



# Yura: Relaciones internacionales

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Revista electrónica ISSN: 1390-938x

Nº 16: Octubre - diciembre 2018

Inteligencia de negocios en el comercio internacional de calzado con suela de cuero natural o regenerado en el Ecuador pp. 221 - 235

León Carlosama, Rocío Guadalupe; Almeida Reyes, Teresa Alejandra

Universidad Técnica del Norte; Yachay

Ibarra - Ecuador

Av. 25 de Julio.

[rgleon@utn.edu.ec](mailto:rgleon@utn.edu.ec); [talmeida@yachaytech.edu.ec](mailto:talmeida@yachaytech.edu.ec)

### **Resumen**

221

La investigación condujo a un estudio sobre la aplicación de la Inteligencia de Negocios en el comercio internacional de calzado con suela de cuero natural o regenerado en el Ecuador en el año 2018 tomado como referencia datos obtenidos de Cobus a través de Yura Complexus. El método utilizado transita por un hilo conductor que parte desde una revisión de las teorías del comercio y de la inteligencia de negocios, así como el análisis de bases de datos relacionales obtenidas de declaraciones aduaneras estableciendo como variables de análisis: País de procedencia y destino, importador, marca, aduana de ingreso recaudación de aranceles, total kilos, Cif, el uso de tablas dinámicas permite la construcción de tablas estadísticas que consienten el tratamiento y análisis de la información. España es el principal socio comercial del Ecuador en la importación de calzado con suela de cuero natural o regenerado. La aduana de Quito es la principal vía de ingreso del calzado con relación al CIF. BOTRIS Cía. Ltda. Es el principal importador, finalmente la Inteligencia de Negocios condesciende al tratamiento de la información que sirve de mecanismo adecuado para que el sector pueda analizar los escenarios del comercio internacional del calzado de suela a través de las diferentes variables como: convenios comerciales suscritos por el país a fin de empatar preferencias arancelarias y ventajas para las empresas dedicadas a este negocio.

### **Palabras clave**

Inteligencia de negocios, calzado, comercio internacional, teorías económicas.

### **Abstract**

The research led to a study on the application of Business Intelligence in the international trade of footwear with natural or regenerated leather soles in Ecuador in the year 2018 taken as a reference data obtained from Cobus through Yura Complexus. The method used goes through a common thread that starts from a review of business theories and business intelligence, as well as the analysis of relational databases obtained from customs declarations establishing as analysis variables: Country of origin and destination, importer, brand, customs office of collection of tariffs, total kilos, CIF, the use of dynamic tables allows the construction of statistical tables that consent to the treatment and analysis of information. Spain is Ecuador's main trading partner in the import of footwear with natural or regenerated leather soles. The customs of Quito is the main way of entry of footwear in relation to the CIF. BOTRIS Cía. Ltda. It is the main importer, finally the Business Intelligence condescends to the treatment of the information that serves as an adequate mechanism so that the sector can analyze the scenarios of the international trade of sole footwear through the different variables such as: commercial agreements subscribed by the country in order to tie tariff preferences and advantages for companies engaged in this business.

### **Keywords**

Business intelligence, footwear, international trade, economic theories.

El comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas, está regulado por: normas, tratados, acuerdos y convenios internacionales entre los países para simplificar procesos y buscar cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional. Como país desde la visión empresarial se considera a las importaciones como un problema ya que por causa de esta acción en el ámbito comercial la industria nacional se ve afectada, al considerar que el producto nacional no está en capacidad de competir con el importado debido a calidad, precio y preferencia del consumidor, una de las soluciones que se propuso desde los estamentos oficiales fue la aplicación de las salvaguardias con el fin de reducir el índice de importaciones en busca de beneficiar a la industria ecuatoriana que no arrojaron los resultados que se esperaban, de esta manera la industria del calzado ecuatoriano se ve en la necesidad de contar con información que le permita identificar diferentes variables que puedan incidir de manera directa en el sector. El objetivo de la investigación conduce a realizar un estudio de la comercialización internacional de calzado con suela de cuero natural o regenerado en el Ecuador considerando que la inteligencia de negocios es un proceso que permite la recopilación, interpretación y simplificación de datos para el análisis y la toma de decisiones empresariales.

### **Marco Teórico**

Se suele establecer una división entre Teorías Clásicas (TC) y Nuevas Teorías del Comercio Internacional (NTCI). Se dice que las primeras sirven para explicar sobre todo los intercambios comerciales intersectoriales, es decir entre mercancías suficientemente diferenciadas, de distintos "sectores" (automóviles por trigo; vino por vestidos; productos del sector primario por mercancías manufacturadas). El segundo tipo de teorías intentan explicar el comercio intrasectorial (intercambios de mercancías que son sustitutivos relativamente más cercanos, dentro de un mismo "sector": un país exporta determinados modelos de automóviles e importa otros) (Godínez, s.f.), el estudio determina las teorías clásicas como soporte teórico de la investigación.

### **Teoría de la Ventaja Absoluta**

Según David Ricardo "En un sistema de comercio absolutamente libre, cada país invertirá naturalmente su capital y su trabajo en los empleos más beneficiosos" (Ricardo, 1817). La escuela clásica logra sentar los fundamentos del liberalismo en economía internacional. Lo hace desde la vertiente real y la monetaria, vinculadas en un modelo global construido sobre la

teoría del valor-trabajo/incorporado. Desde ambas, la aportación de los autores del siglo XIX constituye una profundización y perfeccionamiento de las ideas de Smith y otros autores del siglo XVIII. En el terreno real, la teoría de la división internacional del trabajo se hace más precisa y logra extender el campo de aplicación de la especialización -y del librecambio- con la sustitución del principio de la ventaja absoluta por el de la ventaja comparativa.

En este sentido para los clásicos, el único concepto de valor que tiene interés en sentido económico es el valor de cambio y es en su determinación que se centrarán sus esfuerzos (Schumpeter). Adam Smith consideró tres teorías distintas del valor de cambio: la teoría del valor-trabajo, la del coste y la de la utilidad-desutilidad de los bienes. Para explicar la primera, Smith utiliza un célebre ejemplo: "Si en una nación de cazadores cuesta usualmente doble trabajo matar un castor que un ciervo, el castor, naturalmente, se cambiará por o valdrá dos ciervos" (Smith 1981). Esta teoría del valor, reformulada por Ricardo, se constituiría en el eje del modelo clásico.

### **Teoría de la Ventaja Comparativa**

Según David Ricardo Las posturas librecambistas defendidas por Ricardo se legitimarán mediante su teoría de la Ventaja Comparativa. Frente a argumentos como la protección de la industria naciente, la mejora de la Relación Real de Intercambio (RRI) o la defensa de sectores estratégicos (por ejemplo los alimentos básicos para un país), las derivaciones normativas que se desprenden de la VC son las más apropiadas para los vientos liberales, neoliberales o globalizadores dominantes: el país que no prospera en el comercio internacional es que no es capaz de sacar partido de sus ventajas comparativas. Hay ventaja comparativa cuando los costes de producción y los precios percibidos son tales que cada país produce un producto que se venderá más caro en el exterior de lo que se vende en el mercado interior. Si cada país se especializa en la producción de los bienes y servicios en los que tiene ventaja comparativa, el resultado es un mayor nivel de producción mundial y mayor riqueza para todos los Estados que comercian entre sí.

Además de esta ventaja fundamental, hay otras ganancias económicas derivadas del comercio internacional: incrementa la producción mundial y hace que los recursos se asignen de forma más eficiente, lo que permite a los países (y por tanto a los individuos) consumir mayor cantidad y diversidad de bienes. Todos los países tienen una dotación limitada de recursos naturales, pero todos pueden producir y consumir más si se especializan y comercian entre ellos. Como se ha señalado, la aparición del comercio internacional aumenta el número de mercados potenciales en los que un país puede vender los bienes que produce. El

incremento de la demanda internacional de bienes y servicios se traduce en un aumento de la producción y en el uso más eficiente de las materias primas y del trabajo, lo que a su vez aumenta el nivel de empleo de un país.

La competencia derivada del comercio internacional también obliga a las empresas nacionales a producir con más eficiencia, y a modernizarse a través de la innovación. En la versión Ricardiana lo relevante son las diferencias en tecnología que provocan diferencias en las productividades del trabajo entre las empresas de distintos países, o en versiones Neoclásicas como la de Heckscher y Ohlin, cuando las diferencias en las productividades se deben más bien a la presencia de algún "factor inmóvil" como el suelo o el clima, lo que se llama dotaciones factoriales. Adam Smith ya en su escrito de más prestigio la riqueza de las naciones (Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones) intuyo que el comercio tanto entre personas como entre países era beneficioso para ambas partes, aunque no fuera en igual medida. Pensó que este beneficio provenía de las ventajas de especializarse en un producto que una persona o país puede producir más fácilmente, ya sea por facilidades tecnológicas, por tener más tradición y habilidades en cuanto a su producción, por tener más fuentes de recursos o mejores condiciones climáticas... La cuestión es que si alguien produce solo lo que le es fácil producir y parte de esa producción se la cambia a otra persona que produce otro bien que tú no tienes facilidades para producir, ambos saldréis ganando dado que solo produciréis lo que os es fácil y sin embargo poseeréis todos los bienes que queréis.

### **Teoría de la Ventaja Competitiva**

El modelo de la ventaja competitiva, se lleva a cabo a través de estrategias competitivas que permitan tomar acciones ofensivas para sobreponerse a otras empresas del mismo rubro y obtener una posición beneficiosa y defendible en una industria. Tiene como finalidad ayudar a la empresa a hacer frente a la competencia y lograr tener éxito, lo, que se traducirá en beneficios y ganancias económicas.

*Porter (1995) Denomina la ventaja competitiva como el valor diferencial que una empresa crea para sus clientes, bien sea en forma de precios menores al de la competencia o por la diferenciación de productos, es decir, cualquier característica creada por una empresa para distinguirse del resto y la sitúa en una posición superior para competir.*

Esta teoría se enfoca en dos preguntas fundamentales:

1. ¿Cuál es el valor rentable para una empresa?
2. ¿Cómo puede cada empresa asegurarse de encontrar y mantener este valor?

La ventaja competitiva no existe por sí sola, se construye y sustenta en conceptos de liderazgo en costos bajos, de diferenciación y de enfoque. Crece fundamentalmente de acuerdo al valor que una empresa tiene la capacidad de generar. El concepto de la ventaja competitiva de la empresa es una característica esencial que le permite a la empresa generar una posición para poder competir. (Porter M. , 1995) Afirma que la capacidad de las empresas para competir depende de las circunstancias locales y las estrategias de la empresa.

Sin embargo depende de las empresas el aprovechar o no esta oportunidad creando un entorno donde alcancen una ventaja competitiva internacional. Dunning (1995), señala que un completo entendimiento de las ventajas competitivas de las empresas y las ventajas estructurales de los países, son determinantes para la creación de este entorno, sus efectos en la globalización y los mercados. Aunado a esto, (Gravinski, 2000; Barney, 1991) mencionan que algunos recursos son claves y estratégicos (intangibles). Vernon (1966), Barney (1991), Dodgson, Mark y Bessant (1996), Schoemaker (1990) mencionan que son capaces de proporcionar rendimientos económicos a largo plazo.

En conclusión podemos decir que una ventaja competitiva se refiere a todos esos factores que ayudan a un país, organización o compañía a destacarse sobre los demás, sobrepasando a sus competidores, y es importante continuar desarrollando capacidades convirtiéndolas en parte de su ventaja competitiva.

### **Inteligencia de Negocios**

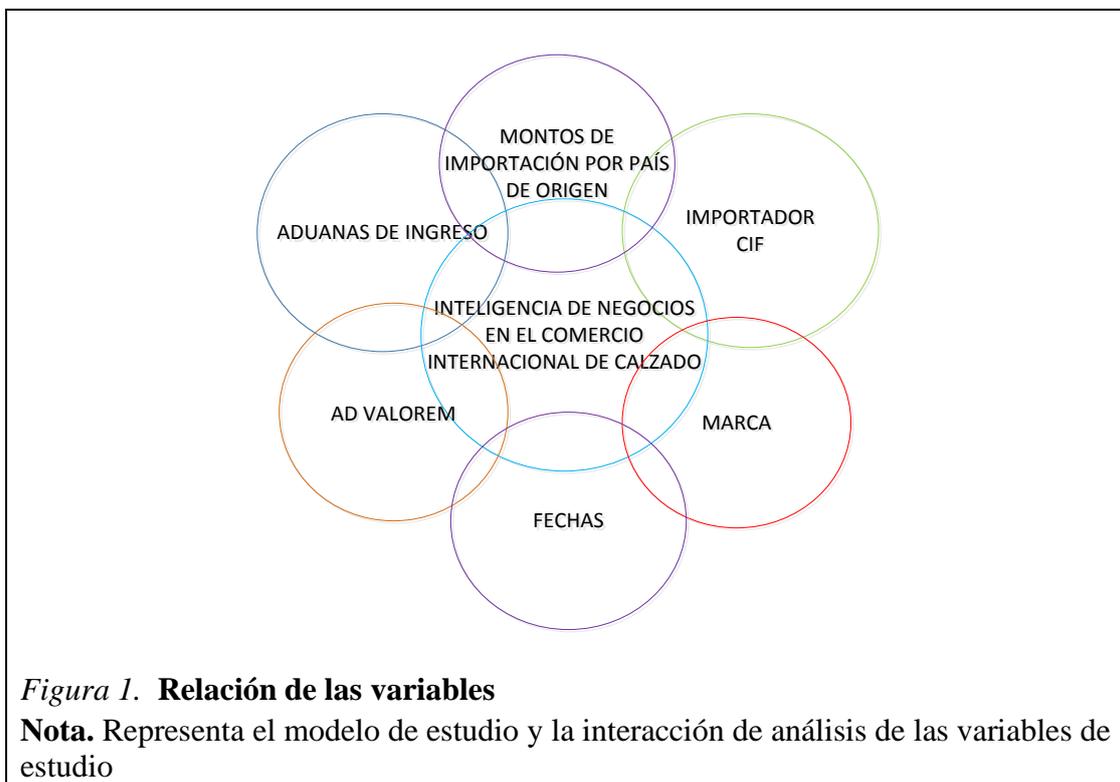
El acceso a una abundante información en la actualidad conduce a las empresas el establecimiento de mecanismos que permitan minimizar esfuerzos ante la maximización de resultados, la inteligencia de negocios surge como una alternativa para la recopilación, tratamiento, análisis e interpretación de datos, (Rosario, 2010, pág. 322) define “La inteligencia de negocios se define como la habilidad corporativa para tomar decisiones. Esto se logra mediante el uso de metodologías, aplicaciones y tecnologías que permiten reunir, depurar, transformar datos, y aplicar en ellos técnicas analíticas de extracción de conocimiento”, es decir un trabajo que incluye a toda la organización mediante la elaboración de plataformas que permitan el acceso a la información de manera tratada, la misma permitirá la toma de decisiones en búsqueda de minimizar riesgos, (Roo, 2012, pág. 550) “Expresión que hace referencia al proceso de toma de decisiones en función del rendimiento organizacional, convirtiendo simples datos en información relevante para los diversos niveles, orientándose en primera instancia al área estratégica organizacional”, en este sentido las empresas pertenecientes al segmento del comercio internacional disponen de una variada y

Inteligencia de negocios en el comercio internacional de calzado con suela de cuero natural o regenerado en el Ecuador

abundante información extraída desde distintos organismos públicos y privados, sin embargo el contenido de estas bases deben obedecer a los intereses individuales de las organizaciones en el mercado.

## Materiales y Métodos.

### Modelo de estudio.



### Diseño metodológico

El presente trabajo tiene un enfoque cuantitativo “El enfoque cuantitativo pretende obtener en base a datos que analizados estadísticamente, comprueben teorías y/o hipótesis planteadas” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), al utilizar bases de datos relacionados con las operaciones comerciales de importación de calzado de suela de cuero natural o regenerado en el Ecuador para el año 2018, investigación de tipo aplicada ya que se enfoca en la resolución de problemas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), se realizará un análisis contextual o situacional del mercado de importaciones de calzado en nuestro país, la recopilación de la información es de tipo documental al examinar libros, documentos, material bibliográfico que sustenten el estudio extraídas de MIAR, Dialnet, Redalyc, Yura Relaciones Internacionales, Scielo, se utilizará como fuente de información los documentos de declaraciones aduaneras de la SENA E importaciones del sector del calzado extraída desde el software Cobus, siendo una

investigación de tipo no experimental al no existir manipulación en los datos proporcionados por las bases, descriptivo pues se especifican cuáles son los campos estudiados en los documentos de la aduana con el propósito de obtener información clara del sector objeto de estudio, el censo sustenta el análisis al no excluir variables de las operaciones relacionadas con la importación de calzado, se realizará el análisis estadístico que de los valores almacenados en la base de datos con una la tabulación simple y cruzada.

### **Objetivos:**

- Determinar los montos de importación del sector del calzado con suela de cuero natural o regenerado en el Ecuador;
- Identificar a los principales importadores del sector de estudio;
- Establecer las marcas de preferencia en el comercio internacional de calzado con suela de cuero natural;
- Identificar la preferencia de las aduanas de ingreso y la vía de transporte del sector del calzado;
- Determinar los valores generados por impuestos y aranceles en el comercio internacional de calzado de suela.

## Resultados

Posición arancelaria.

6404.20.00.00

Descripción posición.

Calzado con suela de cuero natural o regenerado

Período de análisis 2018

Tabla 1

*Montos de importación en cif por país de origen*

País procedencia	Total	Porcentaje
	34631,25	23,461859
Brazil	3343,25	2,2649734
Italy	5346,36	3,6220334
No especificado	17355,17	11,75772
Panamá	557,53	0,3777135
Portugal	1230,17	0,8334113
Spain	85142,86	57,682289
Total general	147606,59	100

*Nota:* Identifica los países con los que el sector del calzado con suela de cuero natural o regenerado adquiere sus mercancías a precio cif.

Información obtenida de Cobus 2018

Tabla 2

Principales importadores ecuatorianos por cif y participación en el mercado internacional

Razón social	Total	Porcentaje
Almacenes de Prati S.A.	3251,88	2,20307%
Almacenes Juan Eljuri CIA. LTDA.	29739,08	20,1475%
Botris CIA. LTDA.	100971,42	68,4058%
Cormen S.A.	94,44	0,06398%
Dammtor S.A.	557,53	0,37771%
Sunsetrading Importaciones S.A.	10692,72	7,24407%
Tecnocalza S.A.	1724,86	1,16855%
World Class Moda S.A.	574,66	0,38932%
Total general	147606,59	100%

*Nota:* Identifica los principales importadores del sector del calzado con suela de cuero natural o regenerado el valor cif y su participación en el mercado.

Información obtenida de Cobus 2018

Tabla 3

*Identifica cif por marca*

Marca	Total	Porcentaje
Carolina Herrera	54809,77	37,132333
Carolina Herrera y Purificacion Garcia	44931,48	30,440023
Lanidor	1230,17	0,8334113
Manolo Blahnik	14869,54	10,073764

Manolo Flat	14869,54	10,073764
MASSIMO DUTTI	574,66	0,3893187
Ortopé	3251,88	2,2030724
Raphaella Booz	1724,86	1,1685522
Salvatore Ferragamo	10692,72	7,2440668
Tommy Hilfiger	557,53	0,3777135
Vicenza	94,44	0,0639809
Total general	147606,59	100

*Nota:* Identifica las principales marcas importadas en el sector del calzado con suela de cuero natural o regenerado el valor cif y su participación en el mercado.

Información obtenida de Cobus 2018

Tabla 4

*Recaudación ad valorem por país de origen*

Adval		
País origen	Total	Porcentaje
Brazil	162,6	4,61662
China	236,24	6,70744
Italy	0	0
Portugal	149,34	4,24013
Spain	2973,88	84,4358
Total general	3522,06	100

*Nota:* Identifica los valores recaudados por concepto de impuestos y aranceles en el sector del calzado con suela de cuero natural o regenerado.

Información obtenida de Cobus 2018

Tabla 5

*Establece el Cif por aduana de ingreso*

Suma de CIF U\$S	
Aduana	Total
Guayaquil aéreo	29833,52
Guayaquil marítimo	6909,59
Quito	110863,48
Total general	147606,59

*Nota:* Identifica las principales aduanas y sistemas de transporte en la entrada de mercancías en el sector del calzado con suela de cuero natural o regenerado.

Información obtenida de Cobus 2018

Tabla 6

*Establece el importador y el Cif por país de origen e importador*

Razón social	País procedencia	Suma de CIF U\$S
Almacenes de Prati S.A.	Brazil	1625,94
	No especificado	1625,94
Almacenes Juan Eljuri CIA. LTDA.		14869,54
	Spain	14869,54
Botris CIA. LTDA.		17413,54
	No especificado	12629,05

	Portugal	1230,17
	Spain	69698,66
Cormen S.A.	Brazil	94,44
Dammtor S.A.	Panama	557,53
Sunsetrading Importaciones S.A.		2246,18
	Italy	5346,36
	No especificado	3100,18
Tecnocalza S.A.		101,99
	Brazil	1622,87
World Class Moda S.A.	Spain	574,66
Total general		147606,59

*Nota:* Identifica los importadores del país y el cif por país de origen en el sector del calzado con suela de cuero natural o regenerado.

Información obtenida de Cobus 2018

Tabla 7  
*Kilos por aduana e importador*

Razón social	Aduana	Total
Almacenes de Prati S.A.	Guayaquil marítimo	96,228
Almacenes Juan Eljuri CIA. LTDA.	Guayaquil aéreo	238
Botris CIA. LTDA.	Quito	352,88
Cormen S.A.	Guayaquil aéreo	7,442
Dammtor S.A.	Guayaquil marítimo	21,41
Sunsetrading Importaciones S.A.	Guayaquil marítimo	5,701
	Quito	17,301
Tecnocalza S.A.	Quito	44,54
World Class Moda S.A.	Quito	4,08
Total general		787,582

*Nota:* Establece los kilos por importador y aduana de ingreso en el sector del calzado con suela de cuero natural o regenerado.

Información obtenida de Cobus 2018

Tabla 8  
*Vía de transporte, país de origen, kilos*

Vía transporte	País procedencia	Total
Aérea		61,95
	Brazil	46,232
	Italy	5,8
	no especificado	44,36
	Portugal	37,82
	Spain	331,83
Total aérea		527,992
Marítimo	Brazil	48,114
	Italy	5,701
	Panamá	21,41
Total marítimo		75,225
no especificado		130,55

no especificado	53,815
Total no especificado	184,365
Total general	787,582

*Nota:* Establece la vía de transporte, país de origen y kilos generado en el comercio internacional del calzado con suela de cuero natural o regenerado.  
Información obtenida de Cobus 2018

Tabla 9

*Tiempos de embarque y despacho desde el país de origen*

Fecha despacho	País origen	Fecha embarque
2018-07-04	China	2018-07-01
2018-07-05	Spain	2018-06-20
2018-07-13	Portugal	2018-07-04
2018-07-23	Italy	2018-06-27
2018-08-01	Brazil	2018-06-26
2018-08-07	Italy	0000-00-00

*Nota:* Determina el número de días entre el despacho y el embarque por país de origen.  
Información obtenida de Cobus 2018

## Discusión

Habría de preguntarse si el sector del calzado en el Ecuador encontraría ventaja comparativa frente a la producción de calzado internacional, y si la industria está en condiciones de igualdad o supremacía en el libre comercio sostenido por Ricardo de esta manera se detentaría que la competencia internacional constreñiría a la industria nacional a mejorar sus procesos productivos para hacerlas más competitivas.

Al contar con una mayor ventaja competitiva la industria nacional puede crear en los usuarios de mercados internacionales una percepción de diferenciación de valor reflejada en los precios, calidad, modelos, características propias del producto, posicionando el calzado nacional en ámbitos de competencia absoluta beneficiando de esta manera la industria y el comercio.

Las importaciones de calzado de suela regenerado pueden abordarse desde diferentes aristas de las teorías clásicas del comercio internacional, en donde se debe establecer las ventajas y desventajas para la industria y su competitividad.

El estudio de las operaciones visualizadas desde el comercio internacional con el soporte de la inteligencia de negocios debe apadrinarse desde una configuración de la posición

Inteligencia de negocios en el comercio internacional de calzado con suela de cuero natural o regenerado en el Ecuador

arancelaria, esto permitirá el establecimiento de estrategias no solo para el sector de estudio sino como soporte para el sector del calzado en general.

La inteligencia de negocios debe ser entendida como una herramienta gerencial, que permite la toma de decisiones en base a resultados obtenidos de bases de datos tratadas acorde a las necesidades del sector del calzado. La inteligencia de negocios como herramienta empresarial debe aplicarse a otros ámbitos del comercio internacional, no solo limitarse a la importación de calzado de suela.

233

Se debe realizar un estudio de los convenios que cobijan el comercio internacional del sector del calzado con la finalidad de establecer ventajas y desventajas para el sector de estudio, consintiendo de esta manera la posibilidad de los mismos se extiendan o se reduzcan acorde a las propias necesidades del sector estudiado.

El principal país proveedor del calzado con suela de cuero natural o regenerado es España con el 57,68% del total de operaciones comerciales realizadas por este sector, Botris Cía. Ltda. Es el importador cardinal con el 100.971,42 USD equivalentes al 68,40% del total de importaciones, Carolina Herrea destaca como la marca de preferencia en las importaciones de calzado con una participación del 37,13%, concomitantemente España genera el 84,43% de los valores recaudados por aranceles e impuestos, así mismo por la aduana de Quito ingresan 110.863,48 USD de un total de 147.606,59 USD, finalmente existe una dispersión en el número de días entre el embarque y despacho, dependiendo del país de procedencia de la mercancía, con esto se concluye el cumplimiento de los objetivos planteados en la investigación.

### **Lista de referencias**

Amaya, J. (2005). Obtenido de

[https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=8Flzg6f8dOsC&oi=fnd&pg=PA39&dq=analisis+de+las+5+fuerzas+de+porter&ots=g6gt\\_LYGJB&sig=TXcn3hSAtJMh yMNkOe2R6bKO12s&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=8Flzg6f8dOsC&oi=fnd&pg=PA39&dq=analisis+de+las+5+fuerzas+de+porter&ots=g6gt_LYGJB&sig=TXcn3hSAtJMh yMNkOe2R6bKO12s&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Baena, G. (1985). *Manual para elaborar trabajos de investigación documental*. México: Mexicanos Unidos.

- BCE. (2017). *BALANZA DE PAGOS*. Obtenido de BALANZA DE PAGOS:  
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201712.pdf>
- CATTANI, A. D. (2004). *LA OTRA ECONOMÍA*. Obtenido de  
<http://www.saberyvida.ute.edu.ec/pdf/biblioteca/libros/LaOtraEconomia-VariosAutores.pdf#page=173>
- Ceballos, L. (2005). *Comercio y aduanas*. Obtenido de  
<http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/116-que-es-comercio-exterior>
- Dos Santos, T. (1978). *Instituto de investigaciones económicas*. Obtenido de UNAM, México:  
<http://ru.iiec.unam.mx/3098/1/SocOFas.pdf>
- El comercio. (22 de Marzo de 2015). *El comercio*. Obtenido de Economía:  
<http://www.elcomercio.com/actualidad/ropa-calzado-importaciones-salvaguardias-ecuador.html>
- El Telégrafo. (11 de Octubre de 2015). *El telégrafo*. Obtenido de  
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/15-millones-invierte-el-sector-del-calzado-para-espacio-industrial>
- El Tiempo. (28 de Marzo de 2016). *el tiempo. com.ec*. Obtenido de  
<http://www.eltiempo.com.ec/noticias/ecuador/4/371033/la-industria-del-calzado-destaca-por-su-crecimiento>
- Glejberman, D. (Octubre de 2012). *Conceptos y definiciones: Población Económicamente Activa Empleo*. Obtenido de <http://recap.itcilo.org/es/documentos/files-int2/es/dg5>
- Godínez, H. (s.f.). *Teorías del comercio internacional*. Obtenido de  
[http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/drgjh/Comercio\\_Onternacional/1.2\\_TEORIA\\_S\\_DEL\\_COMERCIO\\_INTERNACIONAL.pdf](http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/drgjh/Comercio_Onternacional/1.2_TEORIA_S_DEL_COMERCIO_INTERNACIONAL.pdf)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- INEC. (Marzo de 2017). *Reporte de Economía Laboral*. Obtenido de  
[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe\\_Economia\\_Laboral-Mar17.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_Economia_Laboral-Mar17.pdf)
- MICHAEL, P. (s.f.). *TEORIA DE LA VENTAJA COMPETITIVA*. Obtenido de TEORIA DE LA VENTAJA COMPETITIVA:

Inteligencia de negocios en el comercio internacional de calzado con suela de cuero natural o regenerado en el Ecuador

<http://www.ur.mx/LinkClick.aspx?fileticket=cHywzaSrlbk%3D&tabid=2636&mid=12445&language=es-ES>

Montuschi, L. (s.f.). *LA ECONOMIA BASADA EN EL CONOCIMIENTO: IMPORTANCIA DEL CONOCIMIENTO TACITO Y DEL CONOCIMIENTO CODIFICADO*. Obtenido de

[https://www.researchgate.net/profile/Luisa\\_Montuschi/publication/4806426\\_La\\_economia\\_basada\\_en\\_el\\_conocimiento\\_Importancia\\_del\\_conocimiento\\_tacito\\_y\\_del\\_conocimiento\\_codificado/links/554ccf6f0cf21ed2135d8ab4.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Luisa_Montuschi/publication/4806426_La_economia_basada_en_el_conocimiento_Importancia_del_conocimiento_tacito_y_del_conocimiento_codificado/links/554ccf6f0cf21ed2135d8ab4.pdf)

Morales Escobar, A. (21 de Noviembre de 2015). *Balanza de pagos*. Obtenido de

[http://www.academia.edu/download/40417144/Tarea\\_12.docx](http://www.academia.edu/download/40417144/Tarea_12.docx)

Orgánico, C. (2010). *CODIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES*. Obtenido de

[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32537689/CODIGO\\_ORGANICO\\_DE\\_LA\\_PRODUCCION.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1511066441&Signature=U83gzgCxY94icg%2BxfR97O6P3s2k%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DCODIGO\\_ORGA](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32537689/CODIGO_ORGANICO_DE_LA_PRODUCCION.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1511066441&Signature=U83gzgCxY94icg%2BxfR97O6P3s2k%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DCODIGO_ORGA)

Porter, M. (1995). *VENTAJA COMPETITIVA*. Obtenido de VENTAJA COMPETITIVA:

<http://www.ur.mx/LinkClick.aspx?fileticket=cHywzaSrlbk%3D&tabid=2636&mid=12445&language=es-ES>

Porter, M. E. (2008). *ESTRATEGIA COMPETITIVA, Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México.

PROECUADOR. (2017). *CODIGO ORGANICO COMERCIO E INVERSIONES*. Obtenido de CODIGO ORGANICO COMERCIO E INVERSIONES:

<https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/COPCI.pdf>

Ricardo, D. (1817). *Teorías del comercio internacional*. Obtenido de

[http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/drgjh/Comercio\\_Onternacional/1.2\\_TEORIAS\\_DEL\\_COMERCIO\\_INTERNACIONAL.pdf](http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/drgjh/Comercio_Onternacional/1.2_TEORIAS_DEL_COMERCIO_INTERNACIONAL.pdf)

SENAE. (2017). *Aduana del Ecuador SENAE*. Obtenido de Importaciones:

<https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>

Superintendencia de Banca, S. y. (2017). *Tasas de Interés*. Obtenido de

<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Guia-Methodologica/Guia-Methodologica-02.pdf>