapas/photos/a.174912255974533.40985.156069237858835/724916684307418/?type=1&theater>.
- Facebook. (2017). Cuenta de Nich Chiapas. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del <https://www.facebook.com/Nich.Chiapas/photos/a.174913069307785.40986.156069237858835/952859361513148/?type=3&theater>.
- Facebook. (2017). Cuenta de Paykunapaq. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del https://www.facebook.com/pg/Paykunapaq/about/?ref=page_internal.
- Facebook. (2017). Cuenta de Paykunapaq. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del <https://www.facebook.com/Paykunapaq/photos/a.172013606265474.39467.172013306265504/197693167030851/?type=1&theater>.
- Facebook. (2013). Cuenta de Dimitre Ickovic. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=561201760583014&set=pb.100000795852683.-2207520000.1486929422.&type=3&theater>.
- Facebook. (2013). Cuenta de Dimitre Ickovic. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=561201820583008&set=pb.100000795852683.-2207520000.1486929422.&type=3&theater>.
- Facebook. (2017). Zapatería Ojeda. Extraído el 21 de Febrero del 2017 del https://www.facebook.com/pg/zapateriaojeda/about/?ref=page_internal.
- Foncodes. (2017). Relación de proveedores de insumos para calzado aptos para proveer a las MYPE. Única edición. Perú. Foncodes. p. 1-3. http://www.foncodes.gob.pe/portal/documentos/Transparencia_2012/ComprasMYPERU/Lista_actualizada_de_proveedores_de_insumos_NE_Calzado.pdf.

- Garcia, R. (2016). Historia de los zapatos. Extraído el 21 de Diciembre del 2016 del <http://es.calameo.com/books/00233814327a94e46b31b>.
- Gobierno de México. (2017). La industria del calzado en México. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://www.gob.mx/se/articulos/la-industria-del-calzado-en-mexico>.
- Google. (2017). Alpargatas. Extraído el 22 de Febrero del 2017 del <http://www.espadrillestore.com/media/catalog/product/cache/3/image/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/e/s/espanola-classico-alpargatas-tradicional.jpg>.
- Google. (2017). Ballerinas. Extraído el 22 de Febrero del 2017 del <https://es.pinterest.com/pin/562246334710606483/>.
- Google. (2017). Mocasines. Extraído el 22 de Febrero del 2017 del http://i01.i.aliimg.com/wsphoto/v0/32310129191_1/2015-women-flats-women-genuine-leather-shoes-flat-moccasins-woman-casual-shoes-7-colors-size-EU.jpg.
- Google. (2017). Oxfords. Extraído el 22 de Febrero del 2017 del <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/89/88/e6/8988e695e56a467ad6d3af40523908aa.jpg>.
- Google. (2017). Women Slip On's. Extraído el 22 de Febrero del 2017 del <http://g02.a.alicdn.com/kf/HTB1B9k4JpXXXXbOXpXXq6xXFXXX7/2015-Women-Platform-Slip-on-Hollow-Out-Breathable-Women-Shoes-Pregnant-Loafers-Creepers-Black-White-Silver.jpg>.
- Heredia, G. Marrufo, L. (2013). Evaluación de riesgos a la salud y medio ambiente por el uso de disolventes orgánicos en tres PYMES de la Industria de calzado y propuesta de un plan de acción para la minimización de riesgos. Universidad Nacional de Ingeniería. Lima, Perú. p. 45-47. <http://docplayer.es/11262561-Universidad-nacional-de-ingenieria.html>.
- ICONTAINERS - España. (2017). Transporte marítimo a USA: puertos y rutas. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.icontainers.com/es/2014/03/21/transporte-maritimo-estados-unidos-1-puertos-y-rutas-principales/>.
- IMPULS. (2017). Balerina Cosmo New York. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del http://www.impuls.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=85&Itemid=86.

- IMPULS. (2017). Balerina Lady Jimena. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del http://www.impuls.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=85&Itemid=86.
- Incalpaca. (2017). Incalpaca. Extraído el 21 de Febrero del 2017 del <http://www.incalpaca.com/es/>.
- Incalpaca. (2017). History. Extraído el 21 de Febrero del 2017 del <http://www.incalpaca.com/es/history/>.
- Instituto Boliviano de Comercio Exterior. (2015). Intercambio Comercial Bolivia - Chile. Única edición. Instituto Boliviano de Comercio Exterior. Bolivia. p. 1. http://ibce.org.bo/images/ibcecifras_documentos/CIFRAS-411-Intercambio-Comercial-Bolivia-Chile.pdf.
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2016). Informe N°211-2016/CDB - INDECOPI. Única edición. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. Perú. p. 3-6. <https://www.indecopi.gob.pe/documents/51763/356074/INFORME+N%C2%B0+211-2016/f0f38ea3-c2ba-4904-a327-bd1c559f6835>.
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2017). Registro de Marca y Otros Signos. Extraído el 10 de Marzo del 2017 del <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>.
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2004). Chile: Estimaciones y Proyecciones de Población por Sexo y Edad. País Urbano-Rural, 1990-2020. Única Edición. Instituto Nacional de Estadísticas. Chile. p. 21. http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/demografia_y_vitales/proyecciones/Informes/MicrosoftWordInforP_UR.pdf.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2007). Población total, por grandes grupos de edad, según departamento, provincia, área urbana y rural, sexo y tipo de vivienda. Extraído el 19 de Enero del 2017 del <http://censos.inei.gob.pe/cpv2007/tabulados/#>.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2016). Producción de industrias textiles, cuero y calzado, papel y edición e impresión. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del <http://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>.

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía – México. (2017). Censo de Población y Vivienda 2010, Distribución por Edad y Sexo. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.beta.inegi.org.mx/app/tabulados/default.html?nc=mdemo03>.
- Intishine. (2012). Calzados Intishine peruanos. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del http://intishine.blogspot.pe/2012_07_01_archive.html.
- La Republica. (2016). Desde hoy baja el Impuesto a la Renta a 27% y UIT sube a S/. 3950. Extraído el 19 de Abril del 2017 del <http://larepublica.pe/imprensa/economia/730212-desde-hoy-baja-el-impuesto-la-renta-27-y-uit-sube-s-3950>.
- Macy's. (2017). Kenneth Cole New York Blaire Two-Piece Espadrille Flats. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <https://www.macys.com/shop/product/kenneth-cole-new-york-blaire-two-piece-espadrille-flats?ID=4363067>.
- Macy's. (2017). New Arrivals - Flats. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del http://www1.macys.com/shop/shoes/flats/Pageindex,Sortby/1,NEW_ITEMS?id=50295.
- Marielisa Marques Blog. (2013). Xpo HandMade 2013. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://marielisamarques.blogspot.pe/2013/06/xpo-handmade-2013.html>.
- Márquez, D. (2016). ¿Qué es potencialidad?- Extraído el 25 de Noviembre del <http://aulazdp.blogspot.pe/2013/08/que-es-una-potencialidad.html>.
- Más de Mx. (2016). Arte textil y bordados indígenas de México, una guía para distinguir los distintos tipos. Extraído el 22 de Febrero del 2017 del <http://masdemx.com/2016/07/arte-textil-y-bordados-indigenas-de-mexico-una-guia-para-distinguir-los-distintos-tipos/>.
- Michell. (2017). Michell. Extraído el 21 de Febrero del 2017 del <http://michell.com.pe/michell/>.
- Michell. (2017). Acerca de Michell. Extraído el 21 de Febrero del 2017 del http://www.michell.com.pe/michell_acerca_de_michell.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). Acuerdos Comerciales del Perú. TLC Perú – Chile. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=70&Itemid=93.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). Acuerdos Comerciales del Perú. TLC Perú – EEUU. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del

http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=55&Itemid=78.

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). Acuerdos Comerciales del Perú. TLC Perú – México. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=75&Itemid=98.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). Certificado de Origen. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/chile/docs/Certificado_de_Origen.pdf.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). Ferias en Chile. Extraído el 01 de Marzo del 2017 del <http://www.ocexperuenchile.cl/ferias-en-chile.php?pagina=2&av=1>.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia. (2007). Guía para exportar a Chile. Única Edición. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia. Colombia. p. 62-64. <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/26734.PDF>.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia. (2007). Guía para exportar a México. Única Edición. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia. Colombia. p. 76. <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/26740.PDF>.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2011). Guía Práctica para los Estados Unidos. Única Edición. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Perú. p. 7. http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/guias_cartillas_exportacion/guia-exportacion/pdfs/12_ESTADOS_UNIDOS.pdf.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2006). PENX 2013-2016 Plan Operativo Exportador del Sector Cuerpo, Calzado y Artículos Complementarios. Única edición. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Perú. p. 81. http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2003_2013/2_Planes_Sectoriales_POS/Sector_Cueros_Calzado.pdf.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2012). Perú: Política de Inversión Pública en Ciencia, Tecnología e Innovación. Única edición. Ministerio de Economía y Finanzas. Perú. p. 12.

https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/novedades/2013/agosto/Linea_mientos_CTI.pdf.

- Ministerio de Economía y Finanzas. (2016). Producto Bruto Interno (Variación porcentual real). Extraído el 25 de Enero del 2017 del <https://www.mef.gob.pe/es/component/content/article?id=131:indicadores>.
- Ministerio de la Producción del Perú. (2015). Anuario Estadístico Industrial, Mipyme y Comercio Interno 2015. Primera edición. Ministerio de la Producción del Perú. Perú. p. 165. <http://www.produce.gob.pe/documentos/estadisticas/anuarios/anuario-estadistico-mype-2015.pdf>.
- Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. (2015). Chile y México evalúan relación comercial bilateral y profundizan el diálogo para incrementar intercambio. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <https://www.direcon.gob.cl/2015/05/chile-y-mexico-evaluan-relacion-comercial-bilateral-y-profundizan-el-dialogo-para-incrementar-intercambio/>.
- Molina, M. Garmendia, I. Mangas, V. (2011). Evaluación medioambiental del sector de calzado: casos de Almansa y Elda. Única edición. Universidad de Alicante. España. p. 166-168. <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/cuaderno-interdisciplinar-de-desarrollo-sostenible-cuides/7/7-463.pdf>.
- Municipalidad Distrital de Sachaca. (2017). Obtén tu Licencia de Funcionamiento. Única edición. Municipalidad Distrital de Sachaca. Arequipa, Perú. p. 2. <http://documentos.munisachaca.gob.pe/licencias/procedimiento/REQUISITOS.pdf>.
- NORDSTROM (2017). Boxer Smoking Slipper (Women). Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://shop.nordstrom.com/s/soludos-boxer-smoking-slipper-women/4568060?origin=category-.personalizedsort&fashioncolor=SAND%20CANVAS>.
- NORDSTROM (2017). Tory Burch – Slip-On’s. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del http://shop.nordstrom.com/c/womens-espadrille-flats?origin=leftnav&cm_sp=Left%20Navigation-_-Espadrille.
- Novex. (2017). Pegamento de contacto para calzado 1/8 gal. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del https://www.novex.com.gt/producto/57354/PEGAMENTO-DE-CONTACTO-PARA-CALZADO--1_8-GAL.
- Organización de los Estados Americanos. (2017). Tratado de Libre Comercio Bolivia – México. Única edición. Organización de los Estados Americanos. México. p. 1.

http://www.oas.org/dsd/EnvironmentLaw/BDAcuerdos/Acuerdos/CHARTTratadodeLibreComercioBolivia-Mexico%20_ACE%20N.pdf.

- OSOM. (2017). Balerina Capa de Ozono. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.osom.com/balerina-roja-capa-de-ozono-182858.html?selectSize=27>.
- OSOM. (2017). Sección - Flats. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.osom.com/catalog/?q=flat>.
- Para Quitarse el Sombrero. (2016). Sociedad Anónima Cerrada: Características y beneficios. Extraído el 10 de Marzo del 2017 del <http://www.pqs.pe/emprendimiento/sociedad-anonima-cerrada-caracteristicas-y-beneficios>.
- Paredes, I. Ochoa, J. Watanabe, L. (2009). Compañía Industrial Textil Credisa. Única edición. Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú. p. 1. [http://www.latinburkenroad.com/docs/BRLA%20Creditexes%20\(200904%20English\).pdf](http://www.latinburkenroad.com/docs/BRLA%20Creditexes%20(200904%20English).pdf).
- Paykunapaq. (2010). Paykunapaq. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del <http://paykunapaq.blogspot.pe/2010/11/nuestras-ballerinas-con-muy-comodas-y.html>.
- Payless (2017). Sección - Flats. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.payless.com/womens/flats-shoes/#srule=price-low-to-high&sz=24&start=0>.
- Perú 21. (2013). El calzado peruano pisa fuerte. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://peru21.pe/emprendedores/calzado-peruano-pisa-fuerte-2127323>.
- Pinterest. (2017). Calzado artesanal. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <https://www.pinterest.com/pin/418834834079190725/>.
- Pinterest. (2017). Tejido peruano. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <https://za.pinterest.com/explore/tejido-peruano-905815905012/>.
- ProChile. (2010). Estudio de mercado calzados – Perú. Única edición. ProChile. Lima, Perú. p. 1. http://www.exportapymes.com/documentos/productos/Pe1738_peru_calzado.pdf.
- PROCOLOMBIA. (2015). Perfil de logística desde Colombia hacia Estados Unidos. Única Edición. PROCOLOMBIA. Colombia. p. 1, 9,13. <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/26734.PDF>.

- Pro Ecuador. (2017). Cuero y calzado. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cuero-y-calzado/>.
- Proexpansión. (2014). Perú, entre los países que menos invierte en Investigación y desarrollo. Extraído el 24 de Enero del 2017 del <http://proexpansion.com/es/articulos/211-peru-entre-los-paises-que-menos-invierte-en-investigacion-y-desarrollo>.
- PROMPERÚ. (2012). Guía de Mercado - México. Única Edición. PROMPERÚ. Perú. p. 19-20. <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichapais/GUIA-DE-MERCADO-DE-MEXICO.PDF>.
- Revista de Consultoría. (2017). Beneficios laborales de la micro y pequeña empresa. Extraído el 19 de Abril del 2017 del <http://www.revistadeconsultoria.com/beneficios-laborales-de-los-trabajadores-de-la-micro-y-pequena-empresa>.
- Revista Líderes. (2016). Kory Malku, la marca de calzado andino. Extraído el 05 de Marzo del 2017 del <http://www.revistalideres.ec/lideres/korymalku-marca-calzado-andino-intercultural.html>.
- Ripley. (2017). Zapato Arezzo Jeans. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://simple.ripley.cl/zapatos-y-bolsos/zapatos-mujer/ballerinas>.
- Rodríguez, C. (2014). Estudio de pre factibilidad para la producción y exportación de aceite de palta. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5397>.
- RPP. (2017). Así de claro: ¿A cuánto equivale el depósito del CTS?. Extraído el 19 de Abril del 2017 del <http://rpp.pe/economia/economia/asi-de-claro-a-cuanto-equivale-el-deposito-de-la-cts-noticia-961880>.
- Sogorbmac. (2017). Maquinaria para calzado. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <http://www.sogorbmac.com/products/used/maquinaria-para-calzado-sogorbmac-maquina-de-aparar-aparado-marroquineria/maquinaria-para-calzado-maquina-aparar-coser-aparado-columna-de-brazo-reparacion-calzado-zapatero-remendon-zapatos-botas-arreglos-wr-2971-sogorbmac>.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2017). Evaluación y requisitos para obtención de la Licencia de Funcionamiento. Extraído el 10 de Marzo del 2017 del <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso8.pdf>.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2017). Inscripción al RUC - Empresas. Extraído el 10 de Marzo del 2017 del

<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas>.

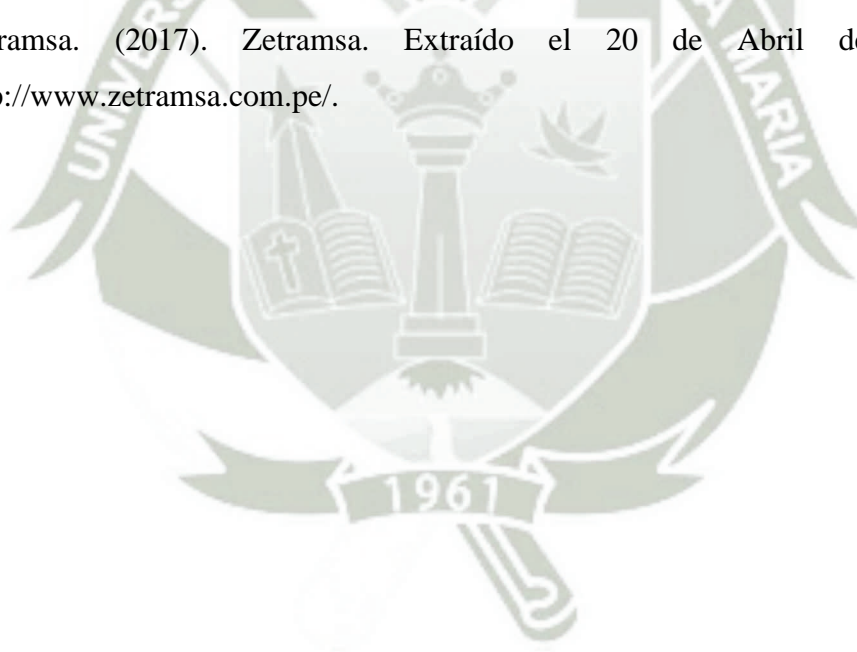
- Superintendencia Nacional de los Registros Públicos. (2015). CONSTITUCIÓN DE EMPRESA -Requisitos para el cumplimiento del procedimiento registral para el ciudadano. Extraído el 10 de Marzo del 2017 del https://sid.sunarp.gob.pe/sid/recursos/Requisitos/requisitos_para_el_cumplimiento.pdf.
- Tejidosenscz Blog. (2012). Tejidos confeccionados a mano por bolivianas. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://tejidosenscz.blogspot.pe/2012/09/bienvenidos-seanya-que-encontraremos.html>.
- The Money Converter. (2017). Cambio de Dólar Americano a Sol Perú. Extraído el 01 de Marzo del 2017 del <https://themoneyconverter.com/ES/USD/PEN.aspx>.
- TODOPIEL. (2017). Sección de novedades en ballerinas. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.todopiel.cl/categoria-producto/mujer/calzado/ballerinas/?orderby=date>.
- Trade & Logistics Innovation Center - México. (2017). Infraestructura Logística – Red Carretera. Extraído el 07 de Febrero del 2017 del <http://www.ciltec.com.mx/es/infraestructura-logistica/red-carretera>.
- Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Bolivia. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|068|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1.
- Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|218|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1.
- Trade Map. (2017). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por México. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|484|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1.
- Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 64. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del

http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||64|||2|1|1|2|2|1|2|1|1.

- Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 6404. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||6404||4|1|1|2|2|1|2|1|1.
- Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Producto 640419. Extraído el 23 de Diciembre del 2016 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||640419||6|1|1|2|2|1|2|1|1.
- Trade Map. (2016). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú. Todos los productos. Extraído el 30 de Enero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||TOTAL||2|1|1|2|2|1|2|1|1.
- Trade Map. (2017). Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Chile. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|152|||640419||6|1|1|1|2|1|2|1|1.
- Trade Map. (2017). Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|842|||640419||6|1|1|1|2|1|2|1|1.
- Trade Map. (2017). Lista de los mercados proveedores para un producto importado por México. Producto 640419. Extraído el 06 de Febrero del 2017 del http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|484|||640419||6|1|1|1|2|1|2|1|1.
- United States Census, Bureau. (2011). Age and Sex Composition: 2010. Única Edición. United States Census, Bureau. Estados Unidos. p. 4. <http://www.census.gov/content/dam/Census/library/publications/2011/dec/c2010br-03.pdf>.
- Universidad Iberoamericana. (2017). La relación comercial entre México y Estados Unidos. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del

http://www.iberomx.com/departamentos/dpt_estudinterna/dialogo/economia/relacion%20comercial.html.

- Universidad Perú. (2016). Calzado Estodas E. I. R. L. Extraído el 22 de Febrero del 2017 del <https://www.universidadperu.com/empresas/calzado-estodas.php>.
- Universidad Peruana. (2017). Ojeda Since – 1938 Moda en Cuero. Extraído el 21 de Febrero del 2017 del <https://www.universidadperu.com/empresas/marca/20100213754-Ojeda+Since-1938+Moda+en+Cuero>.
- Valor del Dólar Actual en Chile. (2017). Cambio de Sol Peruano a Peso Chileno. Extraído el 01 de Marzo del 2017 del http://www.valor-dolar.cl/Nuevo_Sol_Peru.
- Vogue. (2015). Ricardo Seco presenta en Paris. Extraído el 08 de Febrero del 2017 del <http://www.vogue.mx/moda/estilo-vogue/galerias/ricardo-seco-en-paris-fashion-week-otono-invierno-2015/3985/image/1272695>.
- Youtube. (2012). Como hacer un zapato. Extraído el 15 de Marzo del 2017 del <https://www.youtube.com/watch?v=JpO75sAX2Bg>.
- Zetramsa. (2017). Zetramsa. Extraído el 20 de Abril del 2017 del <http://www.zetramsa.com.pe/>.





ANEXO N°1 PLAN DE TESIS

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1. Problema

“Análisis de factibilidad para la producción de calzado con material textil artesanal y su potencialidad de exportación, Arequipa, 2017 - 2021.”

¿De qué manera va a contribuir un análisis de factibilidad en la producción de calzado con material textil artesanal y su potencialidad de exportación?

1.2. Descripción

Actualmente Perú se viene adaptando a un proceso de globalización, lo que ha hecho que el sector exportador sea un importante segmento de la economía que además genera empleo y por ende bienestar y mejora de la calidad de vida de muchos peruanos.

Sin embargo, las exportaciones peruanas han sufrido un estancamiento respecto a su crecimiento debido a factores internos y externos, como por ejemplo la disminución del gasto público peruano y la reducción de las perspectivas de crecimiento de la economía china.

Uno de los mercados que se ha visto afectado por dichos factores es el de calzado peruano, que presentó una disminución en los últimos años pero que mostró un aumento en algunos productos específicos como con el calzado con material textil.

De enero a septiembre del 2016 se ha exportado 8,988,328 valor FOB (1,818,367 pares de zapatos).

Para el periodo de tiempo de enero a septiembre del 2016, las exportaciones de calzado peruano se han dividido de la siguiente manera: Chile 31%, Estados Unidos 29%. Colombia 23% y 17% para otros países.

Los principales productos exportados por el mercado de calzado peruano son (por partida arancelaria): “Los demás calzados parte superior cuero”, “Los demás calzados con parte superior textil y “Los demás calzados inyectados”.

También se ha mostrado una disminución en las exportaciones de calzado arequipeño debido a no presentar mano de obra calificada, por lo cual Arequipa exporta menos calzado que las regiones del norte, las cuales sí tienen técnicos especializados que le dan un valor agregado a sus productos. Por todo lo expuesto anteriormente, se considera fundamental realizar un análisis de factibilidad que permita saber si es factible crear una empresa productora y exportadora de calzado, además de identificar cual sería el mercado elegido para su lanzamiento y como finalidad medir su rentabilidad.

1.2.1. Campo, Área y Línea

- a. Campo: Ingeniería Comercial
- b. Área: Negocios Internacionales
- c. Línea: Análisis de Factibilidad

1.2.2. Tipo de Problema

El presente trabajo de investigación es de tipo Descriptivo-Explicativo debido a:

- Es Descriptivo porque, se busca detallar las propiedades y características trascendentes del proceso de producción y exportación, para tener mayor precisión del escenario en el que se desarrollarían.
- Es Explicativo porque, se busca conocer y explicar el efecto de un análisis de factibilidad en la producción y exportación de calzado con material textil artesanal para definir como se relacionan las variables y evaluar la rentabilidad del proyecto.

1.2.3. Variables

a. Análisis de Variables

-Variable Dependiente: Producción de calzado con material textil artesanal y su potencialidad de exportación.

-Variable Independiente: Análisis de Factibilidad

b. Operacionalización de Variables

Tabla N°139: Operacionalización de Variables

Variables	Subvariables	Indicadores	Medios
Variable Dependiente Producción de calzado con material textil artesanal y su potencialidad de exportación	Análisis Económico - Financiero	Valor Actual Neto (VAN)	Fuente Secundaria Revisión Bibliográfica
		Tasa Interna de Retorno (TIR)	
		Análisis Costo Beneficio	Fuente Primaria Cuestionario
		Punto de Equilibrio	
Variable Independiente Análisis de Factibilidad	Análisis de Mercado	Demanda del Producto	Fuente Secundaria Revisión Bibliográfica Fuente Primaria Cuestionario
		Oferta del Producto	
	Análisis de la Empresa	Volumen de producción	
		Localización	
		Normas Legales	
	Proceso de Exportación	Acuerdos Comerciales	
		Requerimientos para exportar	
		Canales de Comercialización	
	Análisis de Costos	Costos de Producción	
		Costos de Exportación	

Fuente: Elaboración Propia

1.2.4. Interrogantes básicas

- Según el Valor Actual Neto, ¿Cuál es el beneficio del Proyecto?
- Según la Tasa Interna de Retorno, ¿Cuál es el rendimiento del proyecto?
- Según el Análisis Costo Beneficio, ¿Cuánto representan los costos de la cantidad de ingresos?
- ¿Cuál es el punto de equilibrio físico y monetario?
- ¿Cuál es la cantidad de demanda de calzado con material textil de los países analizados?
- ¿Cuál es la cantidad de oferta de calzado con material textil de los países analizados?
- ¿Cuál es el volumen óptimo de producción para que el proyecto sea rentable?
- ¿Cuál es la localización más adecuada para realizar las tareas de producción y exportación?
- ¿Cuáles son las normas legales exigidas por las leyes peruanas para crear una empresa productora de calzado con material textil?
- ¿Qué acuerdos comerciales tiene Perú con el país óptimo de destino y cómo benefician a la exportación del producto en cuestión?
- ¿Cuáles son los requerimientos para exportar calzado con material textil?
- ¿Cuáles son los canales de comercialización óptimos para realizar la exportación de calzado con material textil al país por seleccionar?
- ¿Cuáles son los costos de producción de calzado con material textil artesanal?
- ¿Cuáles son los costos de exportar calzado con material textil artesanal al mercado por seleccionar?

1.3. Justificación

1.3.1. Por su relevancia

En la actualidad la exportación tiene un rol fundamental en la economía peruana razón por la cual ha sido impulsada en los últimos años a través de diferentes entidades que promueven la exportación de pequeñas, medianas y grandes empresas en Perú. Por otro lado, los productos textiles peruanos tienen muy buena acogida a nivel internacional debido a su calidad y diferenciación. Aunque en algunos años anteriores las exportaciones han sufrido cierta disminución debido a crisis globales, para el último año se viene impulsando de nuevo este sector de la economía, mostrando crecimiento.

Es por esta razón que la realización de un análisis de factibilidad es importante ya que se obtendrán resultados que ayudaran a determinar si es factible la creación de una empresa especializada en la fabricación de calzado para su futura exportación. De la misma forma, a través de la recopilación de datos se obtendrá el país óptimo como destino del producto.

1.3.2. En lo social

Tiene una justificación social, ya que presenta como fin importante el reconocimiento del trabajo de los tejedores artesanales residentes de la provincia de Caylloma, tejedores que cuentan con bajos recursos económicos y con poco reconocimiento de sus productos, por lo cual se buscará impulsar la internacionalización de su arte, mejorar su calidad de vida, sus ingresos, aumentar su ocupabilidad, fuerza competitiva, y lograr un mayor posicionamiento de sus productos.

1.3.3. En lo personal

El presente estudio permitirá a las investigadoras obtener el Título Profesional de Ingenieras Comerciales especializadas en Negocios Internacionales, demostrar su capacidad, conocimiento y competitividad adquiridos durante sus años de estudio, avizorando un mayor profesionalismo en el campo laboral.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Realizar un análisis de factibilidad para la producción de calzado con material textil artesanal y su potencialidad de exportación.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Definir el beneficio del proyecto según el Valor Actual Neto.
- Definir el rendimiento del proyecto según la Tasa Interna de Retorno.
- Definir cuánto representan los costos de la cantidad de ingresos según el Análisis Costo Beneficio.
- Hallar el Punto de Equilibrio físico y monetario.
- Determinar la demanda existente para la producción y su potencialidad de exportación del producto.
- Determinar la oferta existente para la producción y su potencialidad de exportación del producto.
- Definir el volumen de producción óptimo.
- Definir la localización más adecuada para realizar las tareas de producción y exportación.

- Detallar las normas legales exigidas por las leyes peruanas para crear una empresa productora de calzado con material textil.
- Detallar los acuerdos comerciales que tiene Perú con el país óptimo de destino.
- Detallar los requerimientos para exportar calzado con material textil.
- Especificar los canales de comercialización óptimos para realizar la exportación de calzado con material textil al país por seleccionar.
- Detallar los costos de producir calzado con material textil artesanal.
- Detallar los costos de exportación de calzado con material textil artesanal al mercado objetivo identificado y evaluado.

1.5. Marco teórico

1.5.1. Análisis de Mercado

1.5.1.1. Definición

Considerando la definición de Parmerlee (1998, p. 13), el análisis de mercado es aquel que tiene como finalidad la definición, identificación y la posterior evaluación de un determinado entorno en el que se desarrolle algún tipo de actividad comercial. Se realiza el mencionado análisis utilizando información experimental, la cual es previamente coleccionada y tabulada, y que se utilizará para realizar un estudio que nos permita ver de manera sintetizada y precisa la situación a analizar.

Este estudio permite conocer las tendencias, gustos, preferencias del mercado, para poder encontrar y definir nuestro público objetivo, de esta forma precisar el impulso que tienen los clientes

potenciales al momento de realizar una compra y como realizan dicha compra.

De esta forma, el estudio de mercado permite identificar los mercados a los que se ingresará y evaluar su viabilidad presente y futura.

1.5.1.2. Características

De acuerdo a Parmerlee (1998, p. 13-14), un análisis de mercado indica la estructura del mismo, además de las implicancias positivas o negativas que afecten la entrada o expansión de un negocio, por lo cual también se podrá definir cuánto le costaría a una empresa abrir o competir.

Al mismo tiempo se podrá resolver cuál será el beneficio o que se podría pronosticar respecto a las ganancias.

Es por eso que el análisis de mercado se considera como el paso previo para poder desarrollar las tácticas necesarias que permitan obtener las ganancias antes definidas.

La realización de este análisis permite tener un panorama claro del mercado, en otras palabras, interpretarlo en su forma real, lo cual facilitará las decisiones que se tomarán a futuro en cada ámbito de la empresa.

El análisis se debe basar únicamente en el comportamiento del mercado, tomando como referencia o punto de partida al producto, mas no concentrando las actividades en este.

1.5.1.3. Procesos

Según el artículo de Barboza (2007), la evolución del desarrollo de un análisis de mercado se divide en tres pasos:

Paso 1: Entender la situación del mercado. Esta etapa brinda un panorama general y básico acerca del tamaño, los consumidores y la competencia.

Paso 2: Identificación de Oportunidades. La visión que da este paso es mucho más concreta ya que se puede identificar los principales dificultades u oportunidades en el mercado estudiado. Aquí se pueden definir los factores externos, preferencias, crecimiento, entre otros datos acerca de la competencia.

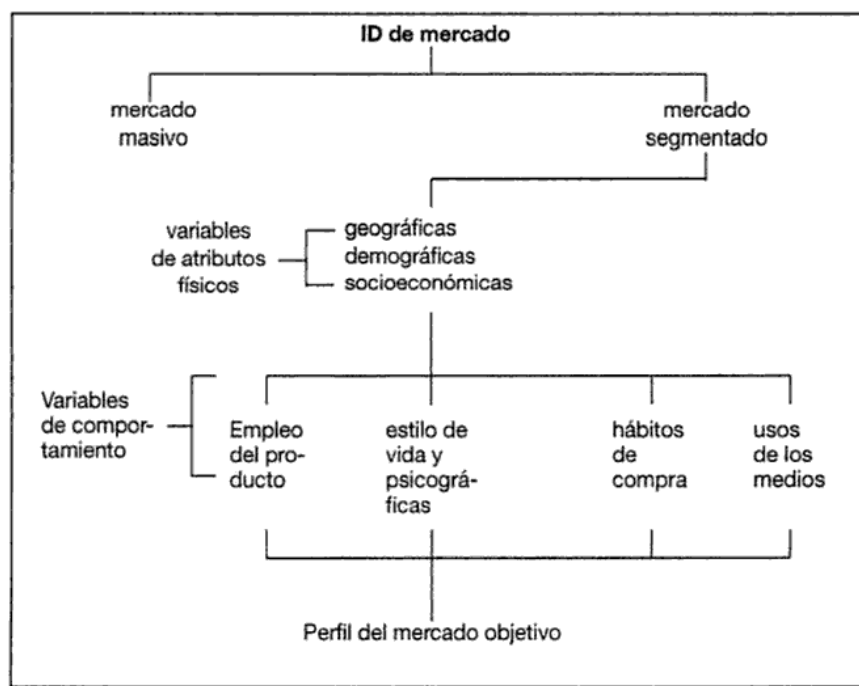
Paso 3: Desarrollo de Estrategias. Para destacar entre los demás competidores se identificarán las oportunidades que tiene el negocio y se desarrollaran las tácticas necesarias que permitan aprovechar las oportunidades del mercado.

1.5.1.4. Metodología

De acuerdo a lo expuesto por Parmerlee (1998, p. 18), la metodología se explicará a través de una figura que indica el procedimiento para seleccionar las variables que ayuden a identificar el mercado. Se utilizarán variables demográficas, geográficas, socioeconómicas y otras necesarias que precisen el estilo de vida de los clientes potenciales, sus costumbres y medios al momento de realizar compras y como utilizan el producto.

Para segmentar los mercados y definir el perfil de los compradores potenciales se puede optar por la opción de acoplar diversas variables como por ejemplo la combinación entre los factores socioeconómicos con el estilo de vida que tienen los clientes.

Figura N°206: Metodología del análisis de mercado



Fuente: Parmerlec, D. (1998). Identificación de los mercados apropiados. Primera Edición. Ediciones Juan Garnica S.A. España. p. 18

1.5.2. Análisis de Factibilidad

1.5.2.1. Definición

De acuerdo a lo explicado por Ramirez & Cajigas (2004, p. 43), la factibilidad se da de acuerdo a un diagnóstico situacional mediante la identificación y descripción de tema en específico, además resulta ser conocido mediante dos etapas fundamentales, las cuales son: el nivel de formulación (que implica establecer paso a paso el proyecto) y el segundo nivel la evaluación (que implica contrastar los resultados planeados).

1.5.2.2. Características

Considerando los aportes de Ramirez & Cajigas (2004, p. 44-45), el motivo más importante por el que se debe realizar un análisis de factibilidad, se basa en la intención de anular o minimizar el riesgo que se presenta al momento de invertir en el proyecto.

Si se realiza un análisis minucioso y completo, se podrá dar respuesta a las interrogantes formuladas y a la vez facilitar un pronóstico más exacto sobre el éxito o fracaso que podría tener el proyecto.

Si el análisis indica de forma cuantitativa que el proyecto no es viable, ya sea por motivos de coyuntura, limitaciones o por circunstancias externas, esto significa que el proyecto generaría pérdidas a los inversores, por lo cual su realización se debe cancelar; por otro lado, si se demuestra la viabilidad del proyecto, esta se traduciría como futuras ganancias para los inversores.

1.5.2.3. Metodología

Según los aportes de Ramirez & Cajigas (2004, p. 45-49, 112, 259), la metodología del análisis de factibilidad estará comprendida en 5 pasos:

- **Paso 1: Presentación de la idea de negocio**

Para iniciar un proyecto se debe plantear una idea de negocio, la cual corresponde al título del proyecto, este título deberá mostrar de forma clara y concreta cual es el cometido del proyecto, a continuación se procede a describir el producto, detallando sus características, sus beneficios y posible valor agregado.

- **Paso 2: Análisis del entorno general**

Para el entorno general se tendrán en cuenta ocho fuerzas que generalmente influyen en las diferentes empresas operativas o en las empresas que se planea instalar.

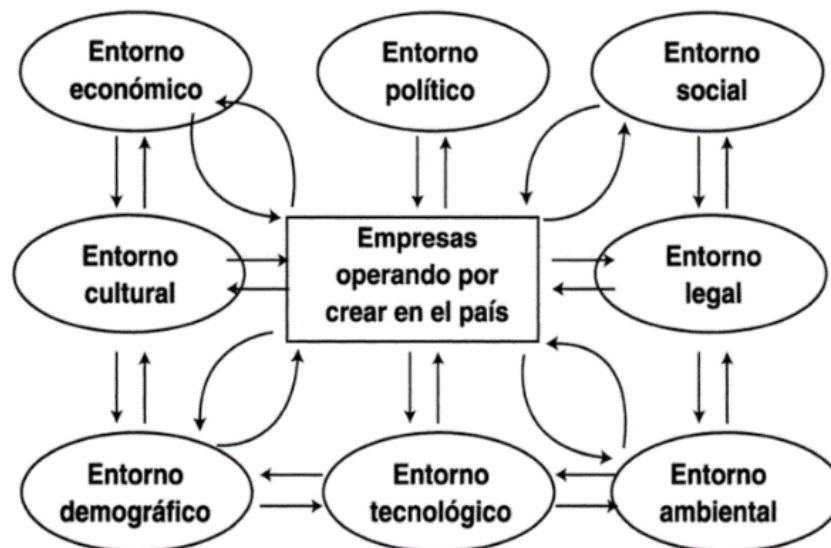
Por tal motivo, es de principal relevancia la identificación de cada una de estas fuerzas como estrategia preventiva, de

esta forma se podrá tomar decisiones a beneficio del proyecto.

Las ocho fuerzas son: económicas, políticas, sociales, legales, ambientales, tecnológicas, demográficas y culturales.

Conociendo cada una de estas fuerzas se podrá interrelacionarlas para identificar las fortalezas y debilidades del proyecto que se viene realizando, además de las oportunidades y amenazas que presentarían las otras empresas.

Figura N° 207: Análisis del entorno general



Fuente: Ramirez, E. Cajigas, M. (2004). *Proyectos de inversión competitivos*. Primera edición. Universidad Nacional de Colombia. Colombia. p. 49.

- **Paso 3: Análisis del entorno sectorial**

Para el entorno sectorial nos enfocaremos en las fuerzas que mueven directa e indirectamente a la competencia, que son los competidores actuales, proveedores, compradores, productores sustitutos y nuevos ingresantes, a continuación se detallará cada uno:

1. En los competidores actuales incide:

- La mutua dependencia
- Bastantes competidores equilibrados
- Crecimiento lento del sector industrial
- Altos costos fijos
- Similitud en los costos fijos
- Incrementos en la capacidad instalada
- Diversidad de estrategias y proyecciones
- Dificultad para salir del negocio

2. Los proveedores presionan:

- Amenazando con subir precios
- Disminuyendo calidad y servicio
- Al ser pocos y fuertes vendiendo a muchos y débiles
- Si no existen sustitutos eficientes
- Al ser sus materiales vitales al comprador
- Vendiendo productos diferenciados
- Con otros factores

3. Los compradores influyen:

- Al forzar la baja de precios
- Exigiendo calidad y servicios a precios constantes
- Comprando grandes volúmenes
- Usando productos estándar n diferenciados
- Disponiendo de varios proveedores
- Al ser sus utilidades bajas
- Con otros factores

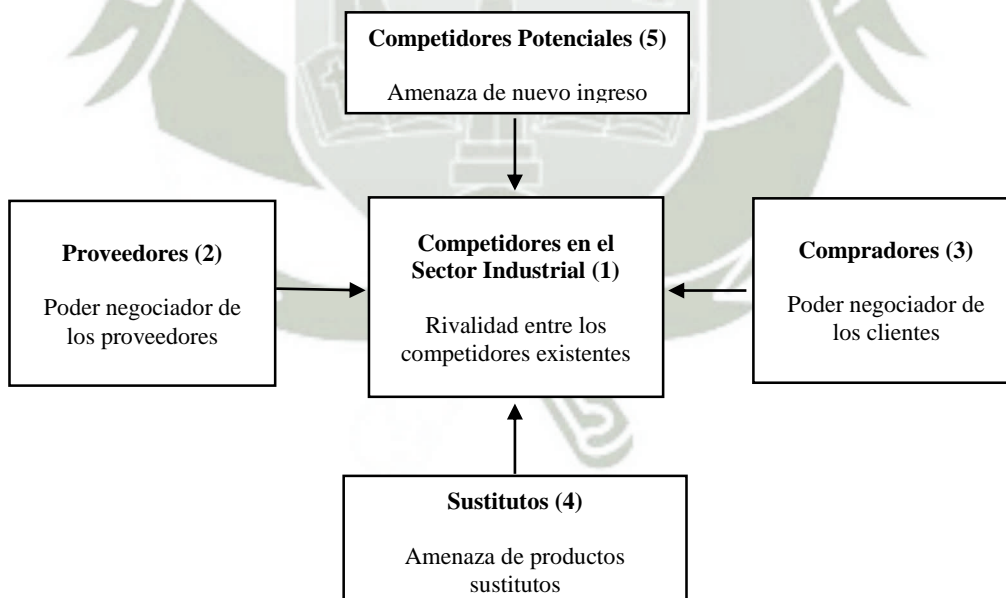
4. Los productores sustitutos presionan mediante:

- Posibilidad de reemplazo
- Precios más bajos
- Calidad y servicios competitivos
- Tendencias de mejoramiento en el mercado
- Con otros factores

5. Nuevos ingresantes son atraídos por:

- Un alto margen d contribución de los productos
- Pocos y débiles competidores
- Relativa baja inversión
- Productos poco sofisticados
- Acceso a canales de distribución
- Otros factores

Figura N° 208: Fuerzas Competitivas de Porter



Fuente: Ramirez, E. Cajigas, M. (2004). **Proyectos de inversión competitivos.** Primera edición. Universidad Nacional de Colombia. Colombia. p. 112

- **Paso 4: Análisis por áreas funcionales del proyecto**

1. **Área de gestión y dirección**

Objetivo: Identificar y unir los procesos de la organización para lograr mejora económica continua, a través de la valoración de los recursos humanos.

Actividades:

- Establecer estrategias
- Integrar equipos de acción
- Definir planes
- Alcanzar resultados
- Liderar mediante el ejemplo del trabajo eficiente

2. **Área de mercadeo y ventas**

Objetivo: Conocer y analizar de forma permanente el mercado, observando compradores, proveedores, competidores actuales, sustitutos, competidores potenciales, generando estrategias directas para los consumidores finales del producto.

Actividades:

- Ventas
- Investigación
- Publicidad
- Promoción
- Creación e innovación de productos
- Lanzamiento y eliminación de productos
- Estrategias, objetivos y metas en mercado.

3. Área de producción

Objetivo: Fijar como meta la búsqueda de la eficiencia constante en la producción y elaboración de los productos.

Actividades:

- Diseño de sistemas de producción
- Desarrollo y proceso de producción
- Normalización integral del producto
- Inventarios
- Estrategias, objetivos y metas en producción

4. Área de recursos humanos

Objetivo: Elegir y conservar un equipo eficiente de trabajo, que realice sus labores de forma proactiva y creativa, brindándoles siempre las mejores condiciones laborales para conservar la productividad y competitividad de la empresa.

Actividades:

- Selección y contratación
- Escala salarial
- Bienestar laboral
- Capacitación y evaluación
- Estrategias, objetivos y metas con y para el recurso humano

5. Área de contabilidad y finanzas

Objetivo: Buscar la optimización y el control de los recursos financieros con el fin de cubrir los gastos y costos que requiera la empresa en cada área.

Actividades:

- Contabilidad
- Análisis financiero
- Presupuesto
- Costos
- Tesorería
- Precios de venta
- Punto de equilibrio
- Financiación
- Proyectos
- Estrategias, objetivos y metas financieras

- **Paso 5: Decisión de montar la empresa**

Como paso final se podrá elegir si se llevará a cabo la implementación de la empresa o si se anulará el proyecto.

Esta elección se basará en los resultados que brindará el valor actual neto, la tasa interna de retorno y el análisis costo beneficio, debido a que estos indicadores reflejan la verdadera situación de la empresa de forma interna comparándola con el ámbito externo, sus resultados se muestran de forma cuantitativa y específica lo que da facilidad al momento de analizarlos.

1.5.3. Análisis de Costos

1.5.3.1. Definición

La definición de Billene (2016, p.92) indica que todo recurso monetario que se gastará para alcanzar un determinado fin, muy aparte de la medición que estos tengan, forman parte del denominado “costo”.

1.5.3.2. Características

Billene (2016, p. 94, 98-99) también nos indica que los costos implican un “sacrificio de recursos” y estos deben ser “económicos” como la tierra, el trabajo o el capital, además de tomar en cuenta el “tiempo” utilizado, el cual también implica un costo.

De esta manera se podría afirmar que los costos son la relación entre el objetivo y el consumo de los recursos necesarios para alcanzarlo.

1.5.3.3. Tipología

Leiva (2007, p. 106), propone la siguiente tipología de costos:

- **Costos de Producción**

De acuerdo al volumen de producción los costos se dividen de la siguiente manera:

- **Costos Fijos**

No varían ni dependen de la cantidad que produzca la empresa

- **Costos Variables**

Este tipo de costo varía de una forma proporcionalmente directa a la cantidad que produce la empresa. Si es que esta aumenta en una unidad su producción, el costo variable aumentará en la misma proporción. Mientras los costos variables de producir sean menores al precio de venta, se puede tomar la decisión de hacer crecer la empresa.

Por otro lado, Mercado (2004, p. 144) nos indica que entre los costos variables se tiene los costos de exportación:

- **Costos de Exportación**

Implican todo gasto que se realice para introducir la mercadería en una localidad diferente de donde se encuentre el centro de producción. Se tienen los siguientes:

- Costos de empaque y embalaje
- Flete al punto de venta convenido
- Seguro de transporte
- Seguro de riesgo
- Despacho Aduana
- Costos de cobranza bancaria
- La moneda que se está utilizando
- Si la cotizaciones FOB, CIF, FAS, etc.

1.5.4. Análisis Económico - Financiero

1.5.4.1. Definición del Análisis Económico

Tomando en cuenta la definición de De Jaime (2010, p. 23), un análisis económico determina que tanto puede crear de utilidades una empresa así como tener un beneficio sostenible durante un periodo de tiempo establecido. En este sentido, y sabiendo que el principal fin de una empresa es generar utilidades, el análisis económico expresa si la actividad empresarial marcha bien o si su funcionamiento es malo.

1.5.4.2. Características del Análisis Económico

Según De Jaime (2010, p. 24), el análisis económico debe resultar de la correcta administración de cada directivo, la cual se refleja

en el beneficio conseguido por la empresa, o por la pérdida, que se ocasionaría por una mala gestión, en un tiempo definido de su trayectoria.

1.5.4.3. Definición del Análisis Financiero

De Jaime (2010, p. 23) argumenta que el análisis financiero determina la capacidad de la empresa para cumplir debidamente con los gastos que necesite hacer.

1.5.4.4. Características del Análisis Financiero

Para De Jaime (2010, p. 24), el análisis financiero debe medir que tan buena es la liquidez con la que cuenta la empresa en un determinado momento.

1.5.4.5. Características del Análisis Económico-Financiero

Tomando en cuenta a De Jaime (2010, p. 23) la conjunción del análisis económico con el análisis financiero actúa como equilibrador del enfoque económico y como creador de utilidades, además de analizar la liquidez con la que esta cuenta. Este análisis presenta tres indicadores que se describirán a continuación:

Según Leiva (2007, p. 105-106), para este análisis contamos con tres indicadores esenciales, que son los siguientes:

Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto, es la cantidad de dinero que deriva de la resta del conjunto de los flujos o entradas futuras del proyecto a la inversión inicial. La tasa de descuento o actualización es la tasa mínima aceptable.

Es viable la creación o expansión de un negocio si su VAN es positivo, y si este fuera negativo, el proyecto no es viable y tendrían que descartarse las mencionadas alternativas.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es una tasa de descuento que hace que la inversión inicial sea igual a los flujos de entrada descontadas. De esta manera, el VAN se iguala a cero.

Para considerar que un proyecto es positivo, es necesario que la TIR sea mayor a las tasas de interés de otras opciones.

Punto de equilibrio

En la opinión de Horngren (2007, p. 65), el punto de equilibrio se da en el momento en el que el total de costos iguala a los ingresos. Es decir que a ese punto de cantidad de productos vendidos, la utilidad es igual a cero. Este indicador muestra el punto en que deben dejar de producir para evitar caer en una pérdida operativa.

1.5.5. Análisis de la Empresa

1.5.5.1. Definición

Tomando en consideración a Gil & Giner (2007, p. 27), se puede definir “empresa” desde diferentes enfoques:

- **Como institución de empresario:** en esta definición no se hacen diferencias respecto a quien es el dueño de la empresa o que está a cargo de dirigirla.
- **Como unidad de beneficio:** Aquí se determina que el principal y único fin de la empresa es el de generar utilidades, por lo cual se estarían excluyendo a aquellas empresas que no generan un superávit para sus dueños, como por ejemplo las empresas del estado.

- **Como combinación de factores:** Esta definición sugiere que la empresa tiene como principal actividad la producción o prestación de servicios, y que esto se lleva a cabo mediante la combinación de diferentes factores como son:
 - Factores elementales (trabajo, materia prima, equipo, etc.)
 - Factores dispositivos, (dirección, planificación, control, organización, etc.)

1.5.5.2. Características

Tomando como referencia a García (1994, p. 112-113), se pueden definir las siguientes características de una empresa desde el enfoque de su estructura:

- La empresa tiene una dimensión técnica y tecnológica, en la cual se ve cual es el proceso desde la transformación de la materia prima hasta tener un producto final listo para la venta.
- La empresa tiene una dimensión económica, es decir, se puede materializar en un precio cada factor involucrado en los recursos que tiene la empresa a su disposición y se puede hacer un cálculo de estos.
- La empresa tiene una dimensión social, ya que cada una de las personas que trabajan en ella tienen características específicas, las cuales pueden modificar las condiciones en las que se asignan estos recursos humanos a la empresa.
- La empresa tiene una dimensión institucional y organizativa, puesto que se tiene que administrar y elegir la mejor alternativa en cada proceso de la organización.

En resumen, en una empresa, se persiguen diferentes objetivos que hacen que esta definición sea mucho más amplia. Se podría decir entonces que la empresa es un sistema armonizado de metas y prioridades que permiten que la misma cumpla con las tareas necesarias para llevar a cabo las tareas de producción.

1.5.5.3. Tipología

Para García (1994, p. 105-106), por el entorno en el que se desarrollan las actividades de la empresa, se propone la siguiente clasificación:

- Empresas extractivas.
- Empresas industriales.
- Empresas de servicios.
- Empresas agrícolas.
- Empresas bancarias.
- Empresas de seguros.
- Empresas de transportes.

1.5.6. Producción

1.5.6.1. Definición

Tomando en consideración lo explicado por Rosales (2016, p. 60), al momento de definir producción se la puede relacionar directamente con la adquisición de bienes tangibles, tomando como ejemplo, computadoras, casacas, etc.

Para buscar una definición más completa se dice que la producción implica todo proceso que involucre un conjunto de elementos o bienes para combinarlos y generar otros bienes distintos.

1.5.6.2. Tipología

Según Cuatrecasas (2011, p. 469-470), existen tres tipos de producción o tres tipos de estructura, denominada clasificación VAX, basada en el tipo de implementación, a continuación se detallará cada una:

- **Estructura V**

Para las producciones en masa, con gran cantidad de volúmenes.

Se puede identificar esta estructura como la que utiliza pocos materiales en su proceso de producción para generar una gama variada de productos terminados, como por ejemplo las empresas que producen lácteos, cuentan con pocos elementos de producción, teniendo la leche como principal material, con el fin de producir una variedad de productos diferentes.

- **Estructura A**

Para las producciones realizadas bajo pedido o que varían (tipo taller).

Se puede identificar esta estructura como la que utiliza gran cantidad de materiales en su proceso de producción para generar una menor cantidad de productos terminados, pueden considerarse en esta estructura los productos que resulten complejos de fabricar y que incluso se fabriquen una o pocas piezas, como por ejemplo las empresas que construyen edificios.

- **Estructura X**

Denominada también como reloj de arena.

Se puede identificar esta estructura como la que utiliza casi la misma cantidad de materiales en su proceso de producción como la cantidad de sus productos terminados, como por ejemplo las empresas que producen automóviles o computadoras, que inician su producción con varios materiales como (motores, llantas, etc) y que al combinar tecnología con diferentes procesos de ensamblaje brindan la obtención de una gran gama de productos terminados.

1.5.7. Calzado

1.5.7.1. Definición

En palabras de Ramirez & Cajigas (2004, p. 97), la definición de calzado viene a ser todo lo que se pueda emplear en los pies y que tenga como finalidad ser utilizado para caminar, correr, descansar, etc., por cualquier tipo de público respecto a género, gustos, edades, nivel socioeconómico, etc.

1.5.7.2. Características

Según Martínez (2006, p. 90), la fabricación de calzado como un producto meramente artesanal, ha cambiado en el último siglo ya que esta industria ha sumado a sus labores la automatización y mecanización de sus labores productivas.

La especialización en la elaboración de este producto es una característica esencial, ya que los clientes ahora no sólo buscan satisfacer una necesidad, si no también que su calzado sea un objeto de moda y confort. Es este valor agregado el que ha permitido que la industria de calzado se comercialice a nivel mundial.

Otra característica que ha ayudado a que esta industria se expanda son los bajos costos de producción que este producto representa para algunos países en especial, como China, Taiwan, etc. Esto se

debe a que los mencionados países han desarrollado su nivel de industrialización al máximo, lo que abarata los costos de mano de obra, además de los materiales sintéticos que estos utilizan para la fabricación, permitiéndoles así penetrar a mercados internacionales.

1.5.7.3. Tipología

European Commission. (2016) enumera los siguientes tipos de calzado, los cuales suelen ser los más comunes en su comercialización:

- Zuecos
- Alpargatas
- Chanclas o chancletas
- Botas de marcha
- Sandalias indias
- Mocasines
- Calzado de seguridad
- Sandalias, sandalias indias
- Zapatos
- Zapatillas
- Balerinas

1.5.8. Textil Artesanal

1.5.8.1. Definición

Según lo que indican Ypeij & Zoomers (2006, p. 153), el textil artesanal puede definirse como la continua producción de prendas de vestir con características étnicas y decorativas realizadas por artesanos basadas en su cultura.

1.5.8.2. Características

De acuerdo a lo que indican Ypeij & Zoomers (2006, p. 148,153-154), los artesanos tienen que tejer de forma artística, representando historias que ensamblen su cultura con una combinación adecuada de colores y formas.

Se deben basar solo en cosas netamente culturales, alejándose de las influencias actuales o modernas, ya que esto perdería el valor intrínseco de su arte.

Con el tiempo los artesanos transformaron sus patrones de producción y, por ende sus textiles con el fin de ingresar al mercado turístico.

Los textiles tradicionales han evolucionado de ser una prenda de vestir básica en souvenir turístico, volviéndose así en un recurso económico para los artesanos.

1.5.9. Potencialidad

1.5.9.1. Definición

De acuerdo a Márquez (2016), la definición de potencialidad es:

- Es la capacidad para hacer algo o producir algo
- Cosa que tiene posibilidad de ser o de existir en el futuro
- Que no es o no existe, pero tiene la posibilidad de ser o de existir en el futuro

1.5.10. Exportación

1.5.10.1. Definición

De acuerdo a lo expuesto por Castro (2008, p. 109), la exportación cumple un rol económico basado en trasladar mercancías desde

un país hacia otro, cruzando las fronteras impuestas por cada nación, ya sean terrestres o marítimas.

1.5.10.2. Características

Tomando en consideración lo explicado por Claver & Quer (2016, p. 37-38), la característica más importante en la exportación radica en que sólo se produce la mercancía en el país que decide exportar, el cual provee a diferentes destinos o países mediante transacciones comerciales.

La exportación tiene una cantidad de ventajas y desventajas, entre las ventajas tenemos:

- Permite la eliminación del costo que significaría producir la mercancía en el país de destino.
- Permite a las empresas nacionales la posibilidad de producir a escala, ya que la elaboración de sus productos se centran en el país de origen para consecuentemente ser enviados a diferentes mercados internacionales.

Entre sus desventajas tenemos las siguientes:

- Altos costos de transporte que podrían disminuir la rentabilidad del proyecto de exportación.
- La creación de barreras arancelarias por parte de los mercados internacionales.

1.5.10.3. Tipología

Según Otero (2008, p. 80-84), se dividirá la tipología de exportación en tres: la exportación directa, la exportación indirecta y la exportación compartida.

- **La exportación directa**

La empresa en cuestión es quien realiza el proceso de exportación sin tener que contratar intermediarios. Este método le permite la comunicación directa con sus compradores potenciales, para lo cual la empresa debe analizar a que país le resulta más rentable el proceso de exportación y que canales de distribución facilitarán su envío.

El contacto directo de la empresa con sus compradores puede catalogarse como riesgoso e inclusive más costoso que la exportación indirecta, sin embargo le permite el control completo de la comercialización de la mercancía y por ende acrecentar sus ganancias.

- **La exportación indirecta**

Presenta también el nombre de venta subcontratada, es decir que la empresa buscará exportar a través de un intermediario, quien es una persona especializada en los trámites que se necesitan y en todo el proceso de exportación en general.

La empresa o empresario, se desliga por completo del proceso de exportación, después de haber producido la cantidad de mercancía pactada, es el intermediario quien se encarga de asumir el riesgo del proceso en cuestión, realizando las actividades necesarias para que la mercancía llegue a su destino.

Las compañías que realizan la labor de intermediarias se denominan trading companies, especializadas en todos los procesos de importación y exportación, debido a su participación a nivel mundial permiten que empresas no especializadas logren acceder a mercados internacionales.

Las trading companies pueden proceder de dos formas:

- Siendo intermediarias simples, relacionando al exportador con el importador, cobrando una comisión por su trabajo de intermediación.
 - Adquiriendo el riesgo de compra venta, en el cual la empresa gana una comisión representada en la diferencia entre el precio pagado por la empresa importadora y el cobrado por la empresa exportadora.
- **La exportación compartida**

Sirve como una estrategia en la cual, las empresas que no tienen la capacidad de exportar por ellas mismas, deciden unirse con otras empresas para lograr una organización colectiva, de esta forma buscan alcanzar el beneficio conjunto a través de la exportación.

1.5.11. Esquema Estructural

- Carátula
- Dedicatoria
- Epígrafe
- Índice
- Introducción
- Resumen
- Capítulo 1: Aspectos Metodológicos
 - Aspectos Generales del Sector Calzado
 - Condiciones del Sector Calzado
 - Producción de Calzado
 - Situación Comercial del producto para la exportación
 - Canales de Exportación
- Capítulo 2: Resultados
 - Estudio de Mercado
 - Estrategias

- Viabilidad de exportación
- Análisis de costos
- Conclusiones
- Sugerencias
- Bibliografía
- Anexos

1.5.12. Antecedentes

1.5.12.1. Rodríguez, C. (2014). Estudio de pre factibilidad para la producción y exportación de aceite de palta. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Perú. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5397>.

El aceite de palta extravirgen es un producto que se considera atractivo para el mercado gourmet por su sabor exótico y único, considerando sus características que benefician a la salud.

Es por lo cual que el objetivo de esta tesis radica en realizar un análisis de viabilidad técnica, económica y comercial para la producción y exportación de aceite de palta. Teniendo la propuesta del producto que comprende ofrecer un aceite con fines culinarios orientados a segmentos con demandas gourmet.

Se busca resaltar los beneficios del producto junto con la contribución social al ofrecer mejores condiciones laborales de los agricultores y oportunidades para sus productos.

1.5.12.2. Uribe, C. (2014). Estudio de factibilidad de industrialización y exportación de uva al mercado de Estados Unidos. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Perú. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/544>.

El objetivo de esta tesis radica en determinar de viabilidad técnica, económica y financiera de la instalación de una planta de empacado de uva en el departamento de Piura.

Para lo cual se realizó un estudio estratégico que determinó a Estados Unidos como país óptimo para la comercialización del producto, aprovechando las ventajas que presenta dicho país destino, como la eliminación de barreras arancelarias y el aumento de importación de productos peruanos.

Además se busca definir la cantidad óptima de producción y exportación, el tamaño específico de la planta y del producto en sí, con el fin de generar ganancias y rentabilidad.

1.5.12.3. Reyes, N. (2006). Factibilidad de empresa productora y procesadora – exportadora de Esparrago Verde. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Perú. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/997>.

Se debe buscar el desarrollo de un país a través de mejorar su nivel de competitividad para participar en el mercado mundial.

El Perú se insertó en el crecimiento continuo de sectores como el agro – exportador, contando como beneficios como la eliminación de aranceles.

Es por lo cual que el objetivo de esta tesis radica en determinar, evaluar y concluir la viabilidad técnica, económica y financiera de un proyecto de inversión para la exportación de esparrago verde a USA principalmente y como base para otros posibles mercados como España u otros.

1.6. Hipótesis

Dado que, se lleve a cabo un análisis de factibilidad considerando los principales aspectos del mercado objetivo; es probable que, con ello se describa la producción del calzado con material textil artesanal y su potencialidad de exportación.

2. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

Tabla N°140: Análisis y Operacionalización de Variables

Variables	Subvariables	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
Variable Dependiente Producción de calzado con material textil artesanal y su potencialidad de exportación	Análisis Económico - Financiero	Valor Actual Neto (VAN)	Observación	Ficha de Observación
		Tasa Interna de Retorno (TIR)	Investigación documental	Fuentes en Internet y libros
		Análisis Costo Beneficio	Encuestas	Cuestionario
		Punto de Equilibrio		
Variable Independiente Análisis de Factibilidad	Análisis de Mercado	Demanda del Producto	Observación Investigación documental. Encuestas	Ficha de Observación Fuentes en Internet y libros Cuestionario
		Oferta del Producto		
	Análisis de la Empresa	Volumen de producción		
		Localización		
		Normas Legales		
	Proceso de Exportación	Acuerdos Comerciales		
		Requerimientos para exportar		
		Canales de Comercialización		
	Análisis de Costos	Costos de Producción		
		Costos de Exportación		

Fuente: Elaboración Propia

2.1. Técnicas e Instrumentos

- **Técnicas:**
 - Observación: Se observarán los fenómenos a estudiar con el fin de obtener determinada información necesaria para la investigación.

- Investigación Documental: Esta técnica ofrecerá datos, cifras e información de textos (revistas, periódicos) y estudios relacionados a la materia de investigación.
- Encuesta: Se realizará una encuesta dirigida a los artesanos textiles con el fin de obtener información relevante respecto al producto.

- **Instrumentos:**

- Ficha de Observación: Mediante esta ficha se podrá sintetizar las fuentes secundarias halladas, sobre los posibles mercados objetivos.
- Fuentes en libros e Internet: Brindará una mayor información acerca de la actualidad del sector productor de calzado y su potencial de exportación.
- Cuestionario: Mediante este se encuestará a los artesanos textiles con el fin de obtener información relevante respecto al producto.
- Estadísticas y resúmenes analíticos.

2.2. **Campo de verificación**

2.2.1. **Ámbito**

Arequipa - Caylloma, Perú.

2.2.2. **Temporalidad**

El periodo de tiempo para el desarrollo del presente trabajo de investigación, comprende a partir del mes de Diciembre del año 2016 al mes de Abril del año 2017.

2.2.3. Unidades de Estudio

- **Universo**

Cantidad de Artesanos de la Provincia de Caylloma, residentes en la localidad del Colca, según la Municipalidad de Caylloma (155).

- **Muestra**

Donde:

Z= = nivel de confianza 1.96

e= error permisible 0.05

p= grado de homogeneidad 0.50

q= grado de heterogeneidad 0.50

N=tamaño de población 155

n= tamaño de muestra ¿?

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

n= 148.862/1.3454

n= 110.6452

El número de encuestas a realizar será de 111.

2.3. Estrategia de Recolección de Datos

Para el desarrollo de este estudio de investigación se utilizará las siguientes estrategias, las cuales permitirán obtener datos primarios y secundarios.

- **Investigación de Campo**

En el presente estudio se realizará el registro y recolección de la información referente al comportamiento y el nivel de aceptación que presentarán los posibles mercados objetivos, respecto al lanzamiento del calzado con material textil artesanal, a través de técnicas e instrumento necesarios.

- **Investigación Documental**

Se hará una investigación documental por medio de fuentes de Internet, revistas, artículos, periódicos, con respecto a la materia de investigación, con el propósito de saber la situación actual del producto en el mundo y su potencialidad de exportación.

2.4. Recursos Necesarios

2.4.1. Humanos

Investigadoras:

- Allison Andrea Lazo Carrión
- Daniela Tathiana Velarde Rodríguez

2.4.2. Materiales

- Computadoras
- Folders y Cuaderno de notas
- Internet
- Impresiones
- Lapiceros
- Memoria USB
- Papel bond
- Fotocopias

2.4.3. Financieros

Tabla N°141: Recursos Financieros

Características	Costo por unidad (S/)	Total (S/)
Pasajes para transporte	S/.50	S/.100
Viáticos	S/.50	S/.100
Memoria USB	S/.15	S/.30
Folders y cuadernos de notas	S/.20	S/.40
Impresiones	S/.25	S/.50
Papel Bond y copias	S/.100	S/.100
Lapiceros	S/.1.5	S/.12
		S/.432

Elaboración: Propia

2.5. Cronograma

Tabla N°142: Cronograma

ACTIVIDADES	MESES				
	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.
1. Recolección de información	X	X			
2. Preparación y presentación del plan de tesis	X	X			
3. Aprobación del plan de tesis			X		
4. Desarrollo del plan de tesis				X	
5. Análisis e interpretación de datos				X	
6. Presentación del borrador de tesis					X

Elaboración: Propia

ANEXO N°2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES
<p>PROBLEMA GENERAL ¿De qué manera va a contribuir un análisis de factibilidad en la producción de calzado con material textil artesanal y su potencialidad de exportación?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Realizar un análisis de factibilidad para la producción de calzado con material textil artesanal y su potencialidad de exportación.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL Dado que, se lleve a cabo un análisis de factibilidad considerando los principales aspectos del mercado objetivo; es probable que, con ello se describa la producción del calzado con material textil artesanal y su potencialidad de exportación.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE Análisis de Factibilidad</p> <p>INDICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Demanda del producto - Oferta del producto - Volumen de producción - Localización - Normas legales - Acuerdos comerciales - Requerimientos para exportar - Canales de comercialización - Costos de producción - Costos de exportación <p>VARIABLE DEPENDIENTE Producción de calzado con material textil artesanal y su potencialidad de exportación</p> <p>INDICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valor Actual Neto - Tasa Interna de Retorno - Análisis Costo / Beneficio - Punto de equilibrio

Elaboración: Propia

ANEXO N°3: CUESTIONARIO DE ENCUESTA

CUESTIONARIO

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE CALZADO CON MATERIAL TEXTIL

ARTESANAL

El presente cuestionario tiene el objetivo de conocer, identificar y analizar los factores que intervienen en el proceso productivo de textiles artesanales que se producen en la provincia de Caylloma.

Marcar con una (X) la alternativa que considere adecuada a su criterio.

Edad:.....

Sexo: F () M ()

Ubicación:.....

Tipo de artesano:

1. ¿Quién o quienes compran la mayor parte de su producción artesanal?

Consumidor Nacional

Consumidor Nacional y

Consumidor Extranjero

Extranjero

2. ¿Exporta sus productos?

SI

NO

3. ¿Qué tipo de productos textiles produce?

Prendas de vestir

Bordados

Souvenir

Tejidos

Varios

Observe la siguiente pieza textil:



4. ¿Cuenta usted con experiencia previa en este tipo de trabajo?
- Sí No
- (En caso de haber marcado NO, pasar a la pregunta N°9)
5. ¿En cuánto tiempo terminaría la siguiente pieza textil en un tamaño de 1.5m x 3m?
- 0 - 5 horas 2 a 5 días
- 6 - 10 horas Más de 5 días
- 11 horas - 1 día
6. ¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil de 1.5m x 3m?
- S/.0 - S/.50 S/.101 a más
- S/.51 - S/.100
7. ¿Qué material considera ideal para realizar la mencionada pieza textil de 1.5m x 3m?
- Lana Material Sintético
- Fibra de Alpaca Aleación de fibras
- Hilo
8. ¿Cuántas piezas textiles en un tamaño de 1.5m x 3m cree que pueda realizar en una semana?
- 0-25 101-200
- 26-50 201 a más
- 51-100

Observe el siguiente diseño:



9. ¿Cuenta usted con experiencia previa en este tipo de trabajo?
- Sí No
(En caso de haber marcado NO, pasar a la pregunta N°14)
10. ¿En cuánto tiempo terminaría la siguiente pieza textil, bordada en un tamaño de 5cm x 5cm?
- 0 – 2 horas 6 – 10 horas
 3 - 5 horas 11 horas - 1 día
11. ¿Qué precio cobraría usted por la mencionada pieza textil bordada de 5cm x 5cm?
- S/.0 – S/.20 S/.51 a más
 S/.21 - S/.50
12. ¿Qué material considera ideal para realizar la mencionada pieza textil bordada de 5cm x 5cm?
- Lana Material Sintético
 Fibra de Alpaca Aleación de fibras
 Hilo
13. ¿Cuántas piezas textiles en un tamaño de 5cm x 5cm cree que pueda realizar en una semana?
- 0-25 101-200
 26-50 201 a más
 51-100

14. ¿Qué tipo de instrumentos utiliza para realizar sus tejidos?
- Artesanales Artesanales e industriales
- Industriales
15. ¿Cuál de los dos productos previamente descritos le sería más difícil de elaborar?
- Pieza textil en un tamaño de 1.5m x 3m (Liclla)
- Pieza textil, bordada en un tamaño de 5cm x 5cm
16. ¿Realiza usted el diseño de sus productos a pedido?
- Sí No
17. ¿Tiene usted la disponibilidad necesaria para suministrar los productos mencionados anteriormente de manera regular a una empresa?
- Sí No
18. En caso de trabajar con una empresa, ¿estaría de acuerdo en que su trabajo sea reconocido y expuesto como una pequeña biografía en la decoración de las cajas del producto?
- Sí No
19. ¿Los conocimientos textiles que usted tiene los ha adquirido mediante estudios especializados?
- Sí No
20. ¿Usted estaría dispuesto a compartir sus conocimientos con diferentes tejedores y con esto conseguir un crecimiento individual y de grupo?
- Sí No
21. ¿Consideraría que producir para una empresa mejoraría su calidad de vida?
- Sí No
22. ¿Qué le frena a Ud. para incrementar sus ventas?
- Dificultad para ingresar a nuevos mercados
- Falta de financiación
- Falta de personal cualificado
- Falta de tecnología
- Entorno social adverso (falta de oportunidades)
23. ¿Qué hace Ud. mejor que sus competidores?
- Diseño
- Velocidad de producción
- Precio
- Otro

ANEXO N°4: ENTREVISTA

CUESTIONARIO

INVESTIGACIÓN DE MERCADO PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE CALZADO CON MATERIAL TEXTIL ARTESANAL

El presente cuestionario tiene el objetivo de conocer, identificar y analizar los factores que intervienen en la elaboración de calzado en Arequipa.

Nombre: Rodrigo's Composturas

Edad: 48

Sexo: F (x) M ()

Pregunta 1: ¿Cuál es el proceso para elaborar balerinas de tela?

En orden de elaboración, el proceso de calzado es el siguiente:

- Sacar el modelo: la horma, que en caso de ser balerina, esta debe ser ancha y redonda.
- Cuando ya se tiene la horma, el material (cuero, tela, etc.) se traza y se corta según el modelo del calzado.
- El aparado, que viene a ser la costura del calzado.
- El armado, que se hace encima de la horma, para darle forma al zapato.
- Posteriormente se coloca la planta que está hecha de goma, caucho y otras variedades.
- Finalmente, la plantilla, que es la parte interna visible del zapato, y la que contiene la etiqueta con las especificaciones técnicas.

Pregunta 2: ¿Qué materiales se pueden utilizar y de donde se consiguen?

El exterior del calzado que este local trabaja puede ser gamuza, material sintético y/o cuero.

La planta se hace generalmente de caucho, ya que en material PVC se desgasta mucho más rápido

La plantilla (o falsa) está hecha de Plasti Flex o material acrílico.

La puntera y la talonera, también está hecha de Plasti Flex pero a comparación de la plantilla, este es un milímetro más delgado.

El forro esta hecho de badana.

Para el armado, y durante toda la elaboración del calzado en sí, se utiliza hilo y pegamento.

Las etiquetas son encargadas a la empresa Orión.

Pregunta 3: ¿Cuál es el costo promedio de los materiales que se utilizan para la elaboración de balerinas?

material	medida	unidad de medida	precio
Plasti Flex	1.5 x 1	metros	S/.10
Badana	1.5 x 1	metros	S/.20
Plantilla	1	par	S/.2
Suela	1	par	S/.8.25
Terocal	galón	galón	S/.33
Etiquetas	-	1 millar	S/.70
Molde	cartón cartulina	unidades	S/.2
Clavos	100	unidades	S/.1.6

Pregunta 4: ¿Cuál es el tiempo promedio para la elaboración de un par de balerinas y cuántas podría producir en una semana/mes?

Cuando el tipo de calzado es nuevo, se utiliza todo un día para sacar el modelo que se usará para elaborar los demás zapatos.

Una vez que se estandariza el modelo, se pueden elaborar una docena de zapatos en un día, es decir, 240 zapatos al mes.

Pregunta 5: ¿Cuánto cobraría por elaborar balerinas de tela, dándole nosotras las piezas textiles que deben acoplarse en el calzado?

Entre 15 y 25 soles por par de balerinas. Este precio depende también de la cantidad de balerinas que se mande a producir.

