



Yura: Relaciones internacionales

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Revista electrónica: ISSN 1390-938X

Nº 3: Julio - septiembre 2015

Inteligencia de negocios en el comercio internacional de calzado deportivo entre Ecuador y
Asia pp. 1 -17

Gutiérrez Romero, José David

Todotrade Capacitación y Negocios Internacionales

Quito-Ecuador

Rafael García y Manuel Cherez s/n.

josedavidgr1990@hotmail.com

Inteligencia de negocios en el comercio internacional de calzado deportivo entre Ecuador y Asia

Inteligencia de negocios en el comercio internacional de calzado deportivo entre Ecuador y Asia

José David Gutiérrez Romero
Unidad de las Fuerzas Armadas ESPE
josedavidgr1990@hotmail.com

Resumen

1

El presente proyecto de investigación fundamenta su metodología a partir de la aplicación del sistema de inteligencia de negocios en comercio internacional desarrollado en la revista YURA y su contextualización en la industria del calzado deportivo entre Ecuador y Asia. Dicha herramienta permitió conocer la situación actual del sector e identificó factores que se consideran como estratégicos en las actividades comerciales de la industria. Los criterios estudiados se alinearon con: las relaciones comerciales bilaterales, la política comercial del país, los montos de las operaciones comerciales, las empresas proveedoras y sus clientes, los elementos que motivan la participación en el sector, las cifras comerciales, el medio de transporte, distritos aduaneros..., entre otros, información obtenida de las técnicas de investigación relacionadas con bases de datos y encuestas. Se utilizó un modelo matemático lineal para la validación de influencias encontrándose como novedad principal que la política comercial implementada en el Ecuador es la dimensión que prioritariamente debe ser tomada en cuenta al momento de ingresar a trabajar en éste sector.

Palabras clave

Inteligencia de negocios, comercio internacional, modelo matemático, calzado deportivo.

Abstract

This research project bases its methodology from the application of business intelligence system in international trade developed in the journal Yura and its contextualization in the athletic footwear industry between Ecuador and Asia. This tool allowed the current situation of the sector and identified factors that are considered as strategic in the commercial activities of the industry. The criteria studied were aligned with: bilateral trade relations, trade policy, the amounts of commercial operations, suppliers and customers, the elements that motivate participation in the sector, trade figures, the means of transport , customs districts ..., among others, information obtained from research techniques related to databases and surveys. A linear mathematical model for validation of influences found as main novelty that trade policy implemented in Ecuador is the dimension that priority should be taken into account when entering to work in this sector was used.

Keywords

Business Intelligence, international trade, mathematical model, Sports shoes.

Inteligencia de negocios en el comercio internacional de calzado deportivo entre Ecuador y Asia

“La inteligencia de mercados en operaciones de Comercio Internacional es un proceso de análisis de información que permite visualizar al detalle las transacciones de importación o exportación de mercancías a manera de estudios de mercado longitudinales a ser aplicados en empresas pertenecientes a diferentes sectores económicos” (Ojeda, 2015).

3 Se pretende realizar una investigación que permita comprender los flujos de operaciones comerciales de calzado deportivo, particularizando el estudio en la relación bilateral entre Ecuador y Asia, para lo cual se analizará bases de datos de fuentes nacionales e internacionales que sirvan de soporte para aplicar el proceso de inteligencia de negocios en cuanto a las teorías de data minig, data ware house, cubos de datos y modelación matemática del comercio internacional. Las bases de datos contienen información estadística de las operaciones comerciales de importación y exportación de calzado deportivo, en su depuración se verificó la concordancia entre declaración aduanera y tuplas de datos, en su tratamiento se cruzó montos con covariables como: países de origen y destino, importadores y exportadores.

El problema de estudio se focaliza hacia el comprender el encadenamiento comercial de las transacciones internacionales realizadas en el sector.

Objetivos

- Analizar las relaciones de negocios Ecuador - Asia y su política comercial;
- Identificar las cifras comerciales originadas por las operaciones entre importadores y exportadores;
- Utilizar el modelo matemático de regresión lineal a fin de identificar factores claves de desarrollo del negocio.

Método

El estudio se desarrolló a través de un diseño cuali-cuantitativo, el cual utilizó un proceso sistemático y controlado que determinó la información necesaria para la investigación. La información cuantitativa hizo referencia al comportamiento y a la tendencia del comercio internacional del sector de calzado deportivo en el 2014 y la información cualitativa permitió generar un modelo matemático en función de las consideraciones a ser previstas en el comercio internacional de calzado deportivo entre Asia y Ecuador.

4

Inteligencia de negocios

Herramienta encargada de manejar y transformar la gran cantidad de datos en información a favor del conocimiento del comercio internacional de calzado deportivo por medio del “análisis de información para mejorar y optimizar el desempeño y la toma de decisiones”. (Business Intelligence México, 2013).

Bases de datos

Las bases de datos se construyeron alrededor de declaraciones aduaneras consideradas como el universo de estudio, registradas en la revista YURA, información adicional se obtuvo de bases de datos internacionales como el Trade Map, nacionales como el Banco Central del Ecuador y el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), como fuentes principales.

La información que se proporcionó para la investigación cualitativa, se la obtuvo de la aplicación de 22 entrevistas a empresas importadoras y exportadoras de calzado deportivo ubicadas en la ciudad de Quito, que fueron seleccionadas a manera de muestra de expertos.

Cubos de información

Para la aplicación de un cubo de información o un cubo OLAP (OnLine Analytical Processing), se hizo una recopilación, almacenamiento y transformación de los datos en

Inteligencia de negocios en el comercio internacional de calzado deportivo entre Ecuador y Asia

información, así por ejemplo, montos de operación por países de origen y destino además de las marcas importadas por importador.

Modelos matemáticos

“Un modelo matemático es una descripción, en lenguaje matemático, de un objeto que existe en un universo no-matemático.” (Rodríguez Velázquez & Steegmann Pascual). El modelo matemático lineal se generó bajo la ayuda de una investigación correlacional en donde el comercio internacional se consideró la variable dependiente y en donde otros factores como la política comercial, las relaciones comerciales, el medio de transporte, los motivos para importar y exportar, los tramites de importación, los montos y los distritos aduaneros se consideraron variables independientes que permitieron establecer la influencia de cada una de ellos.

$$Y = A + BX_1 + CX_2 + DX_3 + EX_4 + FX_5 + GX_6 + HX_7 + IX_8$$

Y= Comercio Internacional

A=Política comercial entre Ecuador y Asia de calzado deportivo

B=Relaciones comerciales entre Ecuador y Asia

C=Montos del comercio internacional

D=Empresas importadoras y exportadoras en el Ecuador

E=Motivos para importar o exportar calzado deportivo entre Ecuador y Asia

F=Medio de transporte

G=Distrito aduanero

H=Requisitos o trámites para importar/exportar

Resultados

Descripción arancelaria del producto

6404.11.20.00 ---Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares.

Periodo de análisis

Enero-diciembre 2014

Política comercial

“La política comercial se define como el manejo del conjunto de instrumentos al alcance del Estado, para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo.” (Padilla Torres H. N., 2008). Los documentos de soporte para la nacionalización o exportación en el país son los siguientes: Declaración Aduanera de Exportación (DAE) (Exportación); Declaración Aduanera de Importación (DAI) (Importación); Factura Comercial (Exportación/Importación); Certificación de Origen (Exportación); PackingList (Exportación); Documento de Transporte (Exportación/Importación).

Los documentos de acompañamiento se adhieren a los de las Normas de calidad INEN (Servicio Ecuatoriano de Normalización). La normativa para el etiquetado de calzado se menciona en El Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 080:2013, el mismo que establece el proceso y las indicaciones que el etiquetado debe cumplir para alcanzar el estándar impuesto a nivel nacional.

Inteligencia de negocios en el comercio internacional de calzado deportivo entre Ecuador y Asia

La política comercial arancelaria y tributaria, en importaciones se ajusta a los siguientes estándares:

- Arancel Ad-Valorem: 25% Aplicable sobre la base imponible de la importación (Costo, Seguro y Flete.
- FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia): 0.5% Aplicable por parte del Instituto de la Niñez y la Familia INFA sobre la base imponible de la importación.
- IVA (Impuesto al Valor Agregado): 12 % Aplicable por el Servicio de Rentas Internas SRI sobre la suma de la base imponible de la importación + AD-VALOREM + FODINFA.

En cuanto a exportaciones, la herramienta de medidas arancelarias y no arancelarias aplicadas por terceros países “está basada en la consultoría realizada por el Ministerio de Comercio Exterior, para la identificación y gestión de medidas arancelarias y no arancelarias aplicadas y que limitan el acceso de las exportaciones nacionales” (Ministerio de Comercio Exterior), e indica que el calzado deportivo ecuatoriano no cuenta con medidas arancelarias y no arancelarias en los países asiáticos.

Relaciones comerciales entre Ecuador y Asia

El Ecuador, durante el año 2014 intensificó la relación de cooperación económica, política y comercial con países asiáticos como Catar, Corea del Sur, Indonesia, Turquía, India, Japón, China entre otros, con los que no solamente se pretende negociar acuerdos comerciales, sino también impulsar la cooperación técnica de comercio e inversión, la transferencia de información y tecnología, la creación o participación en ferias, protección ambiental e infraestructura.

Muchos de estos acuerdos están siendo analizados en el Pleno de la Asamblea Nacional, por lo que aún no han entrado en vigencia lo que conlleva a afirmar que no existe Acuerdos Comerciales de calzado deportivo entre Ecuador y Asia. Por otro lado, el Ecuador cuenta con 9 Oficinas comerciales en países de Asia como China, Corea del Sur, India, Japón, Rusia, Turquía, Emiratos Árabes Unidos las que sustentan muchas de sus relaciones comerciales.

Cifras comerciales 2014

En la tabla N° 3.1, se identifica a los 10 países asiáticos con mayor registro de importación de la partida, siendo Japón el país asiático con mayor operación seguido por Corea del Sur y Taipéi Chino. También se identifica se identifica a los 10 países asiáticos con mayor registro de exportación de la partida, siendo China el país asiático con mayor registro de exportación seguido por Singapur.

Tabla N° 3.1. Principales importadores y Exportadores asiáticos de calzado deportivo

Operación	País	Total (miles de dólares)
Importaciones	Corea del Sur	287.471
	Malasia	27.167
	Taipéi Chino	126.366
	Filipinas	35.935
	India	29.592
	China	16.696
	Japón	364.039
	Kazajstán	7.768
	Tailandia	20.311
	Turquía	9.562
Total Importaciones		924.907
Exportaciones	Corea del Sur	2.839
	China	897.886
	Japón	1.249
	Malasia	2.923
	Taipéi Chino	2.541
	Filipinas	4.556
	India	104.533 Continúa

Inteligencia de negocios en el comercio internacional de calzado deportivo entre Ecuador y Asia

	Singapur	48.834
	Tailandia	18.341
	Turquía	3.756
Total Exportaciones	1.087.458	
Balanza Comercial	162.551	

Nota: Describe los montos comerciales de importación y exportación en valores CIF. Información obtenida de (TRADE MAP-International Trade Center, 2015) y (TRADE MAP-International Trade Center, 2015).

9

Exportaciones Asia -Ecuador

Los principales socios comerciales asiáticos de calzado deportivo son China y Vietnam. Grandes marcas nacionales o internacionales, tienen sus puntos de fabricación en estos países por sus bajos costos de producción y mano de obra.

Tabla N° 3.2. Países asiáticos exportadores de calzado deportivo al Ecuador

Sub-partida	Descripción nandina	País	Toneladas	CIF – dólar (miles de dólares)
6404112000	Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares	China	44.24	504.61
		Vietnam	16.50	495.09
		Hong Kong	8.29	459.43
		Indonesia	2.90	116.82
		Camboya	0.30	13.76
		Singapur	0.02	1.92
Total			72.25	1,591.63

Nota: Describe los montos comerciales de importación y exportación del Ecuador de calzado deportivo en toneladas y valores CIF. Información obtenida del (BCE-Banco Central del Ecuador, 2015).

El total de los países asiáticos corresponden al 40% del total de los países exportadores de calzado deportivo hacia el Ecuador, los principales socios comerciales de la partida son China, Singapur, India, Tailandia y no se puede dejar de lado a Vietnam, quienes a pesar de no registrar datos en la tabla N°3.1, en su relación comercial con nuestro país ocupa la segunda posición.

El tiempo estimado de tránsito entre Ecuador y Asia va desde 26 hasta 42 días, dependiendo de los itinerarios, distancia, y procesos de flete. Los costos oscilan entre USD \$1,000 a USD \$ 1,300 en un contenedor de 20 pies que es el más utilizado en el transporte

marítimo de la mercancía, por lo que muchas veces se consolida la mercadería que consiste en hacer un contenedor con mercancía de varios cargadores (LCL), por sus siglas en inglés (Less container Load).

Esta mercancía llega al Ecuador en cajas de cartón que son agrupadas en un pallet americano de madera, los mismos que deben tener un Certificado de Origen del Pallet y un Certificado de tratamiento aplicado para su sanitización.

Principales empresas importadores de calzado deportivo en el Ecuador

Tabla N° 3.3. Principales empresas importadoras de calzado deportivo en el Ecuador

Importador	Marca
Comercial EATEX C. A.	Urban Fly
Dafitsa S. A.	Clarks
Dantosky S. A.	Nike
Deportes y recreación Ficchur CIA. Ltda.	Asics
Domínguez Jorge Enrique	Asics
Exploración extrema Ecuador Exploecunor S. A	TNF
Global AtlaSport CIA. Ltda.	Reebok
Importaciones Kao CIA. Ltda.	Lotto
Importadora Comercial Sucre	Sin marca
Mildeportes S. A.	Puma
Mundo deportivo Medeport S. A.	Adidas
Ordoñez Alvarado Efraín Fernando	Skechers
Pérez Moya Silvana del Carmen	Supra
Pérez Rodríguez Magali patricia	Nike
Phridda s.a.	Cobra, RBK
Planeta Sport S. A. Activewear	Under Armour
Salinas Castro Luis Alfonso	Adidas Levis, Vans
Superdeporte s.a.	Avia , astro
Vargas Leonor Marlene	Puma

Nota: Identifica a los principales importadores en el Ecuador, con sus respectivas marcas. Información obtenida de (Todotrade capacitación y Negocios internacionales, 2015).

Motivos que originan la importación y exportación de calzado deportivo

Tabla N° 3.4. Motivos para la importación y exportación

Operación	Motivos	Calificación de factores (1-5)	Desenlace
Importación	Precio	2,84	Los motivos más importantes para la importación de calzado deportivo desde Asia son los modelos y estilos, la calidad y marca.
	Calidad	3,58	
	Modelos Estilos	3,47	
	Facilidades de importación	1,74	
	Marca	3,37	
Exportación	Costos	4,00	Los motivos más importantes para la realización de una exportación son los costos y el conocimiento del mercado, por lo que se considera como los motivos por los cuales los productores de calzado deportivo ecuatoriano no exportan hacia el continente asiático.
	Conocimiento Mercado	4,67	
	Modelos y estilos	1,67	
	Facilidades exportación	3,33	
	Nivel Económico	1,33	

Nota: Identifica a los principales motivos para importar y exportar calzado deportivo. Elaborado por autor con información procesada de la encuesta.

Perspectiva de las empresas importadoras sobre el nivel de montos del comercio internacional por país

Tabla N° 3.5. Perspectiva de las empresas sobre los montos de las transacciones por país

País	Respuestas		Montos			
	N°	%	Ha aumentado	No ha cambiado	Ha disminuido	Total%
China	13	28,9	11	1	1	13
			84,62%	7,69%	7,69%	100%
Vietnam	7	15,6	6	1	0	7
			85,71%	14,29%	0%	100%
Indonesia	4	8,9	3	0	1	4
			75%	0%	25%	100%
Camboya	1	2,2	0	1	0	1
			0%	100%	0%	100%
Hong Kong	2	4,4	2	0	0	2
			100%	0%	0%	100% Continúa

Corea del Sur	1	2,2	0	1	0	1
			0%	100%	0%	100%
Taiwán	1	2,2	1	0	0	1
			100%	0%	0%	100%
Perú	2	4,4	0	1	1	2
			0%	50%	50%	100%
Chile	3	6,7	1	0	2	3
			33,33%	0%	66,67%	100%
Panamá	7	15,6	7	0	0	7
			100%	0%	0%	100%
EEUU	1	2,2	0	1	0	1
			0%	100	0%	100%
NS_NA_NR	3	6,7	0	0	0	5
		100%	0%	0%	0%	100%
Total/ parcial	3		31	6	5	45
Total Porcentaje	6,67%		68,89%	13,33%	11,11%	100%

Nota: Identifica a los principales países proveedores de calzado deportivo y el nivel de los montos de las transacciones realizadas en el periodo de estudio. Elaborado por autor con información procesada de la encuesta.

Las empresas en el 2014 realizaron importaciones con más de un país, es decir una empresa importó desde China, Indonesia, Chile.... en la tabla N° 3.5, se determina que 13 de 45 transacciones se realizaron con China, equivaliendo el 28,8%, de las cuales 11 consideran el aumento en los montos en el comercio internacional, correspondiendo el 84,26% de las transacciones con este país. Es visible que la percepción de las empresas sobre los montos importados es positiva, es decir que han aumentado, por lo que la importación de calzado deportivo asiático en el país ha incrementado en el periodo de estudio.

Distrito aduanero de ingreso de las importaciones y conocimiento de inteligencia de negocios por país

Tabla N° 3.6. País de Origen de las importaciones por distrito aduanero de ingreso y conocimiento sobre inteligencia de negocio

País	Detalle	Distrito Aduanero				Sabe Inteligencia de Negocio		Total
		GYE	ESM	UIO	Huaquillas	Si	No	
China	Recuento	7	3	1	2	2	11	13
	% País	53,8%	23,1%	7,7%	15,4%			
Vietnam	Recuento	3	2	1	1	1	6	7
	% País	42,9%	28,6%	14,3%	14,3%			
Indonesia	Recuento	2	1	1	0	0	4	4
	% País	50,0%	25,0%	25,0%	0,0%			
Camboya	Recuento	1	0	0	0	0	1	1
	% País	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%			
Hong Kong	Recuento	1	0	1	0	0	2	2
	% País	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%			
Corea del Sur	Recuento	1	0	0	0	0	1	1
	% País	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%			
Taiwán	Recuento	1	0	0	0	0	1	1
	% País	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%			
Perú	Recuento	0	0	0	2	1	1	2
	% País	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%			
Chile	Recuento	1	1	0	1	0	3	3
	% País	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%			
Panamá	Recuento	3	4	0	0	1	6	7
	% País	42,9%	57,1%	0,0%	0,0%			
EEUU	Recuento	1	0	0	0	0	1	1
	% País	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%			
	Recuento	11	5	1	2			19
Total	% del total	57,9%	26,3%	5,3%	10,5%			100,0%

Nota: Identifica el distrito de ingreso de las mercancías y conocimiento de inteligencia de negocios por país. Elaborado por autor con información procesada de la encuesta.

Las importaciones desde Asia generalmente ingresan por el Distrito Aduanero de Guayaquil, el cual representa un total del 57,29%, mientras que el segundo es Esmeraldas con un 26,2% de ingresos

Modelo matemático en la inteligencia de negocios de calzado deportivo entre Ecuador y Asia.

La política comercial del país, es la variable prioritaria a ser tomada en cuenta en un proceso de inserción en la línea de negocio analizada.

Tabla N° 3.7. Modelo matemático en función del comercio internacional

Modelo matemático de la inteligencia de negocios en función del comercio internacional de calzado deportivo entre Ecuador y Asia corresponde a:				
$Y = A + BX_1 + CX_2 + DX_3 + EX_4 + FX_5 + GX_6 + HX_7$				
Dimensión	Factores	Variable	Calificación de factores (1-9)	Desenlace
Importación/ Exportación	Relaciones Comerciales	B	6,00	La política comercial, los motivos de importación y exportación considerados en la tabla 3.4., el medio de transporte, los trámites de comercio y las relaciones comerciales son las más importantes e influyentes en función del comercio internacional.
	Política Comercial Ecuador	A	8,18	
	Medio de transporte	F	6,95	
	Motivos importación y exportación	E	7,00	
	Montos de flujo comercial	C	3,45	
	N° de Empresas	D	4,18	
	Distrito Aduanero	G	2,68	
	Trámites importación y exportación	H	7,14	

Nota: Identifica la calificación de los factores influyentes en función del comercio internacional. Elaborado por autor con información procesada de la encuesta.

La herramienta de inteligencia de negocios permite contar con información longitudinal a ser analizada en el tiempo justo, a fin de que los gestores de decisión analicen su sector en forma pertinente;

15

La balanza comercial del Ecuador de la partida objeto de estudio tiene un gran déficit, debido a que el país es netamente importador, por lo que se deberá plantear nuevos acuerdos, modelos y planes para la renovación de tecnología y capacitación en el sector, como principio para mejorar el comercio internacional de calzado deportivo no solo entre Ecuador y Asia, sino también a nivel mundial, ya que competir con productores asiáticos de marcas internacionales reconocidas por su calidad y durabilidad o con marcas asiáticas reconocidas por su bajo costo, no es la mejor opción para empezar a despuntar en la balanza comercial de este rubro, sino empezar dentro de la región por medio de la ayuda de los acuerdos comerciales y de cooperación vigentes en el Ecuador;

La Inteligencia de Negocio deberá aplicarse en otros ámbitos no solo del sector de calzado deportivo, sino también en ámbitos estratégicos y prioritarios del país.

Tanto la política comercial, como las relaciones comerciales y los motivos de importación deberán engendrar proyectos de investigación que sirvan de soporte para mejorar el comercio Internacional;

Los parámetros considerados como motivos para la importación y exportación de calzado deportivo variarán de acuerdo al país con el que se pretende analizar el flujo comercial.

La inteligencia de negocios puede ser visualizada desde las perspectivas de la investigación en el ámbito académico, la de negocios con enfoque empresarial y de nuevas

inversiones con criterios sociales. Sería importante que el Gobierno abra la posibilidad de acceso a bases de datos a fin de que con el conocimiento pueda desarrollar los sectores estratégicos vistos desde la generación de pequeñas empresas.

Lista de referencias

- BCE-Banco Central del Ecuador. (2015). Obtenido de Importaciones por país asiático:
http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp
- Business Intelligence México*. (11 de Julio de 2013). Obtenido de bimexico.wordpress.com:
<https://bimexico.wordpress.com/tag/howard-dresner/>
- Ministerio de Comercio Exterior*. (s.f.). Obtenido de
<http://barreras.corporaciondfi.com/configuracion/panel.php>
- Padilla Torres, H. N. (Octubre de 2008). *Zona Economica*. Obtenido de Política Comercial:
<http://www.zonaeconomica.com/politica-comercial>
- Rodríguez Velázquez, J. A., & Steegmann Pascual, C. (s.f.). *UOC- Universitat Oberta de Catalunya*. Recuperado el 26 de Diciembre de 2014, de Modelos Matemáticos:
http://www.uoc.edu/in3/emath/docs/Modelos_matematicos.pdf
- TRADE MAP-International Trade Center. (2015). Obtenido de Exportaciones:
http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx
- TRADE MAP-International Trade Center. (2015). Obtenido de Importaciones:
http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||640411|||6|1||1|2|1|2|1|
|
- Ojeda, J. (2015). Inteligencia de negocios en comercio internacional. Soporte para elaboración de artículos empíricos. *Yura Relaciones Internacionales, 1*(Metodología de estudios de comercio internacional), 1–36. Retrieved from http://world_business.espe.edu.ec/wp-content/uploads/2015/03/Yura-art%C3%ADculo-I-edici%C3%B3n-I.pdf