



## Yura: Relaciones internacionales

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Revista electrónica ISSN: 1390-938x

Nº 10: Abril - junio 2017

Comercio internacional de importación de calzado de suela en el Ecuador pp. 305 - 318

Machado Basante, Edgar Rodrigo; Torres Castro, Manuel

Universidad Central del Ecuador

Quito - Ecuador

Av. Universitaria.

[emachado@uce.edu.ec](mailto:emachado@uce.edu.ec); [matorres@uce.edu.ec](mailto:matorres@uce.edu.ec)

*Comercio internacional de importación de calzado de suela en el Ecuador*

*Machado Basante, Edgar Rodrigo; Torres Castro, Manuel  
Universidad Central del Ecuador*

*emachado@uce.edu.ec – matorres@uce.edu.ec*

### **Resumen**

305

Se analizó el comercio internacional de importación de calzado de suela en el Ecuador con el uso de la técnica de conglomerados, para lo cual se obtuvo información de operaciones comerciales, utilizando como criterios de referencia los valores transados en los términos costo, seguro y flete, así como, al país de procedencia, la razón social y la marca como nodos de segmentación que sirvieron de razones para la elaboración de clústeres. En el período de análisis se importó un equivalente a USD \$137.182,63. El calzado provino prioritariamente de España en la marca Carolina Herrera. Los conglomerados priorizados devinieron del criterio de segmentación razón social, alrededor de costos unitarios por par de zapatos equivalentes a USD \$342,81 y USD \$204,25. Complementariamente, las marcas de mayor demanda en el mercado ecuatoriano fueron Florentino Di Viaci y Salvatore Ferragamo provenientes de China e Italia. Se recomienda realizar un estudio de segmentación con técnica de varianzas.

### **Palabras clave**

Importación, calzado de suela, Ecuador.

### **Abstract**

The international trade in import of sole footwear in Ecuador was analyzed with the use of the technique of conglomerates, for which it was obtained information of commercial operations, using as criteria of use the values Transactiond in the terms cost, Insurance and freight, as well as, to the country of provenance, the social reason and the mark as nodes of segmentation that served of reasons for the elaboration of clusters. In the analysis period, an equivalent of USD \$137,182 was imported. The footwear came primarily from Spain in the Carolina Herrera brand. The prioritized conglomerates came from the criterion of segmentation social reason, around unit costs per pair of shoes equivalent to USD S342 81 and USD S204, 25. Additionally, the highest demand brands in the Ecuadorian market were Florentino Di Viaci and Salvatore Ferragamo from China and Italy. It is recommended to conduct a segmentation study with a technique of variances.

### **Keywords**

Import, sole footwear, Ecuador.

Las operaciones comerciales de importación en el comercio internacional, constituyen uno de los pilares de la economía del país, en tanto en cuanto, se constituyen en actividades generadoras de inversión de empresas nacionales, que hacen de la venta de marcas internacionales su giro de negocio. Según la (Organización Mundial de Comercio, 2017) los temas a ser analizados en las operaciones internacionales devienen del análisis del acceso a mercados, los criterios de negociación, las restricciones cuantitativas, la política de antidumping, normas, aranceles, balanza de pagos, empresas comerciales, facilitación de comercio..., siendo los ejes centrales de la negociación los procesos de importación o exportación. De dicha relación nacen coyunturas entre empresas que aplican estrategias de inversión nacional bajo figuras varias: representaciones, distribución exclusiva, importación directa, maquilas..., a partir de las cuales, se identifica segmentos de mercados a los cuales se orienta la estructura de sus portafolios.

De la interrelación entre proveedores internacionales e importadores, nace la necesidad de identificar técnicas de información que sirvan de soporte para el conocimiento del actuar de la industria en la cual participan las empresas. Del análisis de clústeres – “entendido como un grupo geográficamente denso de empresas e instituciones conexas, pertenecientes a un sector concreto, unidas por rasgos comunes y complementarios entre sí” (Porter, 2012) – se destaca la posibilidad de identificar patrones comunes de comportamiento bajo la figura de montos importados, pues dependiendo de dicho parámetro, se considerará su pertenencia a conglomerados que ingresan al lado de la competencia directa del sector.

El en presente estudio se realiza un análisis de conglomerados del sector importador de calzado de suela, utilizando a los países de procedencia, la razón social y la marca como covariables del proceso de segmentación.

## **Descripción técnica**

Operaciones comerciales: Importaciones

Descripción de la sección: Calzado, sombreros y demás, tocados, paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas y sus partes, plumas preparadas y artículos de plumas; flores artificiales; manufacturas de cabellos.

Clasificación arancelaria: 6404.20.00.00

Descripción arancelaria: Calzado con suela de cuero natural o regenerado

Período de estudio: Junio 2016 - 2017

**Materiales y Métodos**

Modelo de estudio

Comercio internacional	Importaciones	Exportaciones
<p>Operaciones comerciales</p>	<p>Información general del sector (CIF, cantidad)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Importaciones del sector</li> <li>• Importaciones por país de origen</li> <li>• Importaciones por aduana de ingreso</li> <li>• Importaciones por régimen aduanero</li> <li>• Precio CIF de importación</li> <li>• Pronóstico de importaciones</li> <li>• Recaudación fiscal</li> </ul>	<p>Información general del sector (FOB, cantidad)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exportaciones por país de destino</li> <li>• Exportaciones por aduana de salida</li> <li>• Exportaciones por régimen de exportación</li> <li>• Precios FOB de exportación</li> <li>• Pronóstico de exportaciones</li> </ul>
<p>Producto</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clasificación arancelaria</li> <li>• Descripción arancelaria</li> <li>• Período de estudio</li> </ul>	<p>Inteligencia comercial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Importaciones por empresa importadora</li> <li>• Importaciones por proveedor internacional</li> <li>• Precios CIF de importación</li> </ul>	<p>Inteligencia comercial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exportaciones por empresa exportadora</li> <li>• Precios FOB de exportación</li> </ul>

## Diseño metodológico

Tipología	Categoría	Descripción
Enfoque	Cuantitativo	Bases de datos relacionales de las operaciones comerciales de importación de mercancías en el Ecuador.
Por su finalidad	Aplicada	Análisis que deviene de paradigmas de la dependencia, neomarxista o estructuralista (Dos Santos, 1978).
Por las fuentes de información	Documental	Documentos de declaraciones aduaneras de la SENA. (Secretaría Nacional de Aduanas del Ecuador, 2017)
Por las unidades de análisis	De laboratorio	Importaciones del sector del calzado.
Por el control de las variables	No experimental	Información originada en las operaciones empresariales realizadas para la nacionalización de la mercancía.
Por el alcance	Descriptivo	Detalla los campos utilizados en los documentos aduaneros, a fin de consolidar la información del sector de estudio.
Por el diseño	Longitudinal	Recolección de información por operación comercial anual.

Cobertura de las unidades de análisis	Censo	Población objeto de estudio equivalente al 100% de las operaciones de nacionalización.
Procedimiento para la recolección de datos	Bases de datos	Bases de datos relacionales en cuyos campos se encuentra la información de la operación comercial y en cuyas tuplas se identifica el número de transacciones realizadas (Cood, 1970).
Procedimiento para el tratamiento de información	Análisis	Tabulación cruzada Análisis de conglomerados

*Fuente:* Esquema utilizado de (Yura: Relaciones internacionales, 2017)



## Resultados

**Tabla 3.1 Importaciones por país de procedencia**

CIF U\$\$

PAIS PROCEDENCIA	Suma	% de la suma total
NO DEFINIDO	8298,79	6,0%
BELGIUM	1213,07	,9%
BRAZIL	4989,52	3,6%
CHINA	44420,80	32,4%
FRANCE	1194,54	,9%
ITALY	4611,25	3,4%
SPAIN	69648,93	50,8%
UNITED STATES	2805,73	2,0%
Total	137182,63	100,0%

*Nota:* Montos de importación por país de procedencia. Recuperado de (Yuracomplexus, 2017)

**Tabla 3.2 Importaciones por razón social**

CIF U\$\$

RAZON SOCIAL	Suma	% de la suma total
BOTRIS CIA. LTDA.	69648,93	50,8%
CARRION SANCHEZ HORTENCIA ROSARIO DEL PILAR	1194,54	,9%
FEBRES CORDERO CARLO GLORIA REBECA	3431,16	2,5%
GERARDO ORTIZ E HIJOS CIA. LTDA.	44420,80	32,4%
LOOKSTORE S.A	535,75	,4%
MERIGAR S.A.	184,69	,1%
MODEIBERICA CIA. LTDA.	1213,07	,9%
SUNSETRADING IMPORTACIONES S.A.	9222,50	6,7%
TECNOCALZA S.A.	5245,90	3,8%
UNIVERSAL SHOES S.A. UNISHOES	1414,74	1,0%
VAZQUEZ SERRANO DIANA PATRICIA	421,60	,3%
VILLACIS ORELLANA JORGE OMAR	248,95	,2%
Total	137182,63	100,0%

*Nota:* Montos de importación por razón social. Recuperado de (Yuracomplexus, 2017)

Tabla 3.3 Importaciones por marca

CIF U\$S

MARCA	Suma	% de la suma total
ADIDAS	128,76	,1%
ANTONIO MELANI	19,10	,0%
CALVIN KLEIN	99,81	,1%
CAROLINA HERRERA	69452,61	50,6%
CHARLES DAVID	19,92	,0%
CHINISE LAUDRY	15,59	,0%
COK	196,32	,1%
DC	1414,74	1,0%
DONALD	10,34	,0%
ELLEN TRACY	7,38	,0%
FLORENTINO DI VIACI	44420,80	32,4%
FRENCH CONNECTION	16,99	,0%
GB	13,38	,0%
GIANNI BINI	31,17	,0%
HUGO BOSS	1213,07	,9%
JESSICA SIMPSON	11,62	,0%
JOHN ELUEVOG	13,96	,0%
JUDITH RIPKA	6,64	,0%
LAUREN	3,23	,0%
LUCKY BRAND	14,59	,0%
MICHAEL KORS	34,93	,0%
NAUGLY MONKEY	6,69	,0%
NIKE	120,19	,1%
NO DEFINIDO	2181,82	1,6%
RAPHAELLA BOOZ	850,45	,6%
SALVATORE FERRAGAMO	9222,50	6,7%
SAM EDELMAN	11,82	,0%
SO DANCA	3431,16	2,5%
SOFT WALK	7,38	,0%
SOFTSPOTS	6,64	,0%
SPERRY	27,59	,0%
SPLENDID	5,01	,0%
STEVE MADDEN	27,48	,0%
TECNOCALZA	3943,92	2,9%
VANS	184,69	,1%
VINCE CAMUTO	10,34	,0%
Total	137182,63	100,0%

Nota: Montos de importación por marca. Recuperado de (Yuracomplexus, 2017)

**Tabla 3.4 Distribución de conglomerados**

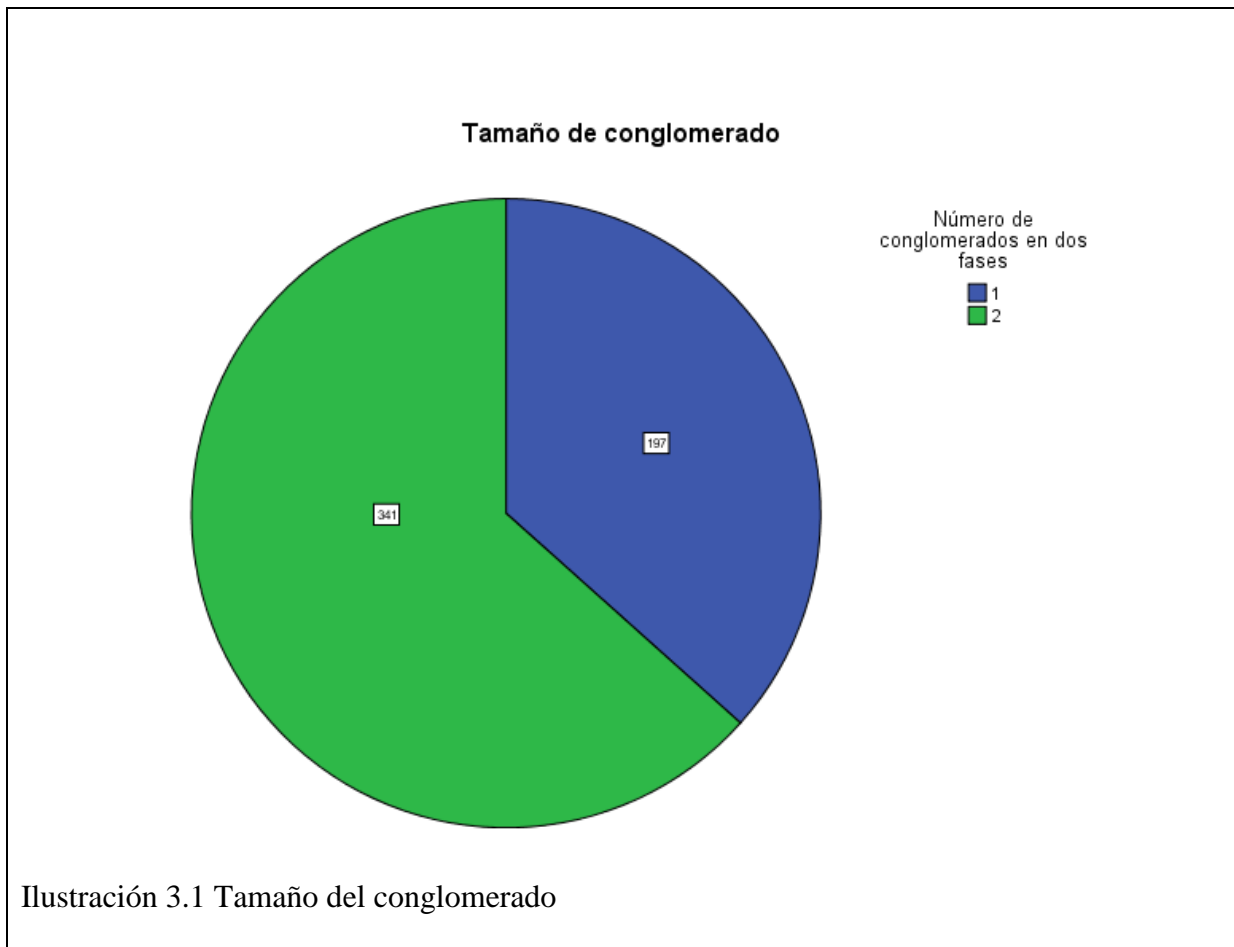
		N	% de combinados	% del total
Conglomerado	1	197	36,6%	36,6%
	2	341	63,4%	63,4%
	Combinados	538	100,0%	100,0%
Total		538		100,0%

*Nota:* Distribución en términos porcentuales de conglomerados

**Tabla 3.5 Centroides**

		CIF U\$\$	
		Media	Desv. típica
Conglomerado	1	342,8107	1152,41328
	2	204,2491	272,96633
	Combinados	254,9863	732,37194

*Nota:* Distribución en términos valores promedios de importación por conglomerados



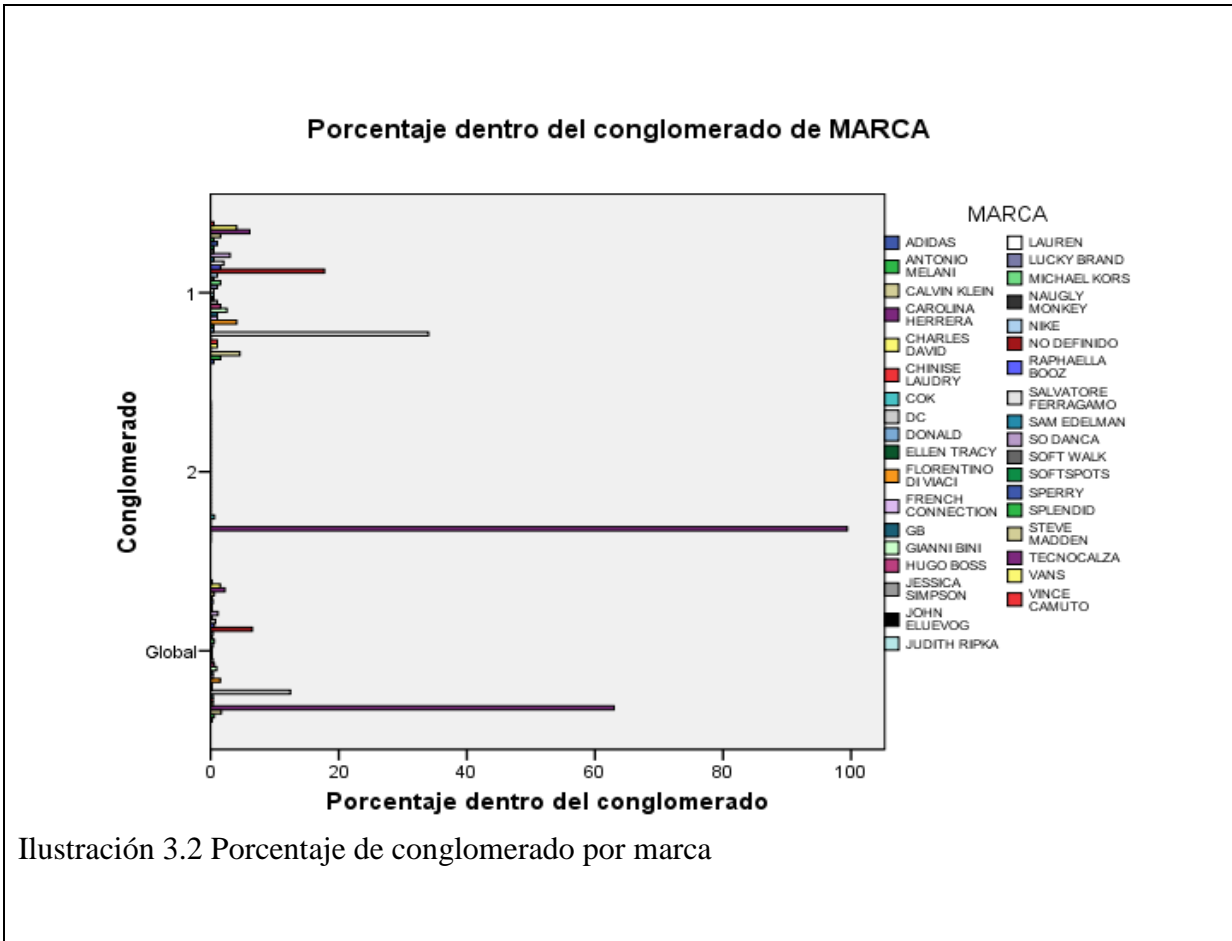


Ilustración 3.2 Porcentaje de conglomerado por marca

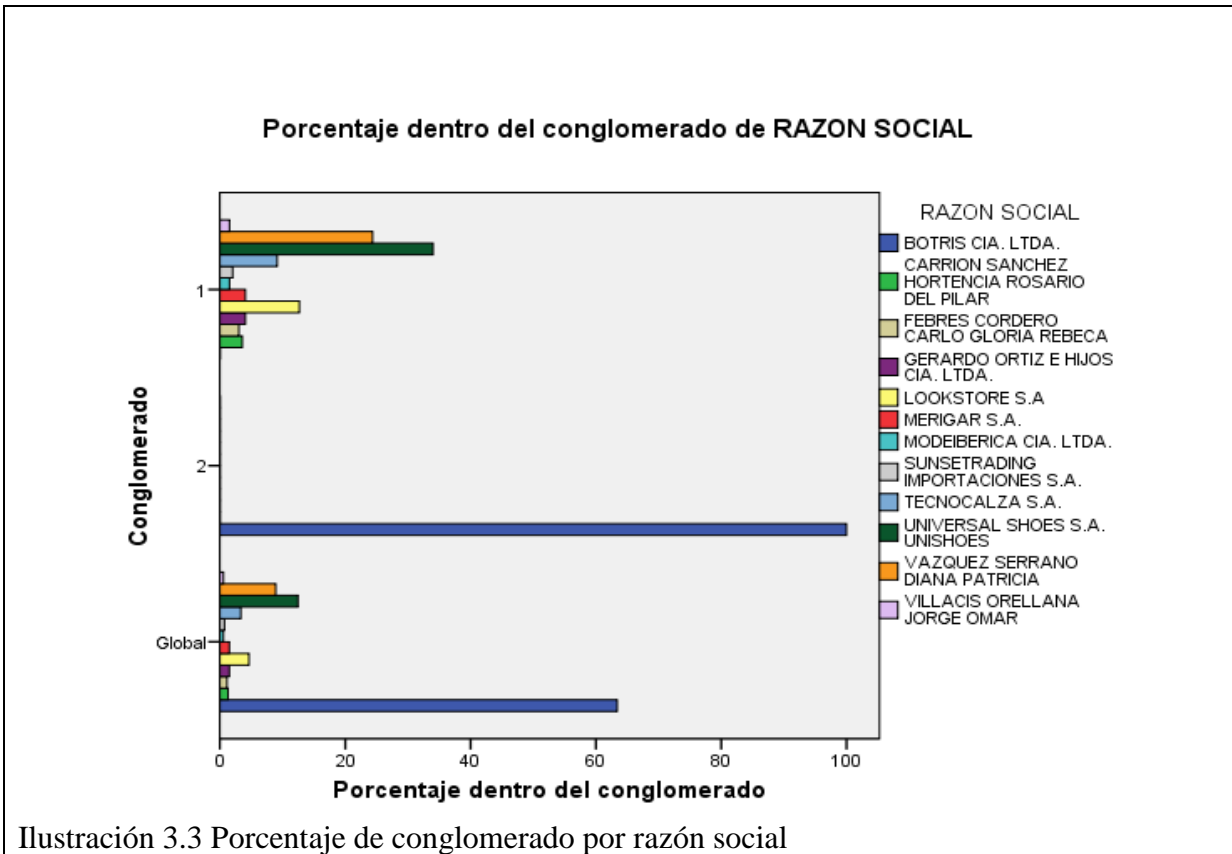


Ilustración 3.3 Porcentaje de conglomerado por razón social

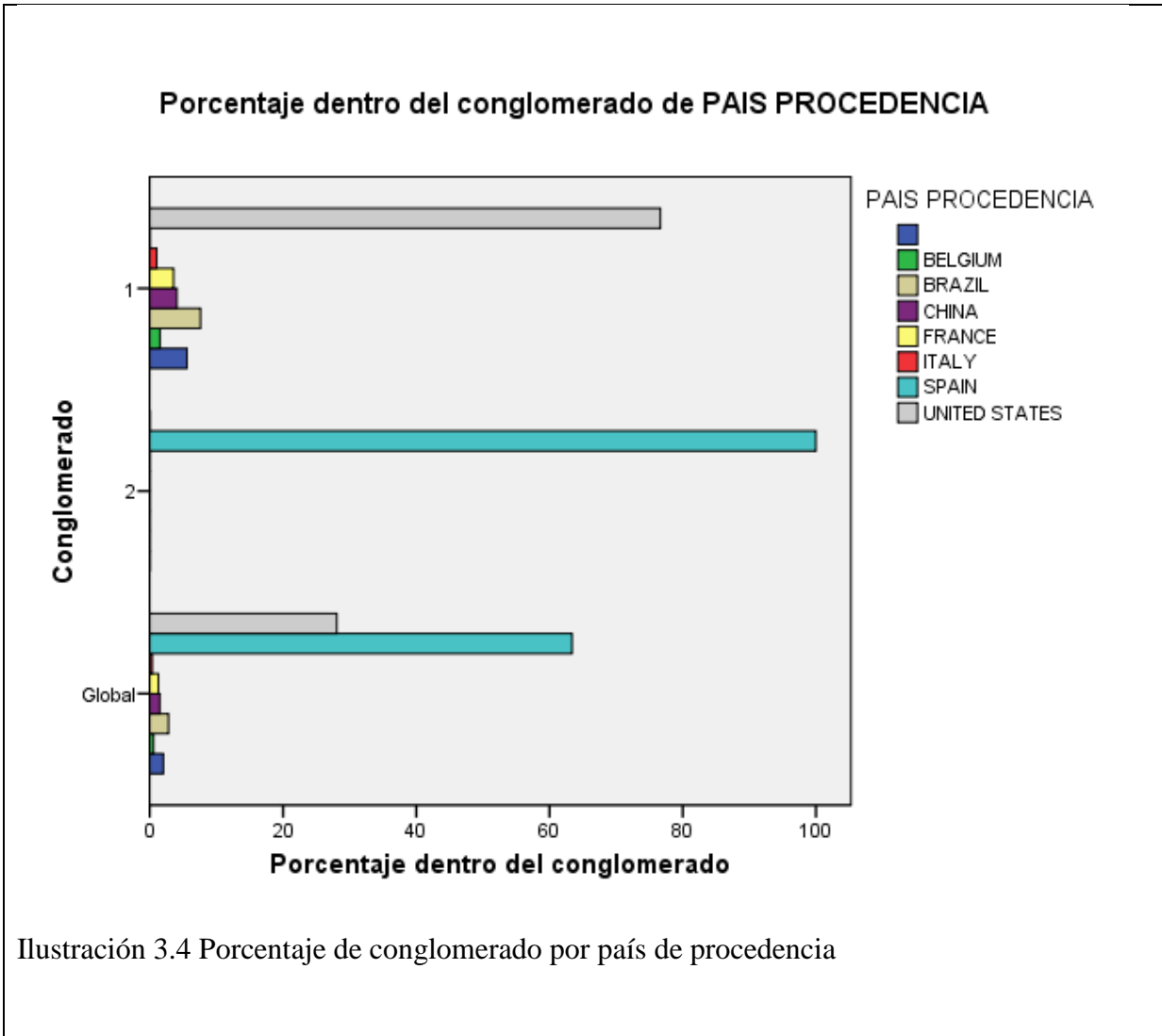


Ilustración 3.4 Porcentaje de conglomerado por país de procedencia

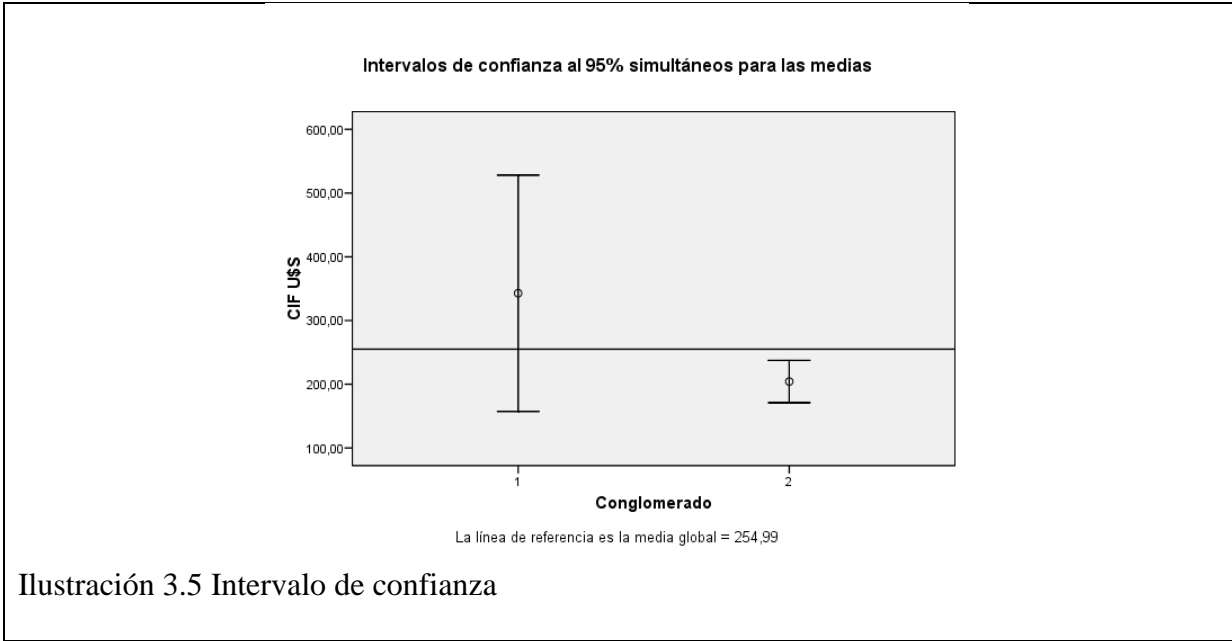
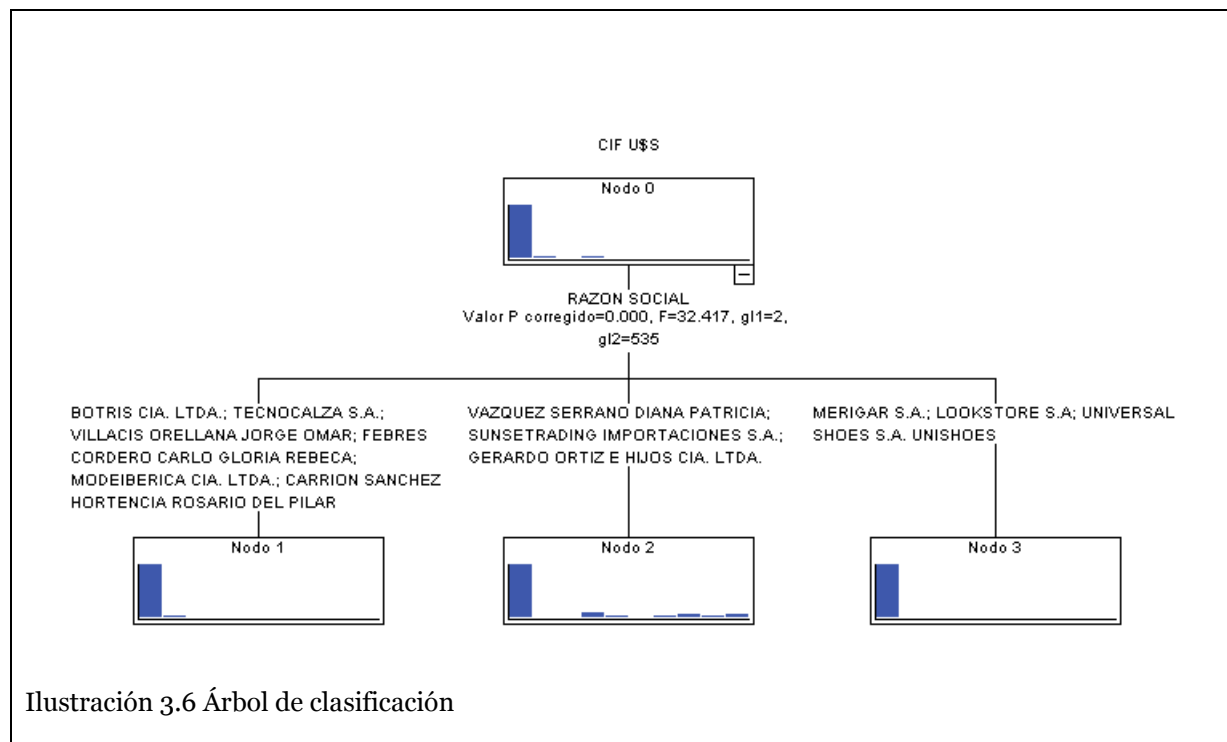


Ilustración 3.5 Intervalo de confianza



### Discusión

Un estudio de conglomerados permite identificar grupos empresariales que utilizan en su negociación criterios similares en la variable de interés: monto de importación. En el presente análisis, encontramos grupos de empresas que en un 36,6% asocian su comportamiento de compra a una media de importación asociada con la centroide USD \$342,8107 por par de zapatos y un 63,4% lo hacen con un costo de importación equivalente a USD \$204,2491. No se puede asimilar el hecho de que ciertas marcas se acojan hacia un sector de precios unitarios sino más bien que en sus procesos de importación ubican su operación en cualquiera de los clústeres, lo que significa que en el sector lo que importa en la compra es la marca y el diseño independientemente de sus costos de importación. En el árbol de clasificación se denota que la variable de mayor interés para clasificar los clústeres es la razón social, en tanto en cuanto, se denota que existe mayor dispersión de información por tipo de importador. El país de procedencia y la marca no se consideran significantes en vista de que un importador puede obtener sus marcas indiferenciadamente de los países de procedencia.

### Lista de referencias

- Cood, E. (1970). *Bases de datos relacionales*. California: IBM.
- Dos Santos, T. (1978). *Socialismo o facismo. El nuevo caracter de la dependencia y el dilema latinoamericano*. México: Edicol.
- Ojeda, J., Jiménez, P., Quintana, A., Crespo, G., & Viteri, M. (2015). Protocolo de investigación. (U. d. ESPE, Ed.) *Yura: Relaciones internacionales*, 5(1), 1 - 20.
- Organización Mundial de Comercio. (02 de 05 de 2017). *Temas comerciales*. Obtenido de [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/tratop\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tratop_s.htm)
- Porter, M. (2012). En M. Rodríguez, *Gestión de clústers en Colombia* (pág. 4). Bogotá: Uniandes.
- Secretaría Nacional de Aduanas del Ecuador. (01 de 09 de 2017). *Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/>
- Yura: Relaciones internacionales. (01 de 09 de 2017). *Yuracomplexus*. Obtenido de Diseño metodológico: yura.website
- Yuracomplexus. (05 de 05 de 2017). *Obervatorio en comercio internacional*. Obtenido de yura.website