

CARRERA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS

**Previa a la obtención del Título de:
Ingeniera Comercial Mención Marketing y Comercio
Exterior**

TÍTULO

**Estrategias de difusión y comercialización del cuero
de borrego y sus derivados del cantón Guano en la
provincia del Chimborazo**

AUTORES

**Carmen Dennis Guijarro Solórzano
Carlos Ricardo Prieto Becerra**

DIRECTOR

Ing. Francisco Herrera

Guayaquil – Octubre del 2012

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer de manera especial al Gerente General de la fábrica EL ALCE, por la apertura brindada para la realización de esta tesis de graduación y a todas las personas que colaboraron y aportaron de alguna manera en el desarrollo del trabajo, ya que sin su ayuda desinteresada no hubiese sido posible la culminación del mismo. A todos ellos mis más sinceros agradecimientos.

Carlos Prieto Becerra

Durante este largo proceso de enseñanza universitaria, se ha logrado ir superando dificultades y se ha experimentado diferentes emociones a través del tiempo. Sin embargo hemos contado con el apoyo incondicional de familiares, amigos y docentes. Asimismo es preciso mencionar que la ayuda de Dios ha sido necesaria para el logro de objetivos personales y académicos durante nuestra vida; la colaboración de nuestro tutor el Ing. Francisco Herrera, y de nuestra querida Directora de Carrera, la MBA Susana Lam, quien ha sido un pilar importante en nuestra formación durante este periodo de educación universitaria. De igual manera se agradece a todas y cada una de las personas que han cooperado durante el desarrollo de este trabajo, y que a su vez logre constituirse en un aporte útil para la sociedad y de estímulo para la juventud, hacia la búsqueda de nuevos conocimientos.

Carmen Guijarro Solórzano

DEDICATORIA

A mi madre, abuelos y tios, a quienes debo gratitud infinita por ser las primeras personas en inculcarme la responsabilidad y el deber de cumplir con los objetivos propuestos, a ellos está dedicado el logro del inicio de mi carrera profesional.

Carlos Prieto Becerra

A Dios porque siento que cada paso que doy es con su protección y su guía, y esa gratitud hacia él es la fuerza que tengo para seguir adelante; A mis padres Roberto y Meile, a mis hermanos Arturo y Javier, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo y mi motor en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi capacidad. A ellos está dedicado el logro del inicio de mi carrera profesional

Carmen Guijarro Solórzano

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El trabajo de tesis de grado titulada: **ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CUERO DE BORREGO Y SUS DERIVADOS DEL CANTÓN GUANO EN LA PROVINCIA DEL CHIMBORAZO** ha sido desarrollado con base a una investigación profunda, respetando derechos intelectuales de terceros, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de los autores y el patrimonio intelectual de la misma, a la **UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**.

Guayaquil, Octubre del 2012

Presentado por:

(f) _____
Carmen Guijarro Solórzano
1310869589

(f) _____
Carlos Prieto Becerra
0920871522

Tutor. Ing. Francisco Herrera

INDICE GENERAL

PORTADA.....	I
AGRADECIMIENTOS.....	II
DEDICATORIA.....	III
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	IV
INDICE GENERAL.....	V
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	X
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XII
RESUMEN-ABSTRACT.....	XIII
CAPITULO 1.....	1
1. ANTECEDENTES Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Definición del Problema	2
1.3 Justificación.....	4
1.4 Objetivos generales y específicos	4
1.4.1 Objetivo general.....	4
1.4.2 Objetivos específicos	4
1.5 Marco metodológico	5
CAPITULO 2.....	7
2. PRODUCCIÓN DE ARTÍCULOS DE CUERO.....	7
2.1 Situación del cuero de vaca en la actualidad.....	7
2.2 Situación geográfica del borrego	9
2.3 Capacidad de producción	11
2.3.1 Trabajos en ribera	11
2.3.2 Almacenamiento y recorte de las pieles (conservación).....	11
2.3.3 Remojo y lavado	12
2.3.4 Pelambre y encalado	13
2.3.5 Descarnado.....	13

2.3.6	Depilado y dividido	14
2.3.7	Desencalado	14
2.3.8	Rendido (purga)	15
2.3.9	Curtición	15
2.3.10	Piquelado	15
2.3.11	Desengrasado	16
2.3.12	Curtido	16
2.3.13	Rebajado	17
2.3.14	Recurtido.....	17
2.3.15	Teñido	17
2.3.16	Engrase.....	18
2.3.17	Acondicionamiento y secado	18
2.3.18	Ecurrido o secado	19
2.3.19	Repasado	19
2.3.20	Ablandado	19
2.3.21	Estacado	20
2.3.22	Acabado	21
2.4	Componentes del cuero de borrego.....	21
2.5	Flujo grama de la elaboración de los productos de cuero	24
2.6	Utilización	26

CAPITULO 3.....27

3. EVALUACIÓN DE MEDIOS DE PRODUCCIÓN DE CUERO DE BORREGO...27

3.1	Análisis Situacional.....	27
3.2	Análisis de entorno.....	27
3.3	Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	27
3.3.1	Poder de negociación de los Compradores o Clientes	28
3.3.2	Poder de negociación de los Proveedores	29
3.3.3	Amenaza de Productos Sustitutos.....	29
3.3.4	Amenaza de Nuevos Competidores	30
3.3.5	Rivalidad entre competidores	31

3.4	Interpretación de la aceptación del producto	32
3.4.1	Calculo del tamaño de la muestra	32
3.5	Análisis del estudio de mercado.....	44
3.6	Precio de los productos	46
3.6.1	Mecanismo de formación.....	46
3.6.2	Fijación del precio	47
3.6.3	Nivel de Precios	47
3.7	Método de Fijación del Precio	49
3.8	Análisis de comercialización.....	53
3.9	Condicionantes tipo de producto.....	54
3.10	Controles de calidad en la industria del cuero	56
3.11	Flujo de Comercialización	61
3.12	Mercado objetivo	61
3.13	Desarrollo del Producto.....	62
3.13.1	Estrategia de precios de artículos de cuero de borrego.....	62
3.13.2	Logística del cuero de Borrego	63
3.14	Programa de Comunicación	64
3.15	Análisis de Participación de Mercado.....	65
3.16	Análisis FODA.....	67
3.17	Análisis PEST	69
CAPITULO 4.....	71	
4. PROPUESTA DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	71	
4.1	Estudio de Difusión del producto.....	71
4.2	Estrategias de marketing	71
4.3	Estrategias para el producto	76
4.4	Estrategias para el precio	77
4.5	Estrategias para la plaza	78
4.6	Estrategias para la promoción o comunicación.....	79
4.7	Estudio de Canales de Distribución	81
4.8	Estudio Financiero	84

4.8.1 Propuesta de valor.....	<u>94</u>
CONCLUSIONES.....	97
RECOMENDACIONES.....	100
BIBLIOGRAFIA.....	102
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	105
ANEXOS.....	108

ÍNDICE DE TABLAS

CAPITULO 2.....	7
TABLA 2.1 Productos químicos utilizados en el proceso de curtación de piel ovina	21
TABLA 2.2 Residuos de los procesos desarrollados en la cadena de producción.....	22
CAPITULO 3.....	27
TABLA 3.1 Rango de precios de artículos de cuero.....	47
TABLA 3.2 Precios históricos de artículos de cuero de borrego.....	48
TABLA 3.3 Rentabilidad por cada producto porcentajes de utilidad.....	49
TABLA 3.4 Porcentajes de descuento de artículos de cuero Guano.....	50
TABLA 3.5 Requerimientos ambientales para elaboración de productos de cuero.....	54
CAPITULO 4.....	71
TABLA 4.1 Costos totales de artículos de cuero fabrica El Alce.....	84
TABLA 4.2 Precio de ventas de artículos de cuero.....	86
TABLA 4.3 Utilidades por productos de cuero.....	88
TABLA 4.4 Costos mensuales – medios de comunicación.....	95

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPITULO 1.....	1
GRÁFICO 1.1 Ingreso por ventas, personal ocupado y establecimientos económicos por sector.....	3
CAPITULO 2.....	7
GRÁFICO 2.1 Censo- cabezas de ganado en la provincia de Chimborazo.....	8
GRÁFICO 2.2 Proceso de curtido del cuero.....	25
CAPITULO 3.....	27
GRÁFICO 3.1 Análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	28
GRÁFICO 3.2 Tabulación encuesta pregunta 1.....	33
GRÁFICO 3.3 Tabulación encuesta pregunta 2.....	34
GRÁFICO 3.4 Tabulación encuesta pregunta 3.....	35
GRÁFICO 3.5 Tabulación Lugares de preferencia compra de artículos de cuero	36
GRÁFICO 3.6 Tabulación encuesta pregunta 4.....	37
GRÁFICO 3.7 Tabulación encuesta pregunta 5.....	38
GRÁFICO 3.8 Tabulación encuesta pregunta 6.....	39
GRÁFICO 3.9 Tabulación encuesta pregunta 7.....	40
GRÁFICO 3.10 Tabulación encuesta pregunta 8.....	41
GRÁFICO 3.11 Respuesta de consumidores sobre procedencia del cuero.....	42
GRÁFICO 3.12 Tabulación encuesta pregunta 9.....	43
GRÁFICO 3.13 Proceso logístico de los artículos de cuero.....	64
GRÁFICO 3.14 Análisis de participación en el mercado Guaneño.....	66
GRÁFICO 3.15 Análisis FODA.....	67
GRÁFICO 3.16 Análisis PEST.....	70
CAPITULO 4.....	71
GRÁFICO 4.1 Mezcla de mercadotecnia.....	72
GRÁFICO 4.2 Ciclo de vida del producto.....	74
GRÁFICO 4.3 Propuesta publicitaria Guano-Ecuador.....	80
GRÁFICO 4.4 Canales de Distribución.....	81
GRÁFICO 4.5 Punto de Equilibrio – chompas de mujer.....	92
GRÁFICO 4.6 Punto de Equilibrio – cartera ejecutiva de mujer.....	94

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPITULO 1.....	1
FIGURA 1.1 Parque Central de Guano.....	6
CAPITULO 2.....	7
FIGURA 2.1 Proceso de almacenamiento y recorte de pieles.....	12
FIGURA 2.2 Proceso de remojo y lavado.....	12
FIGURA 2.3 Proceso de pelambre y encalado.....	13
FIGURA 2.4 Proceso de depilado y dividido.....	14
FIGURA 2.5 Proceso de curtido del cuero.....	16
FIGURA 2.6 Proceso de rebajado del cuero.....	17
FIGURA 2.7 Proceso de engrase del cuero.....	18
FIGURA 2.8 Proceso de escurrido y secado.....	19
FIGURA 2.9 Proceso de remojo y lavado.....	20
FIGURA 2.10 Proceso de estacado del cuero.....	20
FIGURA 2.11 Proceso de acabado de la materia prima.....	21
CAPITULO 3.....	27
FIGURA 3.1 Cuero wet-Blue curtido al cromo.....	57
FIGURA 3.2 Etapa semi-acabado del cuero.....	58
FIGURA 3.3 Acabado y estiramiento del cuero.....	58

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO	110
ANEXO 1 Mapa de Ubicación del cantón Guano – Ecuador.....	109
ANEXO 2 Diseño de la Encuesta.....	110
ANEXO 3 Diseño de las Entrevistas.....	112
ANEXO 4 Cotizaciones de Medios de Comunicación – Prensa escrita y radio.....	115
ANEXO 5 Fotografías explicativas sobre elaboración y comercialización de artículos de cuero en el cantón Guano.....	117
ANEXO 6 Detalle del peso, remojo y tipo de cuero de acuerdo al proceso.....	120
ANEXO 7 Validación de Encuestas.....	124

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESTRATEGIAS DE DIFUSION Y COMERCIALIZACION DEL CUERO DE BORREGO Y SUS DERIVADOS DEL CANTÓN GUANO EN LA PROVINCIA DEL CHIMBORAZO

Autores: Carmen Dennis Guijarro Solórzano carmi-dfull15@hotmail.com
Carlos Ricardo Prieto Becerra carlospb16@hotmail.com

Director: Ing. Francisco Herrera fherrera@ups.edu.ec.com

RESUMEN

Ecuador es un país con diferentes culturas, esto es representativo porque se puede encontrar diversidad en moda, arte, estilos de vida, etc. Esto es importante para la investigación, porque nos permite entender que Guano es una ciudad relevante en el Ecuador y es conocida como una capital artesanal. Esta reputación tiene largo tiempo, principalmente por los artículos de cuero, los cuales se pueden encontrar en el cantón. Los ecuatorianos saben que en esta ciudad pueden encontrar artículos de cuero más económicos con buena calidad y variedad.

El principal problema encontrado en Guano relacionado a la investigación, es que Guano no tiene publicidad dirigida a ciudadanos ecuatorianos y extranjeros. Esta situación hace que Guano no crezca, y pierda su posicionamiento de mercado. En base a esta situación, la propuesta y estrategias en el trabajo presente se focaliza hacia el desarrollo del conocimiento de la ciudad y su situación real.

La estrategia más relevante consiste en crear ferias internacionales cada año, para generar mayor expectativa, que podría ser bueno para el cantón Guano, no únicamente para tener más ventas en una fecha especial del año, sino para atraer más inversión a la feria internacional.

La recomendación para los habitantes de Guano es que necesitan estar organizados y principalmente tienen que entender que todas las estrategias son para su propio bienestar y no solo para los comerciantes.

PALABRAS CLAVES

Estrategias de comercialización, propuestas estratégicas, análisis de mercado, producción, estudio de mercado, negocios, publicidad de medios, mezcla del marketing.

ABSTRACT

Ecuador is a country with different cultures; this is representative because we can find a lot of diversities in clothes, art, lifestyle, etc. This is important for our research because it lets us understand that “Guano” is an important city in Ecuador known as Artisan Capital, this reputation has had a lot of time mainly for leather articles and handicraft that we find here, Ecuadorian people know that in this city they can find the cheapest articles in leather with good quality and variety.

The main problem found in “Guano” related to the investigation is that “Guano” doesn’t have any publicity to the Ecuadorian citizens and foreign tourists. This situation is a disadvantage for Guano in order to grow and gain market positioning. Based on this

situation the proposal and strategies in the present work is to focus in developing the knowledge of the city and the real situation.

The most important strategy is to create an International Fair every year to generate a great expectation that could be good for “Guano” not only to increase sales in a special period of the year, but also to attract more investment for the International Fair.

The recommendation for “Guano” citizens is that they need to be organized and principally they have to understand that all strategies are for their own good not just for the retailers

KEYWORDS

Trading strategies, strategic proposals, market analysis, production, marketing research, business, advertising, marketing mix.

CONTENIDO

En Ecuador, la actividad del cuero tiene una larga trayectoria, pues desde la época precolombina, los aborígenes usaban pieles para cubrirse y protegerse en las constantes guerras entre tribus, además lo empleaban como vestimenta y calzado. Desde el incario se ha mejorado la técnica de conservación de pieles, pero estas no han logrado un posicionamiento internacional. Por tanto, el trabajo con cuero alberga tradiciones e importantes elementos culturales; sin embargo, durante las dos últimas décadas, la industria del cuero y del calzado se ha globalizado, lo que conlleva serios retos para las industrias en todo el mundo.

Posteriormente, el desarrollo del sector curtidor en el marco de una economía interna hasta los años sesenta mantiene un nivel artesanal; ante el crecimiento de ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato; con la consecuente demanda de calzado, bolsos, billeteras, carteras, manufacturas de cuero, marroquinería, etc., inicia su industrialización bajo el modelo de sustitución de importaciones en la década de los setenta. En la actualidad, con las regulaciones impuestas durante el año 2009, ha crecido el sector de manera muy importante.

La cadena productiva del cuero comienza con los proveedores de materia prima, las curtiembres, el sector del calzado, los proveedores de accesorios y los centros de expendio o sector comercializador.

Para realizar la elaboración de artículos con cuero como chompas y chaquetas, zapatos, bolsos y carteras sigue siendo indispensable la materia prima importada de otros países como son Colombia, Brasil y México, aunque se estima, afirman los productores y comercializadores, que cerca del 80% es de componente nacional, sobre todo el cuero y la suela para los zapatos.

El Ministerio de Agricultura, Acuacultura y Pesca (MAGAP) ha estimado que entre el 2003 y 2011, la matanza de ganado, para abastecer la producción de artículos de cuero, es de 760.000 cabezas en promedio.

Se ha considerado pertinente la utilización de técnicas como sondeos, entrevistas y encuestas; las mismas que permitieron recoger las opiniones de consumidores de productos elaborados a base de cuero de borrego en la provincia del Chimborazo; De igual manera, se implementó la utilización de métodos analíticos y estadísticas, con la intención de cuantificar y comparar situaciones sociales y económicas específicas involucradas al tema de investigación.

El presente proyecto tiene como objetivo identificar las falencias por el cual los artesanos y comerciantes del cantón Guano, en la provincia del Chimborazo, se les dificulta la venta y promoción de sus artículos dentro de la provincia, lo cual se piensa mejorar con estrategias de comercialización y difusión de los artículos de cuero de borrego. Dichas estrategias se basan en la publicidad y en el mejoramiento de la mezcla de mercadotecnia; al referirse a las estrategias de comercialización, se busca emplear nuevos métodos para distribuir los productos a otras partes del país, o a compradores mayoristas que buscan de las artesanías de Guano, proveerse de sus novedades para la comercialización en otras partes de la región.

Ligado a esta falencia se puede identificar que los comerciantes del cantón Guano en su mayor parte realizan la compra de materia prima elaborada en otras provincias vecinas lista para la confección de artículos, siendo la curtiembre El Alce la única fabrica establecida en el cantón, después que ocho curtiembres cesaran sus actividades por reglamentos y procedimientos establecidos por el actual gobierno.

Durante la investigación se identificaron como los mayores problemas de la comunidad la falta de organización de los artesanos y comerciantes, así también como la poca intervención del gremio de artesanos del cantón Guano por mejorar la organización y estrategias para difundir los productos elaborados en el cantón, aumentar la obtención de clientes nacionales y extranjeros.

La falta de innovación en el diseño es un aspecto importante en los artículos de cuero, manteniendo los mismos diseños cambiando pequeños detalles según la temporada de venta; este aspecto es importante para el proyecto, porque permite comprender que la falta de capacitación de los artesanos y comerciantes es una problemática que afecta el comercio, debido a la falta de conocimientos para lograr mayor captación de mercado mediante estudios de aceptabilidad hacia sus consumidores.

Se puede aclarar que la falta de organización y de capacitación por parte de los artesanos, comerciantes y del gremio de artesanos del cantón Guano son las principales medidas a tratar para el mejoramiento del comercio en el cantón.

Para la realización del estudio se utilizó el método de encuesta para conocer las preferencias de los consumidores y poder crear estrategias que se apliquen acorde, y así poder llegar a una mayor satisfacción para el cliente, logrando de esta manera conseguir a clientes potenciales tanto a nivel nacional como extranjeros.

Para la encuesta los principales puntos en mención fueron: la calidad, el diseño y el precio; en el estudio se pudo constatar que los clientes nacionales tuvieron mayor afinidad hacia el precio y en segundo lugar la calidad y el diseño, lo cual fue diferente en el cliente extranjero que se inclinó mayormente por un diseño novedoso, elegante y consecuentemente en la calidad y precio.

Se debe rescatar que los productos de cuero del cantón Guano son reconocidos a lo largo del país como artículos de excelente calidad y precio con diseños innovadores. Los artículos de cuero que se elaboran en la Provincia del Chimborazo, cantón Guano, pueden ser adquiridos por todos, enfocando los diseños en artesanías netamente ecuatorianas, para los turistas Extranjeros que buscan innovación y variedades culturales.

Los artículos están diseñados para ser obtenidos por consumidores de todas las edades; incluidos juguetes, recuerdos y llaveros innovadores que llaman la atención de los niños.

Al momento de clasificar los artículos de consumo, se hará hincapié al concepto de piel de borrego como un bien de conveniencia, ya que forma parte de un material de compra frecuente y con mayor disponibilidad de adquisición.

Es de suma importancia que las actividades de Marketing se ejecuten como respuesta a una filosofía sólida eficiente, efectiva, y responsable socialmente. Aunque existen cinco enfoques en competencia, por los cuales las organizaciones pueden optar al momento de establecer las estrategias de marketing: el enfoque de producción, el enfoque al producto, el enfoque a las ventas, el enfoque marketing y el enfoque marketing social.

Las estrategias de marketing, será el enfoque para establecer el tema. Para la aplicación de este enfoque se debe identificar y seleccionar las expectativas del cliente, de tal manera que se establezcan estrategias que superen a la competencia tanto al momento de producir como de ofertar valor en el mercado meta.

Una vez dada las características de los artículos de cuero de borrego, la presentación que posee es muy simple pero presta la facilidad de que el consumidor observe el producto, debido a que son guardadas en fundas transparentes, que conservará al producto en buen estado y sin malos olores.

En cuanto al precio a fijarse, será un valor monetario accesible al bolsillo del grupo de consumidores selecto. Por otro lado, se ha considerado necesaria no optar por medios de distribución con el objeto de minimizar costos, ya que es importante mantener la relación con los consumidores, ya que éstos son los que por medio de sugerencias, proponen nuevos diseños para su próxima compra. Razón por la cual, se ha determinado que los lugares estratégicos para la comercialización del producto serán en las afueras de la Curtiembre y en el lugar más tradicional de la ciudad de Guano que es en el Parque Santa Teresita.

También se ha considerado como necesaria la aplicación de un marketing directo, debido a las necesidades cambiantes del mercado y al cual las empresas siempre deben ajustarse. La finalidad de implementar esta estrategia de promoción es la de obtener las suficientes reacciones por parte de los clientes. De esta manera, se puede realizar un

análisis, para determinar así las deficiencias y herramientas que permitan establecer mejoras al producto, para una mayor satisfacción del consumidor.

Como solución a las falencias encontradas durante el proyecto se determinó que un aspecto importante a rescatar es la publicidad del cantón hacia el resto del país, principalmente promoviendo la venta y la innovación de los productos nuevos como productos ya existentes en el mercado.

Por parte de la publicidad se promueve una estrategia centrada en dar a conocer más al cantón con publicidad realizada en radio, prensa escrita y demás medios de comunicación, considerando como una principal estrategia la creación de una feria anual en la cual los artesanos y comerciantes se preparen para mostrar a los consumidores sus nuevos artículos y ofertas, captando la atención de los turistas, creando en los clientes nacionales mayor fidelidad hacia los productos del cantón así como ser considerados proveedores directos en centros comerciales o tiendas en la provincia del Chimborazo como en otras provincias del país.

Para lograr esta propuesta es necesario la colaboración de los comerciantes y artesanos del cantón Guano como de las autoridades locales, reconociendo que el beneficio es para todos los habitantes del cantón.

Como otro aspecto dentro de la creación de las propuestas de valor es la contratación de un profesional en diseño para la creación de los nuevos modelos a ser confeccionados, los cuales deben ser llevados a un estudio de aceptabilidad de mercado para su aprobación y confección en mayor cantidad.

Una tercera propuesta de valor es la facilidad de adquisición de los productos del cantón Guano hacia los consumidores finales, los cuales realizan sus compras en menor cantidad, utilizando páginas web o sitios conocidos como redes sociales por los cuales

difundir las imágenes de los productos, de esta manera poder dar conocer al cantón, generando facilidad de adquisición con lo cual se estima generar fidelidad de los clientes y obtener credibilidad en las ventas bajo pedido.

CONCLUSIONES

La puesta en práctica de las estrategias planteadas, en especial la de realizar campañas masivas de publicidad, será base fundamental para atraer a los turistas del cantón a conocer Guano; es importante por medio de las estrategias de producto, precio, plaza y publicidad, darle realce al cantón Guano como la capital artesanal del Ecuador.

Para lograr el nivel alto de comercialización de artículos de cuero en Guano, es de suma importancia cubrir con las falencias que poseen ante la necesidad de hacerse conocer. Al momento de plantear las estrategias de comercialización, se buscará emplear nuevos métodos para distribuir los productos a otras partes del país, o a compradores mayoristas que buscan de las artesanías de Guano, proveerse de sus novedades para la comercialización en otras partes de la región. Es iniciativa propia de cada artesano realizar sus productos innovadores, con diseños especiales y con la calidad que garantiza el regreso de nuevos clientes y turistas.

Los comerciantes no se han dado a conocer como proveedores potenciales fuera de la provincia de Chimborazo, lo cual genera desconfianza por la falta de difusión de sus artesanías, generando la pérdida de clientes fuera del cantón Guano, limitando la entrada a posibles nuevos consumidores que nunca han visitado el cantón.

Los artesanos y su personal no poseen capacitaciones en el área de ventas ni marketing, ni sobre el desarrollo de su negocio. Se limitan al vender de manera empírica como lo han realizado siempre.

La falta de una organización clara por parte de la Asociación de artesanos del cantón Guano, no permite llevar a cabo la misión inicial que tienen, que es velar por los intereses de los mismos artesanos del cantón que ofrece la colaboración y la capacitación pertinente y oportuna para todos aquellos miembros que deseen formar parte de ella en forma voluntaria. Por medio de la asociación sería de gran utilidad obtener capacitaciones o nuevas propuestas de cambio con respecto a la elaboración de sus artículos; cada artesano maneja sus diseños, pero tomar como base la obtención de nuevas ideas para difundir y comercializar sus productos aun no está definido.

Los actuales requisitos para la implementación de una curtiembre son estrictos y numerosos. El Estado Ecuatoriano, ha implementado leyes y disposiciones que limitan a los artesanos a proveerse de materia prima para la elaboración de sus artículos. Entre esas limitaciones se encuentran los precios de la maquinaria que se necesita para dichas confecciones y el alto costo de la mano de obra.

La apreciación de la calidad, variedad y precios de los artículos de cuero en el cantón Guano son bien reconocidos por los consumidores extranjeros y nacionales, pero esto se limita a esperar vacaciones o festividades para poder visitar el cantón. La implementación de estrategias de marketing, en especial darle realce a la feria anual artesanal de cuero en Guano, logrará aumentar el número de turistas y a su vez se logrará reconocer a nivel nacional al cantón Guano como la capital artesanal.

Al relacionar la piel del borrego con la piel de la vaca, cada uno tiene un uso específico, ya sea por su textura, calidad y precio. La piel de borrego es más fácil de lograr realizarle acabados y diseños creativos, caso contrario a la piel de la vaca, es mucho más difícil realizar este tipo de acabados, motivo por el cual es más utilizada para la elaboración de zapatos o artículos con mayor resistencia para su uso. Poco incentivo al turismo en el cantón Guano por parte de las autoridades.

El cuero de vaca rinde mas por metro cuadrado que el cuero de borrego, disminuyendo de esta manera el costo del artículo final. Esta es una ventaja al momento de utilizar la piel de la vaca, pero los consumidores prefieren artículos con una textura más suave como la piel del borrego, y el precio es de gran aceptación para ellos.

BIBLIOGRAFÍA

- ✚ Instituto Nacional de estadísticas y censo es una página donde se encuentran datos estadísticos históricos, en este caso agrícola (www.inec.gov.ec)
- ✚ Muy Ilustres Municipio de Guano es la página web donde publican datos históricos y emblemáticos del cantón (www.municipiodeguano.gov.ec)
- ✚ ABYA, Y (1999) *Marketing Estratégico*. Editorial Gerrit Burgual
- ✚ CERTO, S. (2001) *Administración Moderna*. Editorial Person Education. Madrid
- ✚ CRAVENS, D. (1983) *Planeación en Mercadotecnia*. Editorial CECSA. Madrid
- ✚ FRED, D. (1992) *La gerencia estratégica*. Legis Editores. México
- ✚ FERREL, O.C. y HARTLINE, Michael D., *Estrategias de marketing*, 3era. Edición, Editorial Thomson International, México, 2006.
- ✚ KOTLER, P. (1996) *Mercadotecnia* .Editorial Prentice Hall. México
- ✚ KOTLER, P. (2002) *Dirección del marketing*. Editorial Person Education. Primera Edición. México
- ✚ LAMBIN, J. (1997) *Marketing Estratégico*. Editorial Mc Graw Hill. Bogotá
- ✚ LOVE, P. (2000) *Canales de marketing y distribución comercial*. Editorial Mc Graw Hill
- ✚ MERCADOS, S. (1999) *Promoción de Ventas*. Editorial CECSA. México
- ✚ RODRIGUEZ, Inma, *Principios y estrategias de marketing*, 1era Edición, Editorial UOC, Barcelona, 2006.
- ✚ Adzet-Adzet, José y Colaboradores, (1985), *Tecnología del Cuero*, España.

- ✚ Asociación Brasileira de Químicos y Técnicos de la Industria del Cuero (ABQTIC), XV Congreso Latinoamericano de Químicos y Técnicos de la Industria del Cuero, 2001, Comisión Nacional del Medio Ambiente, 1999, Guía para el Control y Prevención de la Contaminación Industrial, Chile, 1999.
- ✚ Centro de Promoción de Tecnologías Sostenibles, (2003), Programa de Cooperación Danesa al Sector de Medio Ambiente, Bolivia.
- ✚ CPTS/BOLIVIA, Diagnóstico de Producción Más Limpia - Curtiembre San Lorenzo, (2002), ISO, Sistemas de Gestión medioambiental, UNE-EN ISO 14001, Versión en español.
- ✚ Gallo Lino Héctor – CPTS, (2001), Seminario: “Guías de producción mas limpia en curtiembres”.
- ✚ Generación y Tratamiento de Residuos en la Industria del Curtido de Valencia, (1995), Confederación Empresarial Valenciana, España.
- ✚ Guía de mejores técnicas disponibles en España del sector de curtidos, (2003), Dirección General de Calidad y Evaluación Ambiental, España.
- ✚ Hidalgo, Daniel, (2001), Reutilización directa de efluentes líquidos de pelambre y curtido de la industria del cuero, EPN, Quito.
- ✚ Vademécum para el técnico en curtición. 3era. edición revisada y ampliada BASF
- ✚ Acabado de la piel. José María Adzet Adzet AQEIC 1988 Barcelona España.

CAPÍTULO 1

1. ANTECEDENTES Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes

En Ecuador, la actividad del cuero tiene una larga trayectoria, pues desde la época precolombina, los aborígenes usaban pieles para cubrirse y protegerse en las constantes guerras entre tribus, además lo empleaban como vestimenta y calzado. Desde el incario se ha mejorado la técnica conservación de pieles, pero estas no han logrado un posicionamiento internacional. Por tanto, el trabajo con cuero alberga tradiciones e importantes elementos culturales; sin embargo, durante las dos últimas décadas, la industria del cuero y del calzado se ha globalizado en el mundo, lo que conlleva serios retos para las industrias en todo el mundo.

El cuero es la piel del animal preparada químicamente para producir un material robusto, flexible y resistente a la putrefacción.

Por lo general producción mundial de cuero procede de pieles de ganado vacuno, caprino y lanar. También se emplean, en menor proporción, pieles de caballo, cerdo, canguro, ciervo, foca, morsa y diversos reptiles.

Posteriormente, el desarrollo del sector curtidor en el marco de una economía interna hasta los años sesenta mantiene un nivel artesanal; pero que ante el crecimiento de ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato; con la consecuente demanda de calzado, bolsos, billeteras, carteras, manufacturas de cuero, marroquinería, etc. Inicia su industrialización bajo el modelo de sustitución de importaciones de la década de los setenta. En la actualidad, con las regulaciones impuestas durante el año 2009, ha crecido

el sector de manera muy importante. A pesar de estas condiciones favorables para su crecimiento, y mercados protegidos.

La cadena productiva del cuero comienza con los proveedores de materia prima, las curtiembres, el sector del calzado, los proveedores de accesorios y los centros de expendio o sector comercializador.

Para realizar la elaboración de artículos con cuero como chompas y chaquetas, zapatos, bolsos y carteras sigue siendo indispensable de la materia prima importada de otros países como son Colombia, Brasil y México, aunque se estima -afirman los productores y comercializadores- que ahora cerca del 80% es de componente nacional, sobre todo el cuero y la suela para los zapatos.

El Ministerio de Agricultura, Acuacultura y Pesca (MAGAP) ha estimado que entre el 2003 y 2011, la matanza de ganado para abastecer la producción de artículos de cuero es de 760.000 cabezas, en promedio.

1.2 Definición del Problema

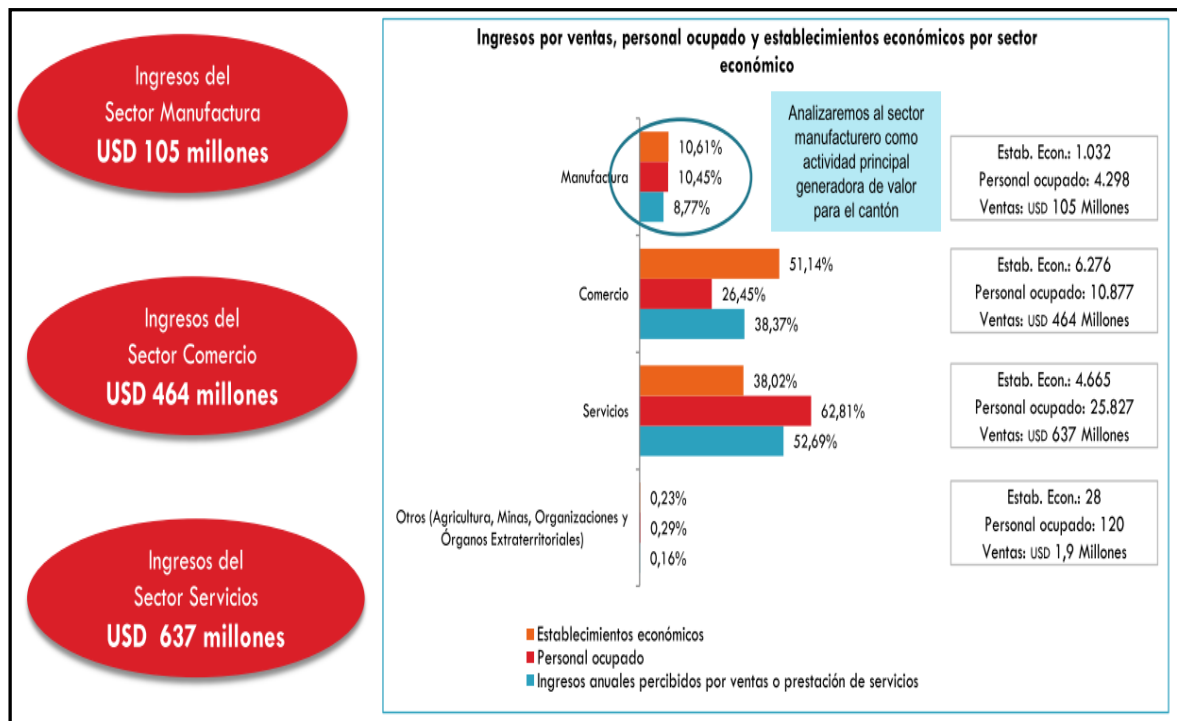
El Cantón Guano, es la capital artesanal del Ecuador, muy visitada por turistas que buscan la posibilidad de aprender de una cultura artesanal innovadora, y enaltecer al País por medio de sus novedosas artesanías. En el anexo 1 muestra con claridad, la ubicación del Cantón; mapa que ha sido obtenido por medio de la página del Municipio de Guano-Ecuador

El Cantón tiene gran afluencia en el turismo, pero carece de estrategias para fomentar el comercio y la distribución de sus artesanías; por ello, que se ha decidido implementar nuevas estrategias de comercialización y difusión en los artículos de cuero de borrego, promoviendo aumento de la producción y ventas de artesanías hechas en Ecuador.

En el gráfico elaborado por el INEC, donde se analiza el ingreso de actividades de manufactura en la Provincia de Chimborazo, se puede observar que es el más bajo, Para el año 2000 existían 9 curtiembres importantes en la provincia, y en la actualidad solo quedo 1, debido a las exigencias del estado; motivo por el cual se pierde oportunidad de percibir ingresos y mantener un status de producción de artículos elaborados.

Las temporadas de comercialización de los artículos de cuero de borrego son los meses Febrero y Noviembre, siendo las más altas, luego los meses de Abril, Mayo, Septiembre y Diciembre; problemática que se desea solucionar con las estrategias a plantearse.

GRÁFICO 1.1 Ingreso por Ventas, Personal Ocupado y Establecimientos económicos por sector



Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos

1.3 Justificación

La investigación que se plantea realizar a raíz de encontrar un importante sector de la industria del cuero con la reputación a nivel nacional de encontrarse excelentes productos a base de cuero bovino, ovino, caprino, etc., como es el cantón Guano en la provincia del Chimborazo en la actualidad no cuenta con estadísticas precisas sobre los porcentajes de ventas y compras de insumos básicos para la elaboración de los mismos, siendo una de las principales fuentes de ingreso y actividad de los pobladores propios del cantón.

La unión de artesanos de Guano no se encuentren provistos de estrategias de difusión y comercialización de sus productos, y se necesita obtener los diversos datos que ayuden a la creación de estas estrategias para ayudar al sector tanto económicamente como un fin social promoviendo la integración el mejoramiento del nivel de vida de los artesanos del cuero.

Las estrategias de las cuales se hace mención en su mayor parte serán obtenidas del estudio de campo, por razón antes mencionada no se cuenta con suficiente información.

1.4 Objetivos generales y específicos

1.4.1 Objetivo general

Determinar estrategias de difusión y comercialización del cuero de borrego y sus derivados en la provincia del Chimborazo.

1.4.2 Objetivos específicos

- Analizar la situación del cuero en el Cantón Guano.

- Verificar la producción de borrego para la utilización del cuero en la provincia del Chimborazo.
- Analizar el cuero de vaca como sustituto del cuero de borrego.
- Analizar el uso del Cuero del Borrego.
- Analizar la contribución económica al utilizar el cuero del borrego en Cantón Guano.
- Definir estrategias de difusión del cuero de borrego y sus derivados en la provincia del Chimborazo.
- Definir estrategias de comercialización del cuero de borrego y sus derivados en la provincia del Chimborazo.

1.5 Marco metodológico

Para elaboración del presente trabajo se ha utilizado varias herramientas que faciliten la recopilación, análisis e interpretación de la información necesaria para el desarrollo del mismo.

Se ha considerado pertinente la utilización de técnicas como sondeos, entrevistas y encuestas; las mismas que permitirán recoger las opiniones de consumidores de productos elaborados a base de cuero de borrego en la provincia del Chimborazo.

De igual manera, se implementará la utilización de métodos analíticos y estadísticas, con la intención de cuantificar y comparar situaciones sociales y económicas específicas involucradas al tema de investigación.

FIGURA 1.1 Parque Central de Guano



Fuente: Foto tomada por Autores

CAPÍTULO 2

2. PRODUCCIÓN DE ARTÍCULOS DE CUERO

2.1 Situación del cuero de vaca en la actualidad

De acuerdo a la industria manufacturera de cueros, pieles, cueros curtidos, y demás derivados han cambiado de manera notable en los últimos 20 años. Han tenido un gran cambio en cuanto a la ubicación de las industrias de curtidos de cueros y manufactureras, desplazándose de los países desarrollados a los países en vías de desarrollo. Donde los costos de elaboración son más bajos. Esta situación ha hecho que estos últimos países se vean en la necesidad de realizar esfuerzos por mejorar sus industrias.

Los cueros y pieles se obtienen como productos secundarios de la industria de la carne. Su producción es prácticamente inelástica a los cambios registrados en el precio de la demanda de cuero curtido, y responde más bien a las fuerzas que impulsan el mercado de la carne. La producción de cuero curtido a partir de cueros y pieles sin curtir es un proceso que requiere gran concentración de mano de obra y puede tener efectos ambientales negativos. Debido a los menores costos de mano de obra y a una reglamentación ambiental menos exigente, muchos países en desarrollo han competido eficazmente con los países desarrollados. A mediados del decenio de 1980, los países en desarrollo producían aproximadamente el 40 por ciento del cuero curtido mundial, mientras que ahora representan más del 60 por ciento.

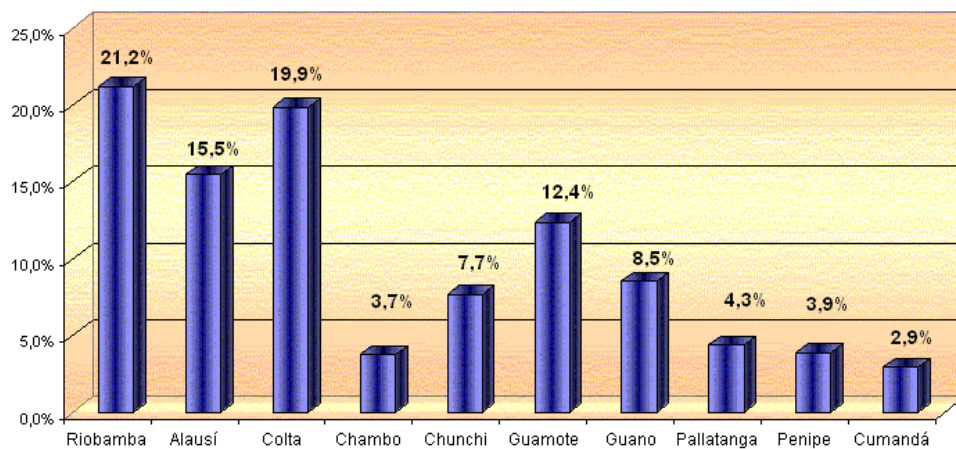
En la actualidad la utilización de productos de origen natural, se orienta a las pieles lanares de ovino y bobino, las cuales demuestran una amplia ventaja en calidad y

durabilidad ante los productos sintéticos. En el país, es de suma importancia para la realización de importación y exportación de nuevos e innovadores artículos como por ejemplo: chaquetas, zapatos, monederos, billeteras, carteras, entre otros; los cuales pueden llegar a ser reconocidos a nivel mundial y de esta manera generar mejores fuentes de ingreso y de forma segura, a mas de emplearme de forma permanente a un número determinado de personas vinculadas de manera productiva a esta actividad.

El Ecuador, posee aspectos importantes como son los recursos naturales, la tierra y la fuerza de trabajo necesario para lograr fomentar una productividad agroindustrial ganadera de la especie bobina. Esta agroindustria podría formar parte de un importante factor en el desarrollo de la economía nacional.

El número de bovinos que se registro en la provincia de Chimborazo en el último censo agropecuario realizado en el 2001 se detallan en la grafica 2.1 detallada a continuación

GRÁFICO 2.1 Censo – Cabezas de Ganado, Provincia de Chimborazo



Fuente: III Censo Nacional Agropecuario - Elaborado por: Cámara de agricultura de la primera zona

El 95% de la cabeza de ganado se encuentran concentrado en la región Sierra, los que se localizan en la región interandina y se hallan dirigidos en su mayoría por los campesinos pobres, ellos fertilizan campos, obtienen alimentos, el vestido y ciertas ganancias significativa para ellos.

Los merados principales de comercialización del cuero de vaca, se localizan en las provincias del Tungurahua, Chimborazo y Bolívar; estas pieles son vendidas en estado natural sin ningún tipo de tratamientos, motivo por el cual carecen de valor agregado debido al desconocimiento del proceso de producción.

2.2 Situación geográfica del borrego

Tradicionalmente la ganadería ovina ha formado en el país ingresos para personas e instituciones y un medio de vida. En tiempos coloniales, lo que en la actualidad es Ecuador, fue un lugar de producción de paños y telas con destino a exportación y consecuentemente existía alrededor de 7 millones de ovejas de raza Merino española, Churra y Manchega, oriundas de españoles, estos ovinos se reproducían y producían Lana para los obrajes.

Se desarrollo rápidamente la manufactura de vestidos de lana y tela, convirtiéndose Ecuador en un importante centro fabril de industrial que alcanzó un máximo en demanda durante los siglos 17 y 18. Debido a la independencia de España, el comercio de estas telas y ese gran número de ovejas se cierra y pasa a poder de propietarios particulares y de indígenas, siendo causa principal de la declinación de los inmensos rebaños que originalmente existe.

En la vida republicada, la ovejería ha sido considerada como la ganadería huérfana y se ha desplazado hacia terrenos más inhóspitos, los páramos, llegándose inclusive a creer que el cuidado de las ovejas han debido estar a cargo de la persona menos preparada de la hacienda.

Debido a la falta de incentivos económicos, los propietarios de venta de lana, no pudieron renovar sus hatos a través de la renovación de machos y consecuentemente las ovejas Merino Española degeneraron, convirtiéndose en lo que conocemos ahora como la oveja criolla. La característica de estas ovejas criollas tienden a ser rústicas y adaptables, pero una muy pobre producción de lana gruesa y casi nula producción de carne, pero constituye el 90% del inventario ovino nacional y se encuentra a cargo de los campesinos más pobres del país.

Se debe considerar que en Ecuador existen miles de hectáreas de páramo y subpáramos, que se encuentran en unos casos abandonados; y en otros aprovechados de manera inapropiada, en este caso la ovejería podría solucionar muchos de estos problemas. Por otro lado el ovino criollo en un 90% en un animal que se encuentra adaptado a condiciones extremas al manejo y al clima, donde a excepción de los camélidos sudamericanos, es la única especie que se puede ser explotada.

En los lugares donde existe mayor población de campesinos, se encuentra la ovejería, esto no es una coincidencia, ni tampoco podemos afirmar que la oveja es para los más pobres. Por el contrario la oveja les proporciona carne, lana, leche, pieles, abono, etc. Es decir muchas familias, logran subsistir mediante la producción ovina en el país.

¹ Hatos.- Conjunto de cabezas de ganado, como bueyes, vacas, ovejas, etc.:

² Los camélidos son una familia de mamíferos artiodáctilos del suborden tilópodos formada por tres géneros actuales y ocho extintos

La ovejería en otros países en un buen negocio, y aún más la economía de todo un país depende de la producción ovina como es el caso de Nueva Zelanda, Australia, Uruguay, entre otros.

2.3 Capacidad de producción

Todo el proceso que se expone a continuación en su respectivo orden natural durante la producción de artículos de cuero, ha sido proporcionado por la Curtiembre el ALCE; esta información ha sido utilizada para varios estudios de investigación como es el caso de la tesis realizada por la Universidad de Ambato.

2.3.1 Trabajos en ribera

Constituyen los trabajos destinados a la preparación de las pieles para la curtición. Consta de las siguientes fases:

2.3.2 Almacenamiento y recorte de las pieles (conservación)

Una vez separada la piel de la carne del animal, se procede a recortar la piel de las patas, cola, cabeza y genitales, según un procedimiento estándar. Luego la piel se somete a un procedimiento de conservación para evitar su degradación biológica. Los procedimientos más usados son el secado al aire y el salado con sal común. También se incluye el uso de productos químicos para evitar el ataque de insectos a la piel.

FIGURA 2.1 Proceso de Almacenamiento y recorte de pieles



Fuente: Fábrica “EL ALCE” – Guano, Ecuador

2.3.3 Remojo y lavado

Las pieles se limpian con agua y detergentes de toda materia extraña como tierra, sangre, estiércol, etc. En el caso de las pieles saladas se debe, además, eliminar la mayor parte de la sal proveniente de la conservación. Esta etapa también contribuye a devolverle a la piel la humedad perdida. Generalmente se realiza en tanques de cemento. Se prefiere realizar en el bombo porque acelera el proceso de humectación, para este proceso se debe usar agua suficiente. Luego del remojo se recomienda hacer un predescarne, esto como una medida ambiental.

FIGURA 2.2 Proceso de Remojo y lavado



Fuente: Fábrica “EL ALCE” – Guano, Ecuador

2.3.4 Pelambre y encalado

Para eliminar el pelo presente en la piel, éste se somete a un ataque químico con cal (encalado) y con sulfuro de sodio, el cuero es pesado y colocado en el interior del bombo para luego añadir agua en un 200 % y adicionar los químicos indicados anteriormente, se mueve inicialmente una hora, luego se mueve cinco minutos por cada hora que transcurra y así dentro de 15 a 20 horas se tendrá el cuero pelado, luego de este proceso el cuero se debe bajar a un tanque para que este en reposo al menos por unas 24 horas para continuar con el siguiente proceso.

FIGURA 2.3 Proceso de Pelambre y Encalado



Fuente: Fábrica “EL ALCE” – Guano, Ecuador

2.3.5 Descarnado

En esta etapa se elimina de la piel, mediante cuchillas, el tejido subcutáneo (restos de músculos y nervios), las grasas o cualquier otro elemento indeseado. Se realiza a la mano, actualmente existen máquinas para realizar este trabajo pero éste tiene un costo elevado.

2.3.6 Depilado y dividido

El depilado no se realiza, cuando en el pelambre se trabaja con baños con alta concentración de sulfuro y buena agitación mecánica, pues con este procedimiento y un buen enjuague se elimina prácticamente todo el pelo de la piel.

FIGURA 2.4 Proceso de Depilado y Dividido



Fuente: Fábrica “EL ALCE” – Guano, Ecuador

2.3.7 Desencalado

Esta etapa se ocupa de eliminar la cal y productos alcalinos del interior de la piel. Para este procedimiento se usan disoluciones acuosas en el bombo con adición de sulfato de amonio. Generalmente se usa también bisulfito de sodio para lograr una mayor efectividad en la eliminación de cal que se utilizó en el 3pelambre.

³ Pelambre.- Operación en la que se elimina el material queratinoso (pelo, raíces de pelo) y parte de la grasa de las pieles

Generalmente se realiza la prueba de la 4fenolftaleína para comprobar que la cal ha sido eliminada completamente.

2.3.8 Rendido (purga)

Es un proceso enzimático que permite un aflojamiento y ligera pectización de la estructura del colágeno, al mismo tiempo que limpia la piel de restos de proteínas, pelo y grasa que hayan quedado de los procesos anteriores.

Se usan enzimas proteasas absorbidas sobre aserrín de madera, se puede realizar en los mismos bombos. Posterior a esto se realiza un lavado para eliminar los residuos y sales que quedan el agua.

2.3.9 Curtición

Constituye aquellos trabajos destinados a transformar las pieles en un material resistente, duradero e imputrescible. La curtición debe por tanto respetar las apreciadas características de las pieles y conferirles otras más precisas, acordes con el artículo al que estas van a ser destinadas. Todos los procesos que siguen se realiza en el bombo curtidor, que es similar al bombo pelambreiro con la diferencia que en este utiliza mas revoluciones por minuto (12 r. p .m.).

2.3.10 Piquelado

Se utiliza en el curtido con cromo, con el fin de eliminar totalmente el álcali que queda en la piel. En este proceso se acidifica la piel lo suficiente, de manera que se evite la precipitación de sales de cromo insoluble en las fibras del cuero durante el curtido. Se usan sales como: cloruro de sodio sólido o sal común y ácidos como: sulfúrico y fórmico.

⁴ Fenolftaleína.- Colorante orgánico cuyas soluciones en medio ácido y hasta pH = 8,3 son incoloras; a pH mayores van adquiriendo coloración rojiza hasta alcanzar un rojo intenso a pH > 10.

2.3.11 Desengrasado

Se realiza en el curtido de pieles lanares (ovinas), ya que estas poseen un alto contenido de grasa. Se puede realizar con agentes tensoactivos (jabones sódicos, detergentes sintéticos) o con disolventes orgánicos (kerosén, percloroetileno).

2.3.12 Curtido

El curtido es la transformación de la piel en el cuero comercial, a través de un proceso de fijación del agente de curtiembre sobre la piel, en fulones o bombos durante un tiempo determinado. El tiempo de curtido dependerá del tipo de producto a obtener, el agente de curtiembre y el proceso en sí.

Posteriormente el cuero se lava para eliminar el exceso de curtiembre y luego se seca. Los agentes de curtido más usados son las sales de cromo, el más utilizado es el sulfato de cromo III, el cual no es un producto cancerígeno como el cromo VI, pero de todas maneras no deja de ser un metal pesado.

FIGURA 2.5 Proceso de curtido



Fuente: Fábrica “EL ALCE” – Guano, Ecuador

2.3.13 Rebajado

También se identifica a este proceso como raspado, se realiza en la maquina raspadora que usa cuchillas a gran velocidad para desvastar y dejar el espesor final del cuero, característico para cada producto.

FIGURA 2.6 Proceso de rebajado del cuero



Fuente: Fábrica “EL ALCE” – Guano, Ecuador

2.3.14 Recurtido

Consiste en el tratamiento del cuero curtido con uno o más productos químicos con el objeto de obtener un cuero más lleno, con mejor resistencia al agua, mayor blandura o para favorecer la igualación de tintura que no se han podido obtener con la sola curtición convencional. Los agentes recurtientes son: sales de cromo, recurtientes naturales y/o artificiales. Este proceso es complementario a la curtición a la que aporta las características diferenciales del tipo de cuero que se quiere obtener.

2.3.15 Teñido

Las pieles recurtidas son teñidas en fulones mediante colorantes ácidos o básicos, se usa generalmente agua caliente, y se obtiene el cuero del color que se desea. Luego se fija con una dilución de ácido fórmico.

2.3.16 Engrase

Para obtener un cuero más suave y flexible se adicionan por impregnación aceites vegetales y animales, modificados o no y aceites minerales. Esto es definitivo para obtener cueros de calidad, generalmente se usan grasas sulfitadas, sulfonadas, cloradas o de mayor calidad sintéticas o grasa hidrofugadas. Luego de todos estos procesos se procede a enjuagar los cueros y perchas por 24 horas para que se fijen bien los químicos adicionados.

FIGURA 2.7 Proceso de Engrase del cuero



Fuente: Fábrica “EL ALCE” – Guano, Ecuador

2.3.17 Acondicionamiento y secado

El cuero teñido y seco pasa por varias sub-etapas de acabado, los cuales le dan la presentación deseada según sea el tipo de producto final. Por ejemplo, los cueros son raspados, ablandados, estirados, planchados, pintados, lacados, etc.

Se refiere a los procesos de preparación de las pieles para el acabado y comprende:

2.3.18 Ecurrido o secado

Máxima eliminación posible por medios mecánicos del agua absorbida en los procesos anteriores. En curtiembres artesanales se realiza colgando las pieles a la sombra.

FIGURA 2.8 Proceso de escurrido y secado



Fuente: Fábrica “EL ALCE” – Guano, Ecuador

2.3.19 Repasado

Es el estirado y alisado para la eliminación de arrugas y recuperación de la máxima superficie posible, en curtidurías pequeñas se realiza manualmente en un rodillo que tienen pocas r.p.m.

2.3.20 Ablandado

Operaciones mecánicas que darán a la piel el grado de morbidez y suavidad deseada. Se realiza en la ⁵abatanadora.

⁵ Abatanadora.- Instrumento utilizado para ablandar el cuero.

FIGURA 2.9 Proceso de Remojo y lavado



Fuente: Fábrica “EL ALCE” – Guano, Ecuador

2.3.21 Estacado

Obtención del definitivo grado de humedad que las pieles mantendrán a partir de este momento.

FIGURA 2.10 Proceso de Estacado del cuero



Fuente: Fábrica “EL ALCE” – Guano, Ecuador

2.3.22 Acabado

Es el maquillaje, protección, que dará definitivamente su aspecto, color, brillo, toque (sensación que nos causa al tocar la piel) esto es: suave, sedoso, ceroso, grasoso, frenante, etc.

FIGURA 2.11 Proceso de acabado de la materia prima



Fuente: Fábrica “EL ALCE” – Guano, Ecuador

2.4 Componentes del cuero de borrego

TABLA 2.1 Productos químicos utilizados en los procesos de curtición de piel ovina

ETAPA	PRODUCTOS QUÍMICOS	VALOR MENSUAL (Kg)
Remojo	Agentes humectantes	5.0
Pelambre y Calero	Na ₂ S Ca(OH) ₂ o cal	200.0 400.0
Desencalado	(NH ₄) ₂ SO ₄ bisulfito de sodio	96.0 25.0
Rendido	Enzimas proteolíticas pancreáticas (principalmente tripsina)	50.0
Piquel	NaCl sólido HCOOH	300.0 48.0
Curtición	Sulfato básico de cromo III	300.0

Neutralización	Neutrosal o basal	60.0
Recurtición	Resinas (acrílicas o de úrea formol)	16.0
	Taninos vegetales	16.0
Engrase	Grasa sulfatada o sulfatada o esteres sintéticos	300.0
	HCOOH	20.0
Tintura	Colorantes aniónicos o catiónicos	20.0
	HCOOH	20.0
Acabados	Pigmentos, caseína, hidrofugantes Ceras naturales y sintéticas Resinas acrílicas y uretanios Lacas al agua o hidrolacas	200.0

Fuente: Fábrica “EL ALCE” – Guano, Ecuador

Elaborado por: Autores

Los principales productos son la piel y los productos químicos. Como suministros tenemos el agua que es el principal medio que se utiliza.

TABLA 2.2 Residuos de los procesos desarrollados en la cadena de producción

PROCESO	AGUAS RESIDUALES	RESIDUOS	EMISIONES	DISPOSICIÓN FINAL
Conservación y almacenamiento		Sal	Olores	Reciclaje
Remojo	DQO, SS, SD, Restos de suciedad, sal, nitrógeno orgánico, biocidas, tierra.			Tratamiento de aguas residuales
Pelambre, desencalado y calero	Sulfuro, DQO, SS, SD, cal,	Pelo, lana, lodos, calcicos	H ₂ S (accidentalmente), olores	Tratamiento de aguas residuales

	nitrógeno, biocidas, pH básico.			
Descarnado	pH Básico	Carnazas		Alimento de animales
Dividido		Recortes		gelatina
Desencalado y rendido	DQO, SS, SD, Nitrógeno, sulfuro, sales cálcicas		NH ₃ , polvo, H ₂ S (accidentalment e)	Tratamiento de aguas residuales
Piquel	DQO, SD, sal, pH ácido, fungicidas		Humos ácidos, H ₂ S (accidentalment e)	
Desengrase	DQO, SD, tensoactivos, disolventes orgánicos y grasas	Residuos de destilación y tratamiento de aguas residuales		Lodos se reciclan para compost
Curtición	Cromo (III), sal, SS, DQO, SD, fungicidas, agentes complejantes, pH ácido.	Desechos de pieles, lodos de tratamiento de aguas residuales		Vende para reciclaje
Dividida y rebajada		Virutas de rebajado y dividido	Polvo (si se procesa seco)	Pelusa se vende para reciclaje
Neutralizado	DQO, SS, SD, curtientes no fijados, tensoactivos.		NH ₃ , SO ₂	
Recurtición	Como curtición	Como curticion		para reciclar luego del tratamiento
Blanqueo	Carga organic		SO ₂	
Tintura	Color elevado, agentes colorantes, AOX, disolventes	Restos de productos químicos y colorantes	NH ₃ , 23ormaldehido, fenoles.	

	orgánicos			
Engrase	Compuestos orgánicos halogenados (AOX), tensoactivos, restos de productos engrasantes.			
Secado			Vapores ácidos	
Acabados	Disoluciones acuosas de agentes de acabado.	Restos de productos químicos		
Tratamiento de aguas residuales		Lodos, filtros y diversos materiales.	NH ₃ , H ₂ S (accidentalmente), olor(según proceso)	
Tratamiento de residuos	Depende del tratamiento a que se someta el residuo			

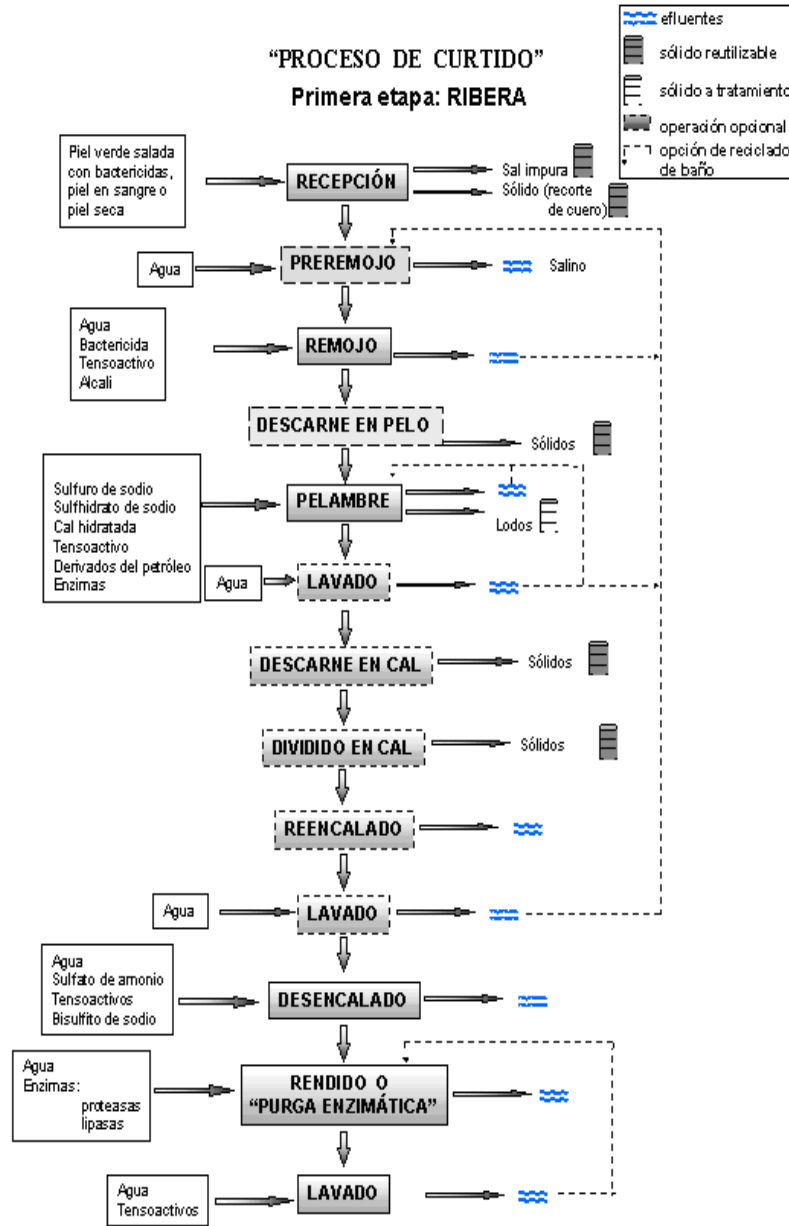
Fuente: Fábrica “EL ALCE” – Guano, Ecuador

Elaborado por: Autores

2.5 Flujo grama de la elaboración de los productos de cuero

Proceso que se realiza el momento de curticion del cuero, detallando claramente cada uno de los pasos a seguir en la primera etapa que es en ribera.

GRÁFICO 2.2 Proceso de curtido del cuero



NOTA: Debido a las diferencias en los procesos puede haber cambios en las materias primas y en las entradas y salidas de agua.

Fuente: Instituto Nacional de Ecología-SEMARNAT: Secretaria del medio ambiente y recursos naturales-Mex

2.6 Utilización

El sector manufacturero del cantón Guano, ha sido el eje principal del cantón ya que es la capital artesanal del Ecuador, donde los últimos años ha sido influida, por artículos de otros países pre- fabricados, sobre todo los de procedencia asiática.

La lucha constante de los artesanos por mantener sus fuentes de trabajo, y la tradición de realizar artículos con sus propias manos, es muy difícil, sin embargo los movimientos interprofesionales artesanales impulsan este sector, sabiendo que lo principal es producir con calidad, pero sin dejar de lado la manufactura tradicional, por la cual se ha mantenido vivo el nombre de este pequeño pueblo.

Cabe señalar que confeccionar es un arte, donde interactúan los productores que son los artesanos y los consumidores, que expresaran sus necesidades más puntuales y el confeccionador o artesano se encargara de realizarlas, es por esto que es tan importante el confeccionar, de acuerdo a los requerimientos personales de cada individuo, ya que no todos tienen una misma necesidad.

Todo este proceso, va a ser utilizado con la finalidad de confeccionar artículos varios (chompas, carteras, monederos, mochilas escolares, etc) de cuero de borrego de excelente calidad, dándole la prioridad al Cantón Guano de aumentar las ventas promoviendo el turismo y presentar mejores expectativas presupuestarias en las ventas anuales.

CAPITULO 3

3. EVALUACIÓN DE MEDIOS DE PRODUCCIÓN DE CUERO DE BORREGO

3.1 Análisis Situacional

Al establecer un mercado objetivo, se va a especificar a qué segmento de mercado se pretende llegar con un determinado producto o servicio.

Los artículos de cuero, pueden ser obtenidos por personas de todas las edades, pero más se enfocaría a las personas que buscan calidad y durabilidad en el producto, turistas que buscan variedades artesanales, porque son quienes fomentaran el turismo en el cantón Guano, y le dará un gran valor cultural a la provincia.

3.2 Análisis de entorno

Existen dos tipos de competencia en el mercado, que se las identifica como directa e indirecta y contándose con su poder de negociación, por lo que es necesario identificar en qué condiciones uno se puede encontrar para contrarrestar dichas fuerzas competitivas, las cuales se ven reflejadas en el análisis diseñado por ⁶Michael Porter que a continuación se detalla

3.3 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Para que se pueda entender mejor la interacción de la curtiembre “El Alce” con el mercado y sus actores se efecto el análisis de las 5 Fuerzas de Porter, el cual proporciona los requerimientos del actual mercado de cuero, para así poder evaluar o re-

⁶ Economista estadounidense que marcó una época por sus innovaciones y aportes a la comprensión de la gestión estratégica empresarial. Su principal teoría es la de Gerencia Estratégica, que estudia cómo una empresa o una región pueden construir una ventaja competitiva y sobre ella desarrollar una estrategia competitiva.

evaluar los objetivos planteados por la curtiembre y el manejo de sus recursos, tales como el capital, los recursos humanos, los recursos energéticos y los recursos administrativos.

GRÁFICO 3.1 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter



Autor: Michael Porter - libro Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors

3.3.1 Poder de negociación de los Compradores o Clientes

Al analizar el poder de negociación de los compradores o clientes, se destaca que nivel de fuerza tiene el Comprador o Cliente en comparación con El Alce, este punto se lleva a efecto cuando el Comprador o Cliente tiene o es de mucha importancia para la curtiembre al ser una gran oportunidad de comercialización del producto o en su caso lo viceversa.

En el actual mercado de cuero en el cantón Guano El Alce tiene un poder de negociación alto, debido a que posee el 80% del mercado en el cantón; porcentaje obtenido por medio del nivel de ventas que éste posee con relación a los demás comerciantes dentro del cantón por razón de ser la única fábrica-cuertiembre que maneja sus actividades de acuerdo a la aceptación de los consumidores y a la temporada del año; de aquella forma puede ofrecer los precios más competitivos que el resto de pequeños comerciantes brindando la seguridad de adquirir un producto de original cuero y de excelente calidad y acabado.

Pero al momento de extenderse fuera de la provincia su poder de negociación disminuye de forma considerable por la presencia de curtiembres proveniente de otras provincias del país. Y el cliente tiene mayores opciones de proveedores como de productos sustitutos de cuero.

3.3.2 Poder de negociación de los Proveedores

En el caso de la curtiembre El Alce posee una gran ventaja en la negociación con los proveedores de su materia prima y más materiales por no haber limitado número de proveedores que pueden suministrar los demás materiales usados en la transformación de productos de cuero.

3.3.3 Amenaza de Productos Sustitutos

En el mercado de cuero este aspecto representa un gran inconveniente en el desarrollo de sus actividades, porque en el mercado existen varios productos que muy fácilmente pueden sustituirlo, como es el caso de la cuerina que es el cuero sintético y otros productos de variados materiales tanto nacionales como importados.

En el mercado de productos sustitutos al cuero, los niveles de cambio e innovación son muy elevados, debido a la moda y a la tendencia en el cual ésta se encuentra inmersa. Cada fabricante busca la forma de innovar con artículos que los consumidores requieran; en este caso, sustituir al cuero por distintos materiales que a pesar de no tener buena calidad, los consumidores lo adquieren por el diseño que tienen y porque se ajustan a la moda.

A pesar de que el cuero es de gran utilidad para muchas prendas de vestir, influye mucho en el precio con relación a los diferentes productos que lo tratan de sustituir; esto depende ya de la conducta de los consumidores y de la difusión que se trate de dar al promocionar un artículo a la moda de cuero que tenga relación con la moda actual.

3.3.4 Amenaza de Nuevos Competidores

En este punto se destacar que entre los años 2010-2012 muchas curtiembres principalmente en Guano cesaron sus actividades por motivos de nuevas normas y reglamentos impuestos para poder laborar, como uno de los principales se menciona las normas de cuidado medio ambiental, que en un punto importante requiere el tratamiento de las aguas mezcladas con diferentes químicos que necesitan ser removidos antes que el agua usada sea enviada hacia la planta de tratamiento de aguas servidas. Y otros como:

- Certificado de cuerpo de bomberos.
- Impuesto predial.
- Patente municipal
- Auditorías Ambientales
- Registro Único de Contribuyente.

- Permiso de salud de cada obrero
- Ingreso en el sistema del IESS de cada obrero
- Registro en el Ministerio de Relaciones Laborales el contrato de cada obrero
- Creación e implementación de un Manual Interno de Seguridad.

Dentro de los requisitos fundamentales que expone el Estado Ecuatoriano, es de considerar el aspecto económico, para lo cual el inicio de actividades de una fabrica nueva en el ámbito manufacturero (curtiembre) tiene un costo mínimo de US 200.000,00 dólares solamente relacionado a la maquinaria e instalaciones para poder comenzar a efectuar la elaboración de productos.

Las técnicas que se utilizan para confeccionar artículos de cuero, deben ser de mucho cuidado antes y durante el proceso de elaboración, debido a que se requiere de un manejo muy técnico de manufactura para no dañar el pliego de cuero, de ello depende la excelente calidad que el producto tenga al tener ya la materia prima lista para confección.

Debido al transcurso de los años, este proceso de elaboración y cuidados para el tratamiento del cuero, ha ido mejorando, perfeccionándose a diario con diferentes químicos exportados especialmente para la Fábrica el ALCE; Los diseñadores y curtidores que trabajan en la fábrica, son capacitados especialmente para que el producto final mejore en calidad.

3.3.5 Rivalidad entre competidores

En la actualidad no se encuentra mucha rivalidad entre los competidores a nivel nacional por motivo que el Gobierno ha impuesto medidas de protección a productos nacionales, lo que ha aumentado el porcentaje de ventas realizadas pero de igual forma no se puede satisfacer la demanda nacional, y los actuales

comerciantes y productores de artículos de cuero no hacen mucho esfuerzo para hacer sobresalir sus productos o más que nada inversión para mejorar los procesos o formas de atraer en gran proporción a los consumidores porque de todas maneras tienen ventas altas que logran satisfacer su utilidad esperada.

3.4 Interpretación de la aceptación del producto

3.4.1 Cálculo del tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

La muestra se calculó con la fórmula

Se aplicó dicha fórmula por no encontrarse registrado un tamaño exacto de la población ni la prevalencia del mismo, el no llevarse a cabo un registro en el cantón, la aplicación de la fórmula en mención se resuelve a continuación:

n: tamaño de la muestra a encontrar

Z: desviación estándar

p: prevalencia del parámetro a estudiar

q: 1-p (debido a la falta de datos históricos, se igualan a 0.50 los factores P Y Q)

e: margen de error

Estimación de los valores:

$$Z = 1.96 \rightarrow Z^2 = 3.8416$$

$p = 0.50$ (Se estable la que prevalencia del parámetro a estudiar, en caso de no encontrarse datos históricos del mismo se aplica la máxima desfavorable)

$$q = 1 - p$$

$e = 0.10 \rightarrow e^2 = 0.01$ (es el error de la estimación del estudio); donde:

$$n = \frac{3.8416 * 0.50 * 0.50}{0.01}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.01}$$

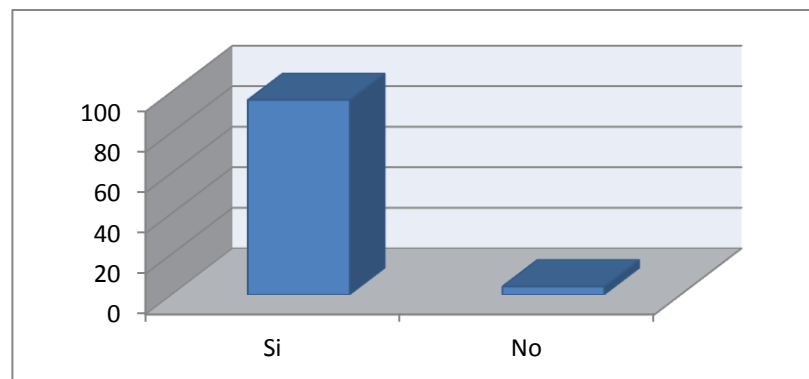
$$n = 96.04$$

De acuerdo a los cálculos estadísticos realizados, la muestra para la investigación por medio de encuestas es de 96.04 personas, pero serán tomados en cuenta 100 muestras para la obtención de datos exactos.

A continuación se muestran los resultados de la encuesta realizada a 100 consumidores en el Cantón Guano. La encuesta modelo se muestra en el anexo #2

¿Ha comprado artículos de cuero hechos en Ecuador (carteras, zapatos, cinturones, billeteras, etc.)?

GRÁFICO 3.2 Tabulación encuesta pregunta 1



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

Análisis:

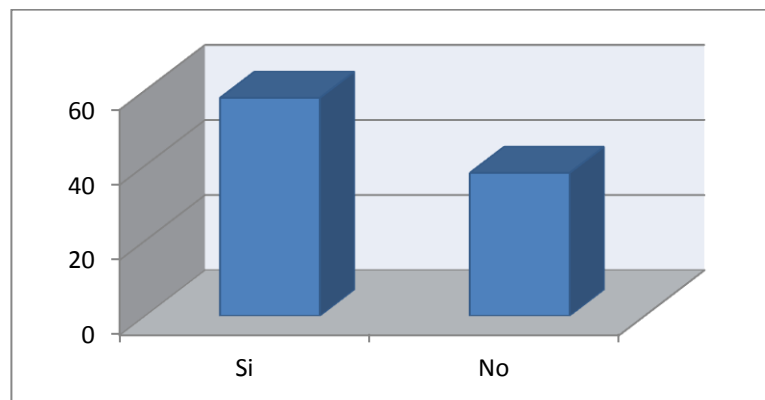
De los 100 encuestados para conocer si han comprado artículos de cuero en Ecuador, los resultados fueron con un 96% la opción “SI” y el 4% la opción “NO”.

Interpretación:

En el grafico 3.2 se refleja una considerable adquisición de los artículos de cuero en el Ecuador, dando como resultado la aceptación del mercado por la preferencia de artículos de cuero.

¿Cuándo compra artículos de cuero, pregunta usted de dónde proviene el mismo?

GRÁFICO 3.3 Tabulación encuesta pregunta 2



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

Análisis:

De los 100 encuestados para conocer si al momento de realizar una adquisición de productos de cuero, preguntan el origen del mismo, los resultados fueron los siguientes: El 60% de los encuestados declararon que si preguntan el origen del artículo y el 40% restante de los encuestados no realizan ésta pregunta

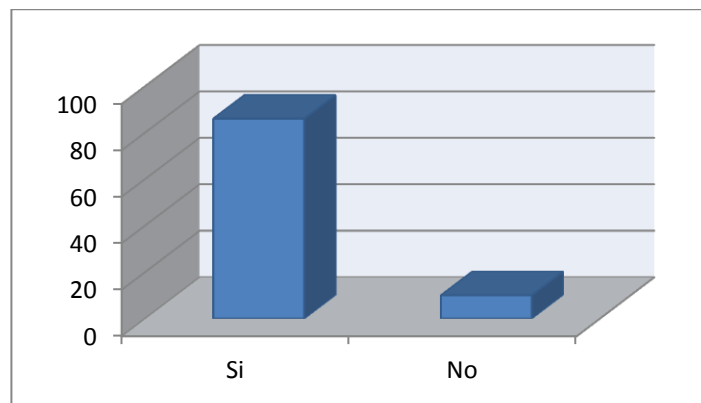
Interpretación:

Se puede definir que durante el proceso de adquisición de productos de cuero, a los consumidores les interesa en una alta porcentaje conocer el origen de la

compra. Algunos encuestados manifestaron un punto muy importante saber de dónde proviene el artículo de cuero que van a adquirir porque algunos ya tienen preferencias al momento de realizar sus compras.

¿Podría usted indicarme de qué ciudad provienen los mejores artículos de cuero del país?

GRÁFICO 3.4 Tabulación encuesta pregunta 3



Fuente: Encuestas

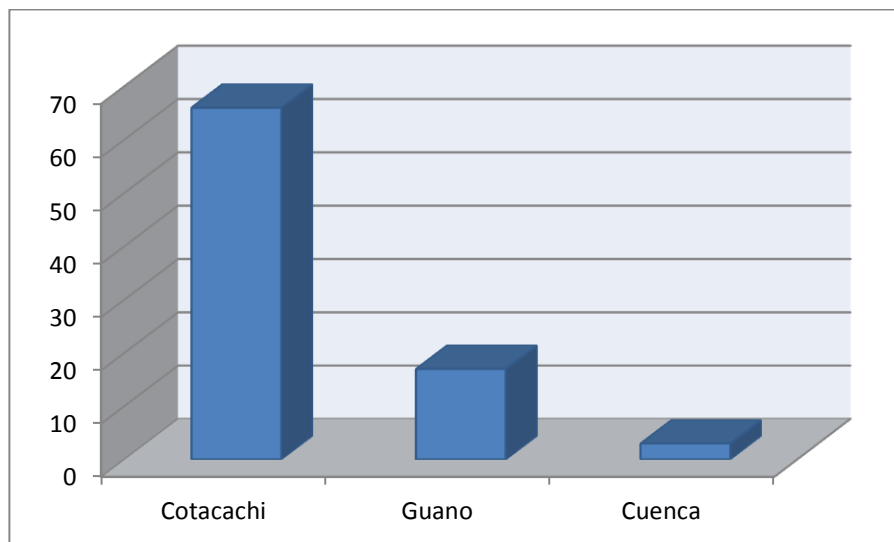
Elaborado por: Autores

Análisis:

Los datos muestran que los consumidores en mayor porcentaje con el 90% si conocen los lugares en el país donde pueden adquirir artículos de cuero, y el 10% respondieron que desconocen de estos lugares.

A continuación se muestra los lugares mencionados por los encuestados donde ellos conocen que se puede adquirir artículos de cuero.

GRÁFICO 3.5 Tabulación de lugares de preferencia para comprar artículos de cuero



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

Con una amplia ventaja se identifica a la ciudad de Cotacachi con el 77%, le sigue el cantón Guano con el 20% y finalmente la ciudad de Cuenca con un 3%.

Interpretación:

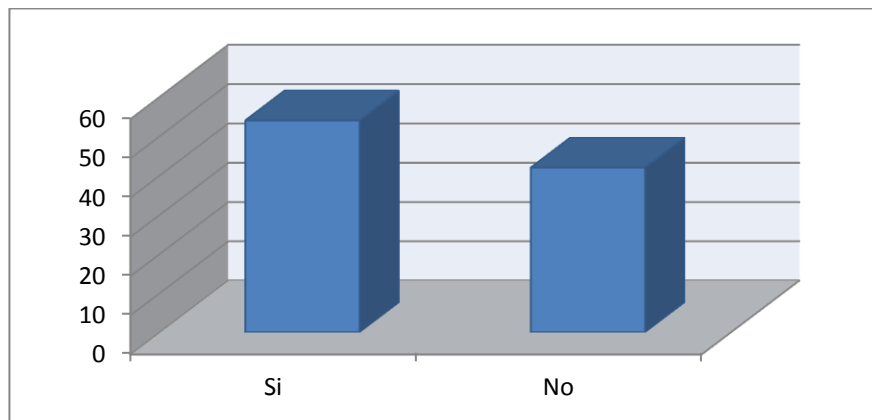
Con los datos obtenidos se puede conocer cuáles son los lugares más reconocidos por los ecuatorianos al momento de saber dónde encontrar artículos de cuero para su adquisición.

La mayor parte de los encuestados mencionaron a Cotacachi por ser una ciudad reconocida por la feria internacional del cuero que realizan cada año, y porque se caracteriza por la venta al por mayor y menor de artículos de cuero. El Cantón Guano, tuvo un resultado significativo, que le dan realce algunos turistas que son consumidores fijos del cantón; muchos de los encuestados eran turistas que visitaban por primera vez el cantón y manifestaron quedar fascinados por la variedad de diseños innovadores y la calidez que brindan los comerciantes al

momento de presentar sus productos finales a los consumidores. La ciudad de Cuenca por último fue tb mencionada por el 3% de los encuestados.

¿Ha realizado compras de productos elaborados con cuero en la ciudad de Guano?

GRÁFICO 3.6 Tabulación encuesta pregunta 4



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

Análisis:

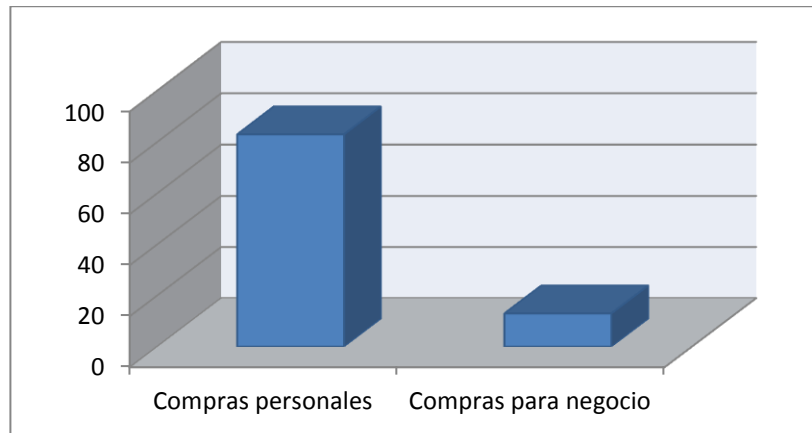
De los 100 encuestados el 56% asegura haber adquirido artículos de cuero en el cantón Guano, mientras que el 44% manifiestan que no han comprado artículos de cuero en Guano por ser la primera vez que visitan el cantón.

Interpretación:

El gráfico 3.6 muestra que en un amplio porcentaje existen personas que no han adquirido artículos de cuero en el cantón Guano, estos resultados son debido a que el encuestado manifiesta su primera visita al Cantón y aseguraron haber ido a Guano con la finalidad de conocer la capital artesanal y realizar sus primeras compras.

¿Las compras que ha realizado han sido para?

GRÁFICO 3.7 Tabulación encuesta pregunta 5



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

Análisis:

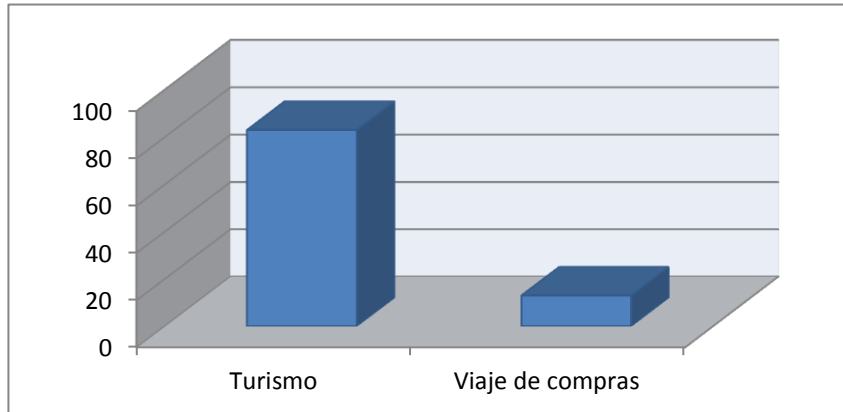
De los encuestados el 86% afirma que sus adquisiciones son carácter personal, ya sean para uso propio, regalos o pequeños encargos de amigos y familiares, y un 14% son personas que se dedican al negocio de compra y venta de artículos de cuero.

Interpretación:

De preferencia los consumidores adquieren los productos para usos personales y no con fines comerciales, lo que reduce la frecuencia de ventas de los artículos de cuero en el cantón Guano. A pesar de esto, es importante dar a conocer al cantón con medio publicitarios para que la venta al por menor incremente de manera significativa.

¿Por qué razón compró en Guano artesanías elaboradas con cuero?

GRÁFICO 3.8 Tabulación encuesta pregunta 6



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

Análisis:

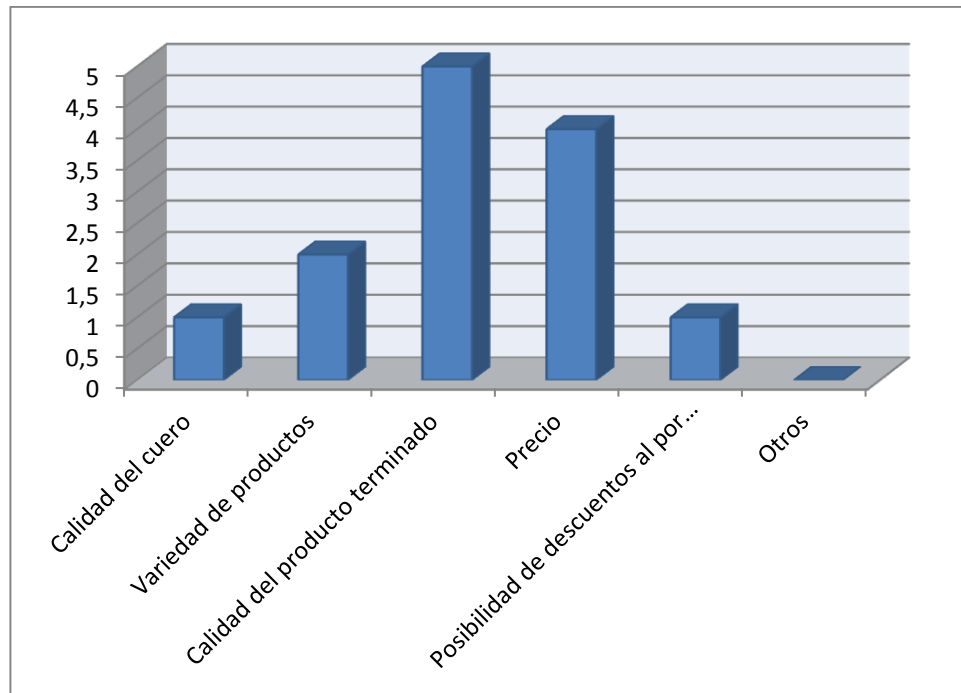
Los datos demuestran que el 86% de los encuestados realizaron sus compras en Guano por motivo que se encontraban de turismo y el cantón fue uno de los puntos de visita de su recorrido. Y el 14% viajó expresamente a Guano para realizar la compra de los artículos de cuero.

Interpretación:

Durante la recolección de datos, se identifica fácilmente que la adquisición en Guano de los artículos de cuero se realiza mayormente basada en el turismo y muy poco en compras regulares con fines comerciales fuera del cantón Guano.

¿Si viajó de manera expresa al cantón Guano a comprar artículos de cuero, indiquen la razón principal para su elección?

GRÁFICO 3.9 Tabulación encuesta pregunta 7



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

Análisis:

Con relación a la pregunta anterior sobre las personas que viajan expresamente a Guano a comprar los artículos de cuero sus razones fueron las siguientes:

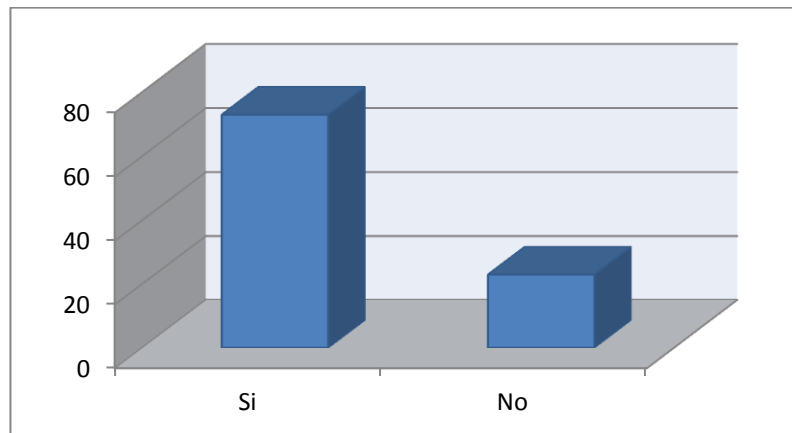
Calidad del cuero	8%
Variedad de productos	15%
Calidad del producto Terminado	38%
Precio	31%
Posibilidad de descuentos al por mayor	8%
Otros	0%

Interpretación:

Se puede resaltar que las principales razones de adquisición de varios comerciantes dedicados a la compra y venta de artículos de cuero en el cantón Guano fue por si excelente calidad encontrada en los artículos terminado como sus precios económicos.

¿Conoce usted de qué animal proviene el cuero natural con el que se confeccionan los artículos con acabados en cuero que se comercializan en Guano?

GRÁFICO 3.10 Tabulación encuesta pregunta 8



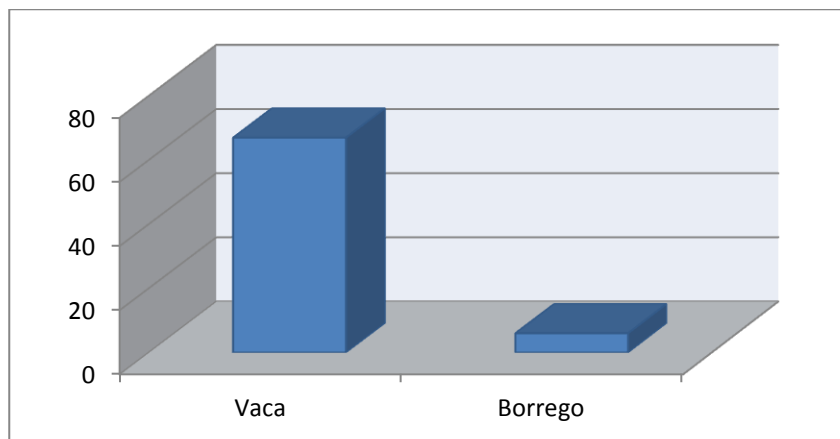
Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

Análisis:

Al preguntar sobre la procedencia del cuero utilizado para la confección de varios artículos de cuero, el 76% respondió conocer el origen y tan solo un 24% respondió desconocer el origen del mismo. Al preguntar a los consumidores que respondieron conocer sobre el animal de origen del cual se obtuvo el cuero la respuesta fueron:

GRÁFICO 3.11 Tabulación – Respuesta de consumidores sobre la procedencia del cuero para los artículos finales



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

Vaca 92%

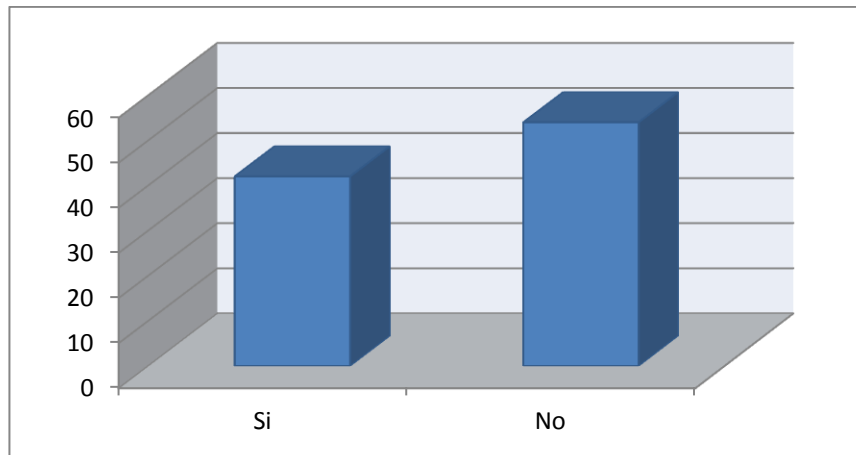
Borrego 8%

Interpretación:

La mayor parte de los consumidores respondió conocer el animal del cual se obtuvo el cuero para los artículos, aunque la idea general fue que provienen de la vaca, es lo que indica el desconocimiento que en varios artículos de cuero se usa el cuero del borrego.

¿Considera que del borrego, podría obtenerse un buen cuero para elaborar productos como carteras, bolsos, chaquetas, billeteras, etc?

GRÁFICO 3.12 Tabulación encuesta pregunta 9



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Autores

Análisis:

Con los datos obtenidos se refleja que el 44% de los encuestados creen que el cuero de borrego es excelente y se puede obtener excelente materia prima mientras que el 56% opina lo contrario.

Interpretación:

Los encuestados que manifestaron una respuesta positiva, declararon que el cuero de borrego bien tratado, con químicos de calidad, podría llegar a ser una excelente materia prima para los productos terminados. Cabe mencionar que los encuestados que manifestaron esta respuesta positiva, no todos estaban seguros de la calidad, pero estiman que sería un excelente producto de forma innovadora; mientras los encuestados que respondieron que no sería de buena calidad el cuero

de borrego, manifestaron que el cuero es muy delicado frente a el uso que desean darle al artículo que desean adquirir.

3.5 Análisis del estudio de mercado

Con relación a los datos obtenido en la encuesta, es de suma importancia analizar aspectos importantes para lograr el objetivo de incrementar ventas en el Cantón Guano por medio de Las Estrategias de comercialización.

De acuerdo a los datos estadísticos que se obtuvo media la encuesta, se ha determinado que a pesar que Guano no posee una propuesta publicitaria, los turistas realizan sus visitas al cantón con la finalidad de conocer más sobre la capital artesanal del Ecuador. Cabe mencionar que la mayor parte de personas que fueron encuestadas, manifestaron su primera y pronta visita al cantón Guano por haber quedado satisfechos con las compras realizadas.

Se ha determinado la aceptación y la acogida que tiene el mercado de cueros en el cantón Guano, debido a que turistas a pesar de ser su primera compra, buscaron la forma de obtener productos de excelente calidad y arriesgarse a comprar en una ciudad desconocida para ellos, pero a su vez con excelentes referencias de calidad y precios.

La frecuencia con la que los consumidores adquieren los artículos de cuero, varían de acuerdo a la temporada del año, en ello se encuentran inmersos muchos factores que influyen en la decisión de compra de los clientes; las temporadas altas para los turistas que viajan de la costa son febrero, marzo, julio y noviembre, mientras que para los turistas de la sierra varían en meses como febrero, agosto y Septiembre por diversos motivos como días festivos, carnavales, o vacaciones.

La preferencia en prendas de vestir o artículos de cuero son importantes al momento de la compra, debido a la gama de artículos y novedades que se encuentran en los almacenes. Muchos encuestados manifestaron su preferencia por adquirir artículos pequeños como son monederos o billeteras para llevar como obsequio; La facilidad de obtención de estos artículos llama mucho la atención y abre espacio en la compra de una prenda de vestir o una cartera; esto quiere decir que no necesariamente los consumidores adquieren productos por necesidad, si no por el lujo que implicaría tener una prenda de cuero con acabados llamativos.

Es considerable mencionar un punto muy importante como es la calidad, a pesar de que los turistas que visitan por primera vez no conocen los niveles de calidad de los artículos que se realizan en el cantón, se dejan llevar mucho por el diseño que tengan las prendas o diversos artículos.

Se puede considerar que un punto muy atractivo para los turistas son los precios que ven en los artículos de cuero de borrego, pero a su vez suman la alternativa de la obtención de un producto con una textura suave, de calidad, con un diseño llamativo y un precio módico. Vale recalcar que los 3 factores son fundamentales ante la obtención final de los artículos de cuero.

Considerando todos los aspectos dentro del estudio de mercado, es importante analizar el nivel de atención al cliente. Los comerciantes y artesanos son especialistas en este tema, debido a que de ello depende la trayectoria y el regreso de nuevos clientes. Es por este motivo que en los datos estadísticos que se ha obtenido con niveles más altos, son calificaciones excelentes de atención al cliente.

El cantón Guano, a pesar de no tener un esquema publicitario, tiene gran aceptación de turistas por ser reconocida como la capital artesanal del Ecuador. Muchas personas encuestadas manifestaron su preferencia por artículos de cuero elaborados en Guano,

porque están seguros de la calidad del producto y consideran que los precios por el cual compran, son asequibles frente a la satisfacción de adquirir un producto de total agrado.

De acuerdo a los datos que obtenidos por medio de la encuesta, la mayor parte de consumidores, realizan compras personales de diferentes tipos, viendo muy probable que la compra que ha realizado es por turismo.

Aunque muchos desconocen que algunos de los artículos elaborados en el cantón Guano son de cuero de borrego, tuvo gran aceptación por los consumidores, al darles a conocer un producto con una suavidad y textura diferente; esto se llevo a cambo al momento de realizar la encuesta, los consumidores pudieron notar la diferencia entre artículos de cuero de borrego y vaca por medio demostrativo.

3.6 Precio de los productos

Aquí se analiza los mecanismos de formación de precios en el mercado del producto.

3.6.1 Mecanismo de formación

Existen diferentes posibilidades de fijación de precios en un mercado, se debe considerar las características del producto y el tipo de mercado. Entre las modalidades están:

- Precio dado por el mercado interno
- Precio dado por productos importados similares
- Precio fijados por el gobierno
- Precio estimado en función del costo de producción
- Precio estimado en función de la demanda (a través de los coeficientes de elasticidad)

Precios del mercado internacional para productos de exportación

3.6.2 Fijación del precio

Se debe señalar valores máximos y mínimos probables entre los que oscilará el precio de venta unitario del producto, y sus repercusiones sobre la demanda del bien. Una vez que se haya escogido un precio, aquel se debe utilizar para las estimaciones financieras del proyecto.

3.6.3 Nivel de Precios

Tomando en consideración que la curtiembre el alce es la única fábrica de cuero en el cantón Guano, los precios de los artículos, fueron brindados por la curtiembre para su respectivo análisis del rango de precios:

TABLA 3.1 Rango de precios de artículos de cuero

Artículos	Rango de Precios (\$)
CARTERAS	20 - 85
BOLSOS	15 - 100
BILLETERAS FEMENINAS	10 - 25
BILLETERAS MASCULINAS	10 - 30
MONEDEROS	1 - 4
LLAVEROS	0.50 - 3
PORTADOCUMENTOS	15 - 25

Fuente: Fábrica “EL ALCE”, Guano, Ecuador.

Elaborado por: Autores

Los costes reales del curtido de cuero se miden con los problemas de salud ecológicos y la disminución de las cosechas. Los precios del cuero en el mercado mundial solo subirán cuando se reconozca y se asuma la existencia de los costes

de depuración o cuando las poblaciones afectadas puedan presionar con suficiente fuerza al gobierno.

Aunque se logren conseguir precios más elevados, es importante reconocer que la producción de cuero utiliza uno de los recursos más valiosos que es el agua. No se podría plantear una economía en circuito cerrado a corto plazo, por lo que se ha determinado que cada gota de agua que el sector del cuero utiliza, es una gota menos de agua potable.

Al momento de la curtiembre del cuero, ésta necesita mano de obra, por lo que los habitantes del cantón Guano deben aprovechar esta ventaja comparativa para su economía, es decir, existen fuentes de trabajo en este campo. Por ello, la curtiembre se ve en la necesidad de darles asistencia técnica.

Al realizar un análisis de precios con respecto a años anteriores se ha obtenido la siguiente tabla:

TABLA 3.2 Precios históricos de artículo de cuero de borrego

Cuero de Borrego	Precios (en dólares)				
Artículos	2008	2009	2010	2011	2012
CARTERAS	20.00	23	25	30	30
BILLETERAS FEMENINAS	10	12	15	18	18
BILLETERAS MASCULINAS	10	12	15	18	18
MONEDEROS	0.50	1	1	1.50	1.50
LLAVEROS	0.50	0.50	0.50	1	1
PORTADOCUMENTOS	10	10	12	15	15

Fuente: Fábrica “EL ALCE”, Guano, Ecuador.

Elaborado por: Autores

3.7 Método de Fijación del Precio

Los precios se fijan de acuerdo al incremento en el costo total, es decir se tomara en primera instancia los costos de producción, en base a éstos aplicar en la utilidad el rango respectivo, aquí se indica una idea de los costos de cada producto, el margen de utilidad de los mismos, muchos de ellos lo hacen en función al producto que se va a comercializar, no son rangos iguales del porcentaje de la utilidad, sino en función del costo del producto o artículo.

Se presentan tres tablas diferentes ya que la empresa “El ALCE” trabaja con formas de pago a crédito con tarjeta, y al contado.

Entonces los pagos en efectivo tendrán un precio menor, se puede decir también que el precio se establece en función a la demanda de los productos, y las condiciones de pago por las cuales optan los clientes, la mayor parte de ellos opta por pagar al contado, ya que con ello ganan un porcentaje de descuento de aproximadamente el 13% del valor marcado, además se ha tomado en cuenta los canales de distribución como son de fabricante a consumidor final, o de fabricante- minorista-consumidor final .

A continuación se ha realizado una tabla tentativa de los porcentajes de rentabilidad que se tienen por el mismo, costo y márgenes de utilidad.

TABLA 3.3 Rentabilidad por cada Producto porcentajes de utilidad

CONTROL DE LA RENTABILIDAD DE LA FABRICA CUTIEMBRE EL ALCE					
ANALISIS EN VENTAS CON TARJETA DE CREDITO A 3,6 MESES SIN INTERES					
N-	PRODUCTO	P.VP	MARGEN DE UTILIDAD %	MARGEN DE UTILIDAD \$	COSTO
1	Chompas de mujer normal	\$ 55,00	36,36	20	\$ 35,00
2	chompas de hombre normal	\$ 55,00	36,36	20	\$ 35,00
3	3/4 de mujer	\$ 65,00	41,54	27	\$ 38,00
4	3/4 de hombre	\$	45,71	32	\$

		70,00			38,00
		\$			\$
5	abrigos de mujer	90,00	44,44	40	50,00
		\$			\$
6	chompas mod. Sebastian hombre	75,00	49,33	37	38,00
		\$			\$
7	chompas roqueras de hombre	65,00	41,54	27	38,00
		\$			\$
8	chompas piloto de hombre	65,00	38,46	25	40,00
		\$			\$
9	chompas mod.cemento	55,00	36,36	20	35,00
		\$			\$
10	abrigos de hombre	90,00	33,33	30	60,00

Fuente: Fábrica “EL ALCE”, Guano, Ecuador.

Elaborado por: Autores

TABLA 3.4 Porcentaje de descuento de artículos de cuero-Guano

ventas al contado	ventas a crédito		
P.VP	P.VP	\$ descuento	% de descuento ventas al contado
\$ 50,00	\$ 55,00	\$ 5,00	10
\$ 50,00	\$ 55,00	\$ 5,00	10
\$ 60,00	\$ 65,00	\$ 5,00	8,3
\$ 65,00	\$ 70,00	\$ 5,00	7,7
\$ 80,00	\$ 90,00	\$ 10,00	12,5
\$ 65,00	\$ 75,00	\$ 10,00	15,4
\$ 60,00	\$ 65,00	\$ 5,00	8,3
\$ 60,00	\$ 65,00	\$ 5,00	8,3
\$ 50,00	\$ 55,00	\$ 5,00	10
\$ 80,00	\$ 90,00	\$ 10,00	12,5
\$ 60,00	\$ 65,00	\$ 5,00	8,3
\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 20,00	20
\$ 48,00	\$ 55,00	\$ 7,00	14,6

\$ 48,00	\$ 55,00	\$ 7,00	14,6
\$ 42,00	\$ 48,00	\$ 6,00	14,3
\$ 48,00	\$ 55,00	\$ 7,00	14,6
\$ 30,00	\$ 35,00	\$ 5,00	16,7
\$ 25,00	\$ 29,00	\$ 4,00	16
\$ 15,00	\$ 15,00	\$ -	0
\$ 10,00	\$ 10,00	\$ -	0
\$ 13,00	\$ 16,00	\$ 3,00	23,1
\$ 35,00	\$ 40,00	\$ 5,00	14,3
\$ 15,00	\$ 18,00	\$ 3,00	20
\$ 12,00	\$ 15,00	\$ 3,00	25
\$ 15,00	\$ 18,00	\$ 3,00	20
\$ 35,00	\$ 40,00	\$ 5,00	14,3
\$ 35,00	\$ 39,00	\$ 4,00	11,4
\$ 35,00	\$ 39,00	\$ 4,00	11,4
\$ 32,00	\$ 35,00	\$ 3,00	9,4
\$ 32,00	\$ 35,00	\$ 3,00	9,4
\$ 35,00	\$ 38,00	\$ 3,00	8,6
\$ 40,00	\$ 45,00	\$ 5,00	12,5
\$ 45,00	\$ 50,00	\$ 5,00	11,1
\$ 6,00	\$ 7,00	\$ 1,00	16,7
\$ 6,00	\$ 7,00	\$ 1,00	16,7
\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 2,00	20
\$ 12,00	\$ 14,00	\$ 2,00	16,7
\$ 2,00	\$ 2,00	\$ -	0
\$ 3,50	\$ 4,00	\$ 0,50	14,3

\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 2,00	20
\$ 6,00	\$ 7,00	\$ 1,00	16,7
\$ 5,00	\$ 6,00	\$ 1,00	20
\$ 6,00	\$ 7,00	\$ 1,00	16,7
\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 1,00	14,3
\$ 5,00	\$ 6,00	\$ 1,00	20
\$ 7,00	\$ 8,00	\$ 1,00	14,3
\$ 3,50	\$ 4,00	\$ 0,50	14,3
\$ 3,50	\$ 4,00	\$ 0,50	14,3
\$ 5,00	\$ 6,00	\$ 1,00	20
\$ 1,50	\$ 1,50	\$ -	0
\$ 1,00	\$ 1,00	\$ -	0
\$ 3,00	\$ 3,50	\$ 0,50	16,7
\$ 5,00	\$ 5,00	\$ -	0
\$ 13,00	\$ 15,00	\$ 2,00	15,4
\$ 6,00	\$ 7,00	\$ 1,00	16,7
\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 2,00	20
\$ 1,50	\$ 1,50	\$ -	0
\$ 8,00	\$ 10,00	\$ 2,00	25
\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 2,00	20
\$ 8,00	\$ 10,00	\$ 2,00	25

Fuente: Fábrica "EL ALCE", Guano, Ecuador.

Elaborado por: Autores

3.8 Análisis de comercialización

La industria del Cuero de borrego en Ecuador es un sector importante en la economía. Unida a la línea de manufacturación representa el 14.78 % de la contratación de la mano de obra nacional, y sólo en Tungurahua se concentra el 68% de la producción total del clúster.

El sector ha mostrado un buen desempeño en los últimos años y tiene grandes posibilidades de expansión en el mercado internacional, a pesar de representar sólo el 3.3% de la exportaciones no tradicionales ecuatorianas en el 2007. Información obtenida a través de la Página web de la Cámara de Comercio de Cuenca.

Las temporadas de comercialización de los artículos de cuero de borrego son los meses Febrero y Noviembre, siendo las más altas, luego tenemos los meses de Abril, Mayo, Septiembre y Diciembre

Se ha dividido las ventas en temporadas ya que siempre en feriados largos y de trascendencia del turista nacional e internacional viaja al cantón Guano, por lo general es en temporadas de carnaval y navidad las épocas más altas del año.

La Fábrica Curtiembre “EL ALCE” lleva a cabo la revisión de sus objetivos, es decir por medio de sus actividades de manufactura, cumplen con políticas internas y a su vez buscar métodos de cambio para alcanzar con los objetivos de venta y de esta forma incrementar su participación en el mercado a nivel nacional.

Las ventas constituyen un área en la que la rápida obsolescencia de los objetivos, políticas, estrategias y programas es una posibilidad constante para que la comercialización se mantenga y no desmayen las ventas.

Las ventas por producto también puede mostrarse comparativamente con las ventas de igual periodo del presente año. Se puede agrupar diferentes productos en categorías, según su conveniencia.

De manera análoga, se puede plantear un análisis comparativo por territorio de ventas, para un producto determinado o para una categoría de productos, que dejaría ver entre otros aspectos, el grado de dificultad de las ventas comparativamente entre los territorios, fortaleza antes la competencia en cada uno de ellos y debilidades de la fuerza de ventas. Lógicamente, el diseño de formatos para el análisis de ventas y su proceso son cuestiones que deben adaptarse a las necesidades y disponibilidades de la propia compañía.

3.9 Condicionantes tipo de producto

Para lograr una mayor demanda de un producto es importante que el consumidor conozca las condiciones en las que se expenden los artículos de cuero, lo cual le permite dar un enfoque de diferenciación agregándole un valor adicional al producto. Con dicho tratamiento quedaría garantizado un alto grado de calidad y confiabilidad.

A continuación se muestran los requerimientos ambientales necesarios para la Elaboración de Productos de Cuero en el Ecuador

TABLA 3.5 Requerimientos ambientales para elaboración de productos de cuero

AREA	ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL
De tambores y tanques	En este lugar se encontrar gran cantidad de recipientes con reactivos químicos	Contaminación de materias primas, posibles reacciones indeseables
	Los cables eléctricos deben estar protegidos correctamente	Problemas de seguridad a los operadores
	La rebajadora debe estar protegida correctamente	Problemas de seguridad a los operadores

	Exagerado apilamiento de los tanques de materias primas	Derrames contaminantes y daños a los operarios
	Equipos de seguridad antiincendios.	Vulnerabilidad a incendios y accidentes
Pesaje	Adecuada separación de materiales Cuidado con los Derrames por manipulación inadecuada Balanzas sucias	Posibles reacciones peligrosas Pérdidas y contaminación Mala dosificación, excesiva incidencia de ajuste
Secado	Los tanques de gas deben encontrarse protegidos adecuadamente Ubicación adecuada de materiales inflamables (cartones)	Vulnerabilidad a incendios y accidentes Vulnerabilidad a incendios y accidentes
Pintado	Seguridad en los accesos (pasamanos) Implementación de elementos de seguridad en los equipos	Problemas de seguridad a los operadores Daños y accidentes laborales
Patios	Disposición adecuada Desechos y residuos del proceso productivo (contenedores naranjas) Ubicación adecuada de tanques con reactivos Iluminación adecuada del área de mezclado de nitrocelulosa	Contaminación en el lugar de disposición final de los residuos Reacciones probables por meteorización Posibles accidentes y daños a la salud de los trabajadores
Tratamiento de agua del proceso de limpieza	Incertidumbre en la disposición final de los lodos producto del tratamiento físico químico del agua del proceso de limpieza	Latente peligro contaminante

Fuente: Fábrica “EL ALCE”, Guano, Ecuador.

Elaborado por: Autores

Una vez se cumplan todas estas normas ambientales, se procede a realizar el correcto proceso de elaboración de los artículos de cuero. La base principal es cumplir con estos requerimientos para poder obtener un producto de calidad. Una sola falla en estos requerimientos, puede producir un artículo con algún tóxico manipulado que puede atraer algún tipo de enfermedades o alergias a los consumidores.

El Borrego que utilizan debe estar entero, caso contrario, representaría pérdida para la curtiembre, porque esta piel es muy suave y necesita de mucho cuidado para la elaboración de los artículos.

El Artículo final, es necesario mantenerlo en bodegas para evitar la humedad, aunque no se deteriore el artículo, es importante entregar un producto que llene por completo las expectativas del consumidor.

3.10 Controles de calidad en la industria del cuero

Como en toda industria sin importar la clase de producto e incluso servicios existen normas de calidad que al ser certificadas en los productos que se le aplican generan un gran beneficio para las fábricas a las cuales se les otorgan, este beneficio no es monetario sino de imagen porque el reconocimiento y confianza que entregan hacia las fábricas les abren varias puertas en nivel interno como internacional.

En el caso de las industrias del cuero no es la excepción porque durante los procesos de fabricación pueden existir variaciones que alteren la calidad del producto como también la adquisición de materia ya por ende de baja calidad.

En todos los procesos de fabricación existen variaciones que pueden afectar la calidad final del producto. En el caso de la Industria del Cuero al trabajar con productos químicos y materia prima de diversas procedencias y calidades, estas variaciones se vuelven más subjetivas. De ahí nace la necesidad del control de calidad para reducir al mínimo estas variaciones y obtener en el producto final los resultados deseados. La calidad es un término subjetivo que se puede cuantificar y con ello saber si tal o cual partida de cueros se encuentran dentro de los límites aceptables de calidad. Para que

esta calidad se pueda medir numéricamente se deben aplicar una serie de normas de ensayo o métodos de análisis que nos van a servir para tener el nivel de calidad del cuero.

A excepción de algunas curtiembres que producen artículos piquelados, se puede decir que prácticamente toda la Industria del Cuero vende sus productos en tres estados diferentes:

4. **wet-blue:** Cueros curtidos al cromo con un alto contenido de agua y sin ningún tratamiento posterior. En el cuero wet-blue se realiza una mejor clasificación en función de los defectos de la piel y ya se puede, algunas veces observar, la tendencia a la flor suelta. Manchas por la mala distribución del cromo o de la basificación y la aparición de hongos como la cristalización de sales también son visibles.

FIGURA 3.1 Cuero wet-blue curtidos al cromo



Fuente: Fábrica “EL ALCE” – Guano, Ecuador

5. **Semi-acabado:** Se observa la tonalidad, firmeza de flor, blandura, aspecto del poro, lisura, propiedades que están prácticamente definidas en esta etapa del proceso.

FIGURA 3.2 Etapa semi-acabado del cuero

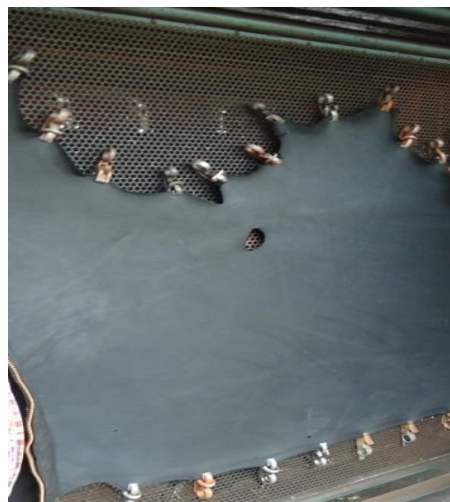


Fuente: Global trade stars- alibaba.com

6. **Acabado:** El acabado de un cuero dependerá del artículo a que se destine.

Las soluciones pigmentarias se pueden aplicar con las máquinas convencionales tales como: felpas, rodillos, cortina, sopletes aerográficos o air-less, o bien con máquinas especiales tales como el sistema transfer y el sistema de película sobre papel.

FIGURA 3.3 Acabado y estiramiento del cuero



Fuente: Fábrica “EL ALCE” – Guano, Ecuador

Para cada uno de estos artículos existen las pruebas necesarias para evaluar la calidad de los mismos y pueden ser divididos en tres grandes grupos:

- Test subjetivos
- Test físico-mecánicos
- Análisis químicos.

Los llamados test subjetivos se realizan a través del toque o visualización del cuero, obteniendo resultados rápidos e importantes en la evaluación de la calidad del cuero. Pero esta calidad no se puede expresar en valores numéricos ni existen aparatos que puedan sustituir el tacto humano para definir si un tacto es sedoso, por ejemplo, necesita que la realicen personas con experiencia en el trabajo con el cuero. Entre algunos de estos test subjetivos se encuentran:

- **TOQUE.-** Tocar el cuero, evaluando su comportamiento al tacto y transmitir a la mano la sensación de liso, deslizante, cálido, etc.
- **FLOR SUELTA.-** Consiste en doblar el cuero con la flor hacia adentro, pasar el dedo y con una leve presión detectar la presencia de arrugas.
- **LISURA.-** Se verifica mediante el tacto de la mano si la superficie del cuero es lisa. También se verifica en una observación general, ya que las partes más ásperas producen mayor difusión de la luz.
- **COBERTURA.-** Comprobar que la cobertura sea uniforme y no presente manchas en la superficie.
- **RESISTENCIA AL FROTE.-** Se toma un paño, preferentemente de un color opuesto al cuero (blanco) y se frota varias veces (seco o húmedo) para detectar si el color del cuero o parte de la terminación es transferida al paño.
- **ADHERENCIA.-** Se coloca sobre el cuero un trozo de cinta adhesiva y luego se despega con fuerza (de un sólo golpe) para comprobar la adherencia del acabado.

- QUIEBRE DEL ACABADO.- Consiste en doblar el cuero con la flor hacia afuera y detectar si surgen quebraduras en la terminación.
- BRILLO.- Observar la intensidad del brillo para verificar que el mismo esté de acuerdo con el deseado.
- GOTA DE AGUA.- Se aplican con un cuentagotas tres gotas de agua para verificar si permanecen marcas luego de su evaporación.
- SOLIDEZ A LA LUZ.- Se cubre 1/3 de una tira de cuero de más o menos 15 cm. con un pedazo de papel laminado y se deja expuesto a la luz natural durante aproximadamente 8 horas, observándose cualquier alteración en el color.
- UNIFORMIDAD.- Verificar si existen manchas originadas por colorantes o grasas.

Los test físico-mecánicos son realizados a través de equipos y personas entrenadas, no dejando dudas en relación a los resultados obtenidos. Este tipo de pruebas se realizan en cuero semi-acabado y acabado y la finalidad que persiguen es demostrar la resistencia del cuero al agua, flexión, calor, luz, etc.

Los análisis químicos del cuero tienen como objetivo demostrar la concentración de ácidos o bases fuerte, grado de curtimiento, etc. Estos análisis también los realizan personas entrenadas y se obtienen resultados medibles y precisos.

Con la utilización de normas, métodos y especificaciones estándares obtenemos valores aceptables. Las normas nos dicen como efectuar un determinado test, su objetivo, procedimiento, los aparatos necesarios a ser utilizados, los cálculos de los resultados, etc. Existen organismos internacionales dedicados a la normalización de los ensayos a realizar sobre el cuero para llegar a determinar su calidad.

6.1 Flujo de Comercialización

Las condicionantes que existen en un país para la comercialización y distribución de un producto, son de naturaleza económica, social, cultura y política. Por ellos, se deben realizar estudios previos de la situación actual del mercado, en cuanto al nivel de consumo de artículos de cuero. Así como también se debe tener un amplio conocimiento de las políticas comerciales que actualmente rigen en los mercados hacia los cuales se desea comercializar.

Otra limitante, son las normas ambientales que exige el estado para mantener las actividades de una curtiembre, condiciones que han hecho que en los últimos años, 8 de 9 curtiembres en la Provincia del Chimborazo hayan cesado sus actividades por nuevas disposiciones ambientales.

En la actualidad en la provincia solo existe la fabrica curtiembre “EL ALCE”, la cual ha sido objeto de cumplimiento en todos los requerimientos nacionales, lo cual lo convierte en monopolio comercial en el Cantón, aunque muchos comerciantes han optado por traer artículos de cuero de otras provincias y comercializarlos con precios similares a la curtiembre “EL ALCE”

6.2 Mercado objetivo

Establecer un mercado objetivo significa especificar a qué segmento de mercado se desea llegar con un determinado producto o servicio.

Los artículos de cuero que se elaboran en la Provincia del Chimborazo, cantón Guano, pueden ser adquiridos por todos, enfocando los diseños en artesanías netamente ecuatorianas, para los turistas Extranjeros que buscan innovación y variedades culturales.

Los artículos están diseñados para ser obtenidos por consumidores de todas las edades; incluidos juguetes, recuerdos y llaveros innovadores que llaman la atención de los niños.

6.3 Desarrollo del Producto

6.3.1 Estrategia de precios de artículos de cuero de borrego

Tomando en consideración, que solo existe una curtiembre en la Provincia del Chimborazo, es conveniente aplicar estrategias de ventas, la cual busca posicionarse en el mercado a través de precios accesibles, aunque la trayectoria de la curtiembre da la oportunidad de que sus clientes vuelvan satisfechos y adquieran nuevos artículos artesanales, y atraen a mas consumidores a adquirir los productos.

La venta de artículos de cuero sí es estacional, es decir, los meses en el que más se comercializan son febrero y noviembre, luego tenemos los meses de Abril, Mayo, Septiembre y Diciembre; por lo que es conveniente mantener el precio de los artículos.

La venta de artículos de cuero ya esta posesionada en el mercado por ser Guano una ciudad artesanal y turística, el cual tiene que mantener su estatus por calidad en las adquisiciones manufactureras que los consumidores adquieran en la visita al Cantón.

Aunque es indispensable y estratégico para la curtiembre, que en temporadas donde la piel de borrego baja su precio, adquieran el 75% más de materia prima (cuero) para almacenarla en las bodegas una vez haya terminado todo su proceso químico, y de esta manera mantener el precio de los artículos, sin necesidad de

aumentar precios y lograr mayor competitividad frente a comerciantes que traen artículos de otras provincias.

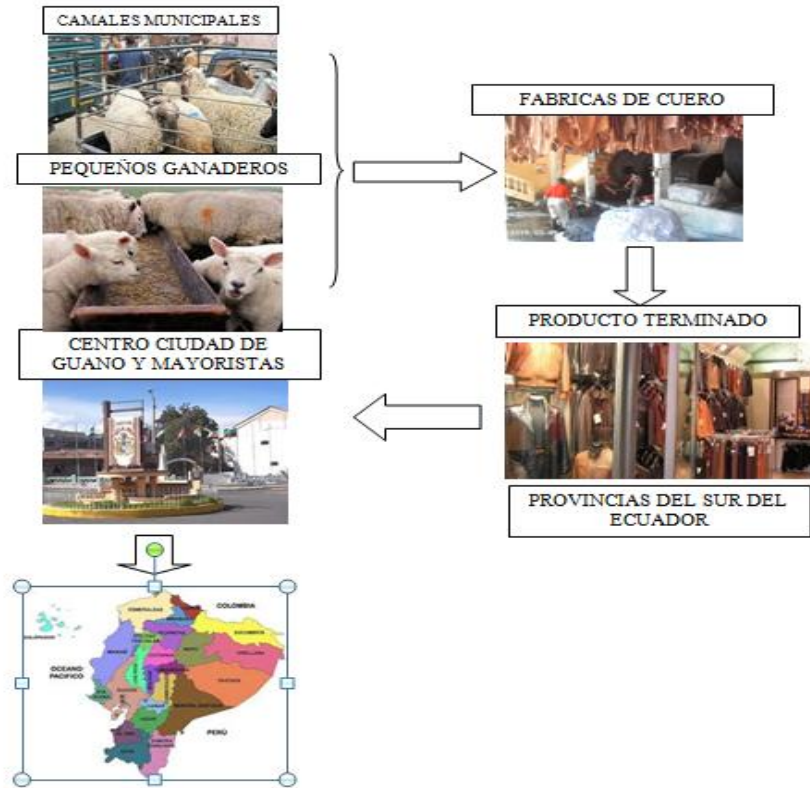
6.3.2 Logística del cuero de Borrego

La logística tiene por objeto ofrecer un mayor nivel de calidad global al cliente al costo mas bajo posible. Este proceso como tal, se constituye en una herramienta capaz de dirigir los cambios estrcturales y culturales de una empresa.

La logística busca la satisfacción de las necesidades en bienes y servicios que demanda el mercado, a través de la práctica de un conjunto de técnicas que permiten gestionar eficientemente los flujos de materiales y de información. En pocas palabras, la logística pretende maximizar la satisfacción al cliente y la flexibilidad de respuesta, y a su vez minimizar el tiempo de respuesta a un menor coste.

A continuación se ilustra la forma en que se realiza el proceso de comercialización de los artículos de cuero en el cantón Guano:

GRÁFICO 3.13 Proceso logístico de los artículos de cuero



Elaborado por: Autores

6.4 Programa de Comunicación

En lo referente a las formas de dar a conocer a los artículos de cuero del canton Guano, va de la mano con la tradición que esta tiene. La publicidad que se realiza es a nivel provincial, debido a que el Municipio de Guano se encarga de fomentar el turismo en dicho cantón, presentando a Guano como una ciudad netamente comercial y artesanal.

La publicidad realizada por la curtiembre “EL ALCE” se encuentra presente en medio de gran importancia como:

- Poseen rotulos en la carretera guano – Riobamba.

- Ha estado involucrado a nivel académico con la ESPOCH.
- Se realiza reportajes turísticos sobre el cantón en canales a nivel nacional.

A partir de esta lista de participación en publicidad, se puede destacar que dentro del plan estratégico de esta empresa, está planificado establecer una campaña de marketing intensiva, por canales de televisión. Éste es un plan piloto, como una tentativa de las actividades a realizar por las diferentes autoridades de la empresa.

La publicidad en los medios locales se ha suspendido, mas no se eliminan, sacándole provecho a la gran acogida turística del cantón Guano ya que la misma es considerada la capital artesanal del Ecuador cuna de la cultura Puruha.

Esta empresa esta posesiona en el mercado y en la mente del consumidor por lo que no ha influido aun en el volumen de ventas.

Considerando como estrategia la infraestructura, ha sido posible aumentar un piso para mayor comodidad al momento de vender; permitiendo que en el primer piso este una amplia variedad de artículos para la mujer y en el segundo piso una diversidad de cosas masculinas.

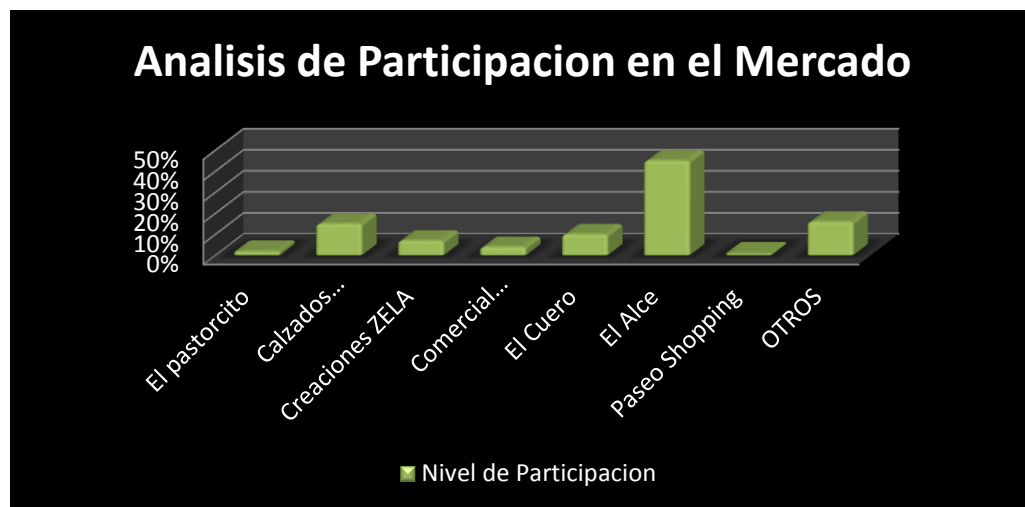
6.5 Análisis de Participación de Mercado

Durante la realización de la encuesta se realizo un sondeo a los comerciantes y consumidores, por medio del cual los comerciantes fueron de gran ayuda colaborando con datos significativos sobre el volumen de ventas y la aceptación que tenían ante los consumidores; por otra parte, a los consumidores se les realizó el mismo sondeo, de esta manera ayudando con datos importantes para determinar la participación que tienen los

comerciantes en el mercado; cabe mencionar que un número mínimo de consumidores se inclinaron hacia la tendencia de compra en el paseo shopping que queda a 8 km antes de llegar a guano, es decir en la ciudad de riobamba.

A continuación se muestra estadísticamente el análisis de participación en el Mercado de las empresas que se dedican a comercializar artículos de cuero en el cantón Guano:

GRÁFICO 3.14 Análisis de Participación en el Mercado Guaneño



Fuente: Municipio de Guano, Ecuador.

Elaborado por: Autores

Tomando en cuenta a los locales mas importantes del cantón Guano e incluyendo también al Paseo shopping que se encuentra en la ciudad de Riobamba, fueron encuestados de manera independiente a las 100 personas que colaboraron con la resolución del sondeo, obtuvimos la información sobre el índice de participación en el Mercado, a través de este grafico, podemos analizar los niveles de Participación.

De acuerdo a las estadísticas presentadas en la gráfica 3.7 las empresas que tienen la mayor demanda en ventas en el Cantón Guano, es la fabrica curtiembre “EL ALCE”, debido a que son productos de calidad, elaborados en dicho Cantón y su estrategia de

precios se basa en descuentos y mantener el precio inclusive en temporadas altas o bajas.

Las demás empresas solo se encargan de comercializar, motivo por el cual, los consumidores no sienten la misma confiabilidad en adquirir los artículos tanto por el precio, como por la calidad.

6.6 Análisis FODA

Tomando como información inicial y basada en la entrevista que se le realizó al gerente de la curtiembre “El ALCE”, de manera explicativa indico los aspectos internos y externos para determinar los puntos fuertes y débiles en lo que concierne al escenario de comercializar los Artículos de cuero de borrego elaborados en el cantón Guano. De esta manera, el análisis FODA se describe de la siguiente manera:

GRÁFICO 3.15 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Empresa que ha cerrado un círculo entre producción, manufactura y comercialización, es decir, se auto abastece.</p> <p>Diversificación de sus productos.</p> <p>Confianza de sus clientes.</p> <p>Buena publicidad local y provincial.</p> <p>Llega directamente al consumidor final con precios competitivos y productos de calidad, evitando los intermediarios.</p> <p>La planta está ya instalada, el cliente la</p>	<p>Nuevos mercados para comercialización de sus artículos.</p> <p>Seguir diversificando sus productos.</p> <p>Realizar contratos grandes con instituciones públicas y privadas.</p> <p>Expansión de puntos de venta a las grandes ciudades del país: Quito, Guayaquil y Cuenca.</p>

<p>conoce y ubica fácilmente.</p> <p>Soporte técnico, pues tiene 23 años de experiencia en este campo.</p> <p>Disponibilidad de infraestructura adecuada, con espacio físico para la materia prima, maquinaria de producción y producto elaborado.</p> <p>Servicios básicos que requiere esta industria (energía eléctrica trifásica, servicio de alcantarillado, teléfono, agua potable y una excelente vía de acceso).</p> <p>Generación de fuentes de trabajo.</p> <p>El nombre comercial está patentado y es conocido a nivel nacional.</p>	
<p>DEBILIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<p>Disponibilidad de materia prima (pieles).</p> <p>El personal una vez capacitado, pasa a formar parte de la competencia desleal.</p> <p>Las instalaciones no están funcionando en un 100 % de su capacidad.</p>	<p>Competencia desleal: no pagan impuestos, productos de baja calidad.</p> <p>Ingreso ilegal (contrabando) de mercadería que imita al cuero.</p> <p>Crisis económica nacional de los últimos años.</p> <p>Inestabilidad política en que vivimos actualmente.</p> <p>Falta de una adecuada política gubernamental para las pequeñas empresas.</p> <p>Desastres naturales.</p>

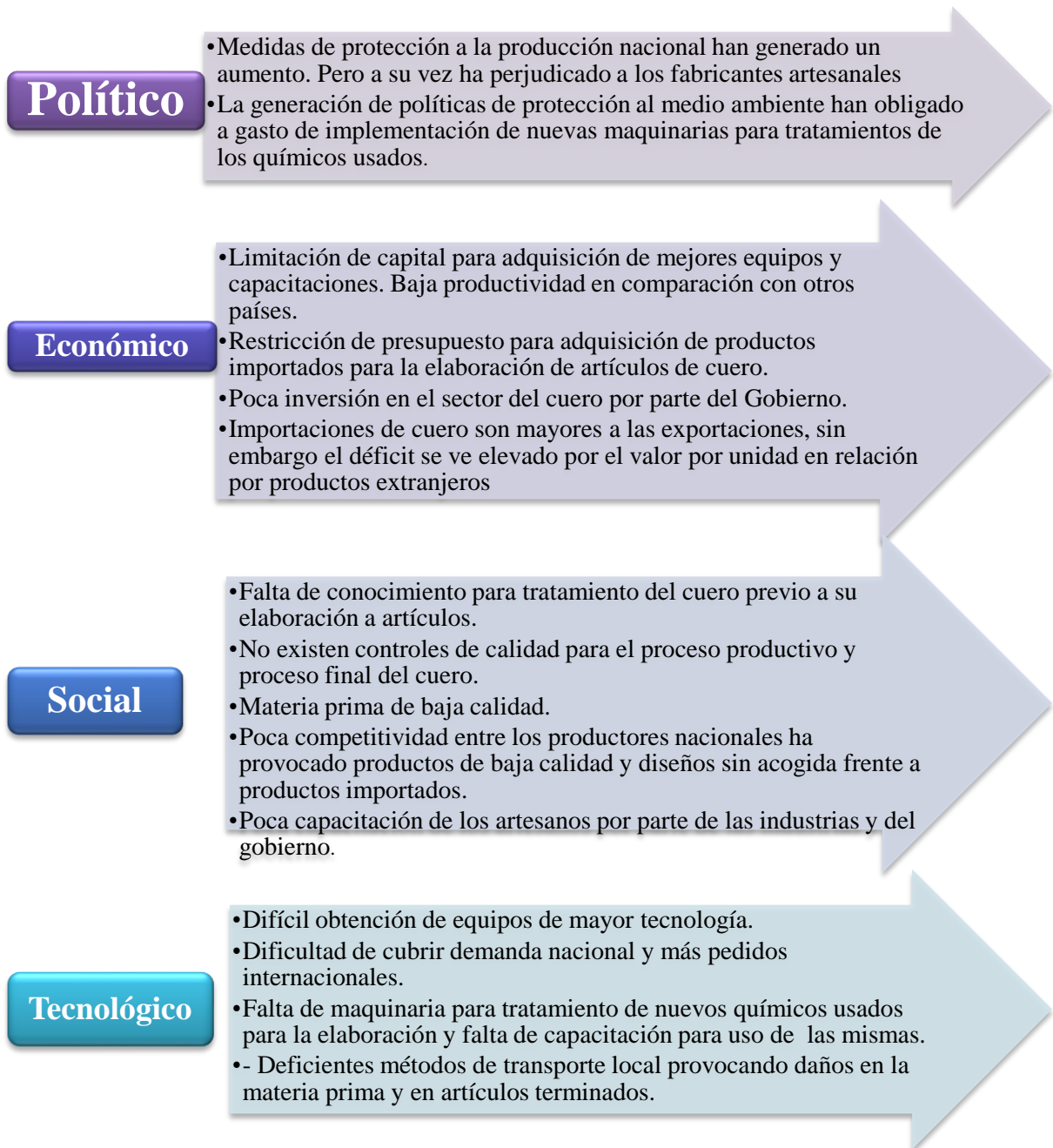
Fuente: Fábrica “EL ALCE”, Guano, Ecuador.

Elaborado por: Autores

6.7 Análisis PEST

El análisis PEST (POLITICO – ECONOMICO – SOCIAL – TECNOLOGICO) es aquel que sirve para analizar el entorno en el cual se va desarrollar un producto o servicio, en el caso de la investigación de artículos de cuero de borrego en el cantón Guano, nos da a entender que barreras y que oportunidades se pueden encontrar en el mercado actualmente como se muestra a continuación:

GRAFICO 3.16 Análisis PEST



Fuente: Ministerio de Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad
Elaborado por: Autores

CAPÍTULO 4

7. PROPUESTA DEL ESTUDIO DE MERCADO

Este capítulo tiene como finalidad determinar el medio óptimo de explotación, los mecanismos eficientes de difusión y distribución; así como también la aplicación de estrategias que mejor se adapten al mercado.

La mayor parte de la información obtenida para efecto de desarrollo y análisis, ha sido tomada de resultados proporcionados por encuestas previamente realizadas e información recaudada por la Curtiembre “EL ALCE”.

7.1 Estudio de Difusión del producto

El estudio de difusión está ampliamente relacionado a los medios de comunicación y lugares estratégicos donde se dará a conocer el producto como tal.

Una Estrategia muy importante a plantearse, es la comercialización por medio de redes sociales, el cual los consumidores señalarán el artículo de cuero que desean obtener, y a su vez se mostraran las especificaciones del producto y el precio de venta al público.

Esta propuesta les facilitaría la compra a muchas personas que por motivos personales no pueden viajar hacia el Cantón Guano, pero desean obtener el producto por su calidad y lo asequible del precio.

7.2 Estrategias de marketing

Al momento de clasificar los artículos de consumo, se hará hincapié al concepto de piel de borrego como un bien de conveniencia, ya que forma parte de un material de compra frecuente y con mayor disponibilidad de adquisición.

Es de suma importancia que las actividades de Marketing se ejecuten como respuesta a una filosofía sólida eficiente, efectiva, y responsable socialmente. Aunque existen cinco enfoques en competencia, por los cuales las organizaciones pueden optar al momento de establecer las estrategias de marketing: el enfoque de producción, el enfoque al producto, el enfoque a las ventas, el enfoque marketing y el enfoque marketing social.

Las estrategias de marketing, será el enfoque para establecer el tema. Para la aplicación de este enfoque se debe identificar y seleccionar las expectativas del cliente, de tal manera que se establezcan estrategias que superen a la competencia tanto al momento de producir como de ofertar valor en el mercado meta.

La implementación de este enfoque se caracteriza principalmente por el análisis y práctica de los cuatro pilares fundamentales de la mezcla de mercadotecnia, con la finalidad de obtener éxito en el proceso de mercadeo. A continuación en la gráfica 4.1 se presenta la mezcla de mercadotecnia de los artículos de cuero aplicable al mercado de la Provincia del Chimborazo:

GRÁFICO 4.1 Mezcla de mercadotecnia



Elaborado por: Autores

La mezcla de mercadotecnia está enfocada hacia grupos objetivos de cualquier condición socioeconómica. Donde grupos objetivos con menor o mayor poder adquisitivo pueden adquirir los artículos de cuero de borrego en lugares que gozan de gran aceptación en el cantón Guano

Una vez dada las características de los artículos de cuero de borrego, la presentación que posee es muy simple pero presta la facilidad de que el consumidor observe el producto, debido a que son guardadas en fundas transparentes, que conservará al producto en buen estado y sin malos olores.

En cuanto al precio a fijarse, será un valor monetario accesible al bolsillo del grupo de consumidores selecto. Por otro lado, se ha considerado necesaria no optar por medios de distribución con el objeto de minimizar costos, ya que es importante mantener la relación con los consumidores, ya que éstos son los que por medio de sugerencias, proponen nuevos diseños para su próxima compra. Razón por la cual, se ha determinado que los lugares estratégicos para la comercialización del producto serán en las afueras de la Curtiembre y en el lugar más tradicional de la ciudad de Guano que es en el Parque Santa Teresita.

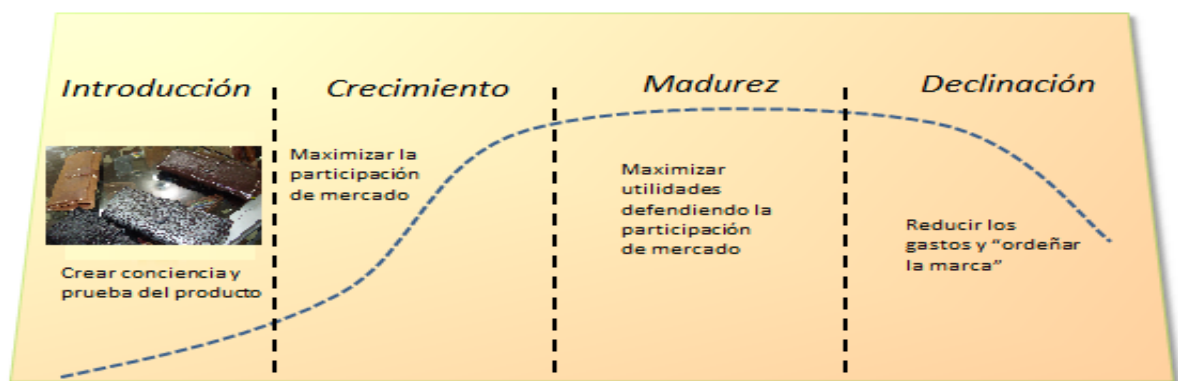
También se ha considerado como necesaria la aplicación de un marketing directo, debido a las necesidades cambiantes del mercado y al cual las empresas siempre deben ajustarse. La finalidad de implementar esta estrategia de promoción es la de obtener las suficientes reacciones por parte de los clientes. De esta manera, se puede realizar un análisis, para determinar así las deficiencias y herramientas que permitan establecer mejoras al producto, para una mayor satisfacción del consumidor.

Para lo cual, se ha considerado que los medios publicitarios más apropiados para el proceso de comunicación son aquellos medios de radiodifusión, Internet y Televisivo. Cabe Mencionar que el Municipio de Guano se encarga de realizar la mayor parte

publicitaria, para que los turistas vayan al cantón y visiten las diversidades artesanales y gastronómicas que en él se encuentran. Esto lo realiza por medios de vallas publicitarias, o las constantes entrevistas que realizan los medios de comunicación para dar opciones de visita en los feriados.

Las estrategias a implementarse, serán exclusivas para la etapa de madurez en la venta de estos artículos artesanales de cuero de borrego. A continuación la gráfica 4.2 describe el ciclo de vida del producto y los objetivos del marketing por etapas:

GRÁFICO 4.2 Ciclo de vida del producto



Fuente: Levitt, Theodore, 1981. Gran oportunidad de Marketing

Al ciclo de vida se lo puede catalogar como el tiempo de duración y etapas evolutivas en las cuales el producto va a desarrollarse para mantener su presencia en el mercado.

Los artículos de cuero de borrego en el cantón Guano tiene décadas de trayectoria y de reconocimientos a nivel cultural, la implementación de nuevas estrategias de ventas y de difusión, va a darle el mayor auge de ventas y de diversidad al Cantón para fomentar de manera más amplia el turismo, por este motivo ésta comprendería la etapa de madurez, tal y como se mostró en la gráfica 4.2.

La etapa de Introducción en la venta de artículos de cuero en el cantón Guano, se dio hace algunas décadas, el cual iniciaron sus actividades artesanales de forma poco técnica y sin necesidad de utilizar todos los procesos antes mencionados, los artesanos del cantón Guano, poco a poco iban progresando e implementando nuevos métodos para la elaboración de sus artesanías, ropa o zapatos de cuero.

Aunque vale mencionar que las curtiembres que estaban activas en la provincia del Chimborazo empezaron sus actividades aprovechando la materia prima que les proveían en el camal municipal de Riobamba, aunque no abastecía para las curtiembres antes existentes. Y estos a su vez aprovechaban la venta de la lana en las hilanderías para realizar las alfombras, abrigos de lana, colchas o demás bienes de consumo artesanal.

En esta etapa de Madurez, es de suma importancia implementar mecanismos de promoción y distribución adecuados, aunque las fallas en las que se incurra en esta etapa son más costosas que aquellas que se cometan en la etapa de desarrollo, puesto que se deben añadir los costos de marketing, costos que jamás han sido utilizados para dicha finalidad. De aquí surge la importancia de que entre todas las actividades que componen la mezcla de mercadotecnia, se deban establecer mecanismos de promoción, ya que de esta manera se puede crear consciencia a los clientes de que los productos de cuero que se venden en la ciudad de Guano están disponibles y podrá satisfacer sus gustos y preferencias. En esta etapa, es importante que se realicen seguimientos de la participación de mercado, de las ganancias, costos, etc, con el objetivo de evaluar si la tendencia de consumo permitirá una recuperación de la inversión realizada.

Entre las principales metas que se busca cumplir a través de las estrategias de marketing en esta etapa de madurez en la venta de artículos de cuero están:

- Es de Importancia aumentar la conciencia de los clientes y de su disposición a comprar, esto permitirá que los clientes leales puedan atraer a nuevos clientes del mercado objetivo, y de la misma manera estimulan el interés por conocer el Cantón Guano, a través de la utilización adecuada de elementos promocionales.
- Acrecentamiento de la capacidad de compra de los clientes.

7.3 Estrategias para el producto

El producto es el bien que ofrecen o venden a los consumidores. Algunas estrategias se pueden enfocar de acuerdo a los artículos de cuero de Borrego en el Cantón Guano son:

- Incluir nuevas características al producto, darle nuevas mejoras, nuevas utilidades, nuevas funciones, nuevos usos. En el caso de una chaqueta de cuero, al darle otra utilidad a mas de abrigar, puede dirigirse hacia el lujo de tener puesta una chaqueta de cuero de calidad, con un diseño clásico pero dándole una presentación diferente al artículo; y en un lugar muy simbólico, realizar el planchado del logo de la curtiembre que elaboró el articulo.
- De acuerdo a las encuestas, los colores más clásicos para utilizar un artículo de cuero son: negro, blanco, café, y vino. Pero implementar artículos con colores más vivos, en los monederos, carteras, mochilas, billeteras, chompas, etc., aumentaría la afluencia de mujeres que gustan de esos colores llamativos y muy elegantes, al momento de elegir la ocasión para usarlos y más aun si es elaborado con un cuero tan fino como es el cuero del borrego.

- A pesar de que cuentan con una amplia gama de innovaciones y productos de cuero de todo tipo, se ha decidido implementar estratégicamente estuches de mano para guardar los celulares, en la actualidad, los consumidores buscan lucir su extraordinario celular, pero sería mejor aun si se implementaría un estuche con medidas exactas para el equipo y con un diseño acorde a la personalidad del consumidor.

Al analizar cierto grupo objetivo, se pudo observar que en el ámbito musical, los artículos de cuero podría ganar gran participación en el mercado, realizando para ello, forros para guitarras, piano, flauta, violín y demás instrumentos musicales que son muy delicados y que por su uso diario, se podrá conservar de mejor manera dentro de un artículo de cuero.

- Importante ampliar la línea de los productos, los artículos de cuero de borrego, serian de gran utilidad, en distintos tipos de uso.
- Incluir nuevos servicios adicionales que les brinden al cliente un mayor disfrute del producto. Algunos clientes no saben de qué forma limpiar sus prendas de vestir de cuero, y muchas veces por limpiarlos con otro tipo de químicos, tienden a deteriorar el articulo; como estrategia a implementar, esta la visita a los locales donde adquirió el producto para darle mantenimiento a su prenda.

Esta iniciativa será realizada con la finalidad de que el cliente visite los locales de forma frecuente y atraiga más clientes gracias a su satisfacción.

7.4 Estrategias para el precio

Tomando en consideración, que la venta de artículos de cuero son de gran trayectoria en el canton Guano, es conveniente aplicar una estrategia de venta en el mercado, la cual

buscará posicionarse en el mercado a través de un precio accesible, para que su acogida sea inmediata ante los consumidores que visitan por primera ocasión el cantón.

Teniendo en cuenta el hecho de que aunque los márgenes de ganancia por la venta unitaria de los artículos de cuero son bajos, esto se verá equilibrado por el volumen de ventas que se pretenda alcanzar, debido a la calidad que poseen los artículos de cuero.

Para la obtención de la materia prima del cuero de borrego, se determina que es estacional, es decir en determinada época del año el borrego se encuentra en periodo de crecimiento; en el caso de El Alce, se proveen de materia prima durante las temporadas fuertes de venta del cuero de borrego, las procesan y son guardadas en bodegas especiales para que el cuero listo para confección no tenga deterioros. Esto facilita al artesano a seguir vendiendo bajo el mismo parámetro de ventas y el precio no varíe en lo absoluto.

7.5 Estrategias para la plaza

La plaza consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se ofrecerán o venderán productos a los consumidores, así como en determinar la forma en que los productos serán trasladados hacia dichos lugares o puntos de venta. Algunas estrategias que se pueden aplicar relacionadas a la plaza o distribución son:

- Plantear la propuesta de realizar ferias anuales en el centro de Guano, donde todos los artesanos podrán exponer al público los artículos varios que realizan; cabe mencionar que esta estrategia va a beneficiar a toda la comunidad que se dedica al comercio, ya sea artesanal, gastronómico o turístico. Es importante que el Municipio de Guano ayude con la publicidad para esta actividad anual; esto incentivará a los turistas a visitar el cantón con más frecuencia.

En esta estrategia, se pretende atraer a los turistas con campañas masivas de publicidad y promoviendo la identidad del Cantón. Los artesanos y comerciantes deben aprovechar esta feria anual para presentar excelentes propuestas de precios y de productos innovadores que llamen la atención de los clientes para incentivarlos a su pronto retorno, sin olvidar que con 1 cliente satisfecho, podrían atraer a 5 clientes más.

- Ofrecer los productos vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos
- Hacer uso de intermediarios y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de los productos o aumentar los puntos de venta.
- Ubicar los productos solamente en los puntos de venta que sean convenientes para el tipo de producto que vendemos (estrategia de distribución selectiva).
- Ubicar los productos solamente en un punto de venta que sea exclusivo (estrategia de distribución exclusiva).

7.6 Estrategias para la promoción o comunicación

La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o hacer recordar la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir, estimular, motivar o inducir su compra, adquisición, consumo o uso. Algunas estrategias que se pueden aplicar relacionadas a la promoción son:

- Realizar convenios con el Ministerio de Turismo, para emprender una campaña masiva y darle realce a la propuesta “Guano – Capital Artesanal”, y presentar al Cantón como un lugar turístico, de comercio y variedades gastronómicas.
- Crear nuevas ofertas tales como el 2 x1, o la de poder adquirir un segundo producto a mitad de precio por la compra del primero. Esto se puede realizar en épocas

de temporadas altas, donde el distribuidor se pueda proveer de materia prima para la elaboración de los artículos de cuero y con precios bajos.

- Obsequiar regalos por la compra de determinados artículo de cuero.
- Ofrecer descuentos por cantidad o descuentos por temporadas.
- Publicar anuncios en diarios, revistas o Internet.
- Organizar eventos o actividades artesanales masivas.
- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público.
- Crear letreros, paneles, carteles, afiches, folletos, catálogos, volantes o tarjetas de presentación, no solo en la ciudad de Guano, si no en las carreteras o en otras ciudades para incentivar de esta manera el turismo en el cantón Guano.

GRÁFICO 4.3 Propuesta publicitaria Guano-Ecuador



Elaborado por: Autores

7.7 Estudio de Canales de Distribución

El proceso de distribución se lleva a cabo de forma directa, de tal modo que la relación sea Artesano – Almacén – consumidor final.

GRÁFICO 4.4 Canales de distribución



Elaborado por: Autores

Para el estudio de los canales de Distribución se analizará a las diferentes partes que se involucran en este proceso como se mencionó anteriormente, se procederá a describir

los aspectos que se involucran en las diferentes actividades de manufactura. Por ejemplo en el caso de los artesanos

Los artesanos son aquellos que compran el cuero listo para su confección con su respectivo corte mediante moldes, para de esa forma venderlos en sus pequeños locales que se encuentran en el centro del cantón Guano.

Por las limitaciones económicas y de capacitación, los artesanos no pueden generar una integración hacia atrás, lo que conlleva a una alta inversión y competir con las fábricas ya establecidas en el mercado.

En la situación de una integración hacia adelante se incurrían más en el ámbito de estrategias de expansión hacia otras ciudades o como venta directa a locales de otras ciudades.

Pero en ambas, una situación común es el capital para la inversión, aunque cabe mencionar que la integración hacia adelante incurre menos costos que la integración hacia atrás, otro punto es la capacitación y conocimientos necesarios para la realización de ambas actividades.

Otro factor o personaje involucrado en la distribución son los mayoristas o distribuidores, su función principal es comprar los productos terminados de los artesanos. En este punto como situación social cabe recalcar que muchos mayoristas o distribuidores se aprovechan de la ingenuidad y falta de conocimientos para compran los artículos a muy bajo costo y revendiendo estos mismos productos a un mayor margen de utilidad cuando su costos fueron bajos, en este factor es difícil determinar datos exactos por la falta de información y de pruebas.

Los mayoristas o distribuidores a su vez venden a las afueras de Guano e incluso de la provincia a los pequeños locales que viven de esta actividad de venta de artículos de cuero como de otros artículos.

En la mayoría de los casos los mayoristas o distribuidores no se proyectan en una integración hacia atrás sino una integración hacia adelante para ser ellos quienes vendan al consumidor final.

Se definen a los clientes en un punto intermedio entre los mayoristas y el consumidor final. Por lo general y lo más común es que los clientes no se mueven en ninguna dirección.

En el estudio del cantón Guano se identifica a la curtiembre “EL ALCE” como la única fábrica en el sector, los demás son los pequeños artesanos.

Para poder implementar un estudio más eficiente se va a requerir a la ASOCIACION INTERPROFESIONAL DE ARTESANOS DEL CANTON GUANO que es la encargada de colaborar con técnicas y capacitaciones para los artesanos en el cantón Guano.

La idea central de acudir a la Asociación en mención es para poder ejecutar las estrategias y tener una mejor organización, y con la colaboración de los artesanos poder difundir y comercializar hacia otras ciudades de la provincia del Chimborazo como es Riobamba que es la capital, para después hacia otras provincias y Ferias Internacionales como es el caso de la Feria Internacional de los Artículos de Cuero en Cotacachi.

7.8 Estudio Financiero

Para la realización del estudio financiero se considera la información proporcionada por la curtiembre el Alce donde se detalla la lista de los artículos terminados procedentes de la derivación del cuero de borrego con sus respectivos costos que son los siguientes, son las siguientes:

TABLA 4.1 Costos totales de artículos de cuero fabrica “ELALCE”

ARTICULOS DERIVADOS DEL CUERO		
COSTOS TOTALES		
N	DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
1	chompas de mujer normal	35,00
2	chompas de hombre normal	35,00
3	3/4 de mujer	38,00
4	3/4 de hombre	38,00
5	abrigos de mujer	50,00
6	chompas mod. Sebastian hombre	38,00
7	chompas roqueras de hombre	38,00
8	chompas piloto de hombre	40,00
9	chompas mod.cemento	35,00
10	abrigos de hombre	60,00
11	chompas de sellos de hombre	45,00
12	chompas bordadas de hombre	70,00
13	pantalones de cuero en mujer	38,00
14	pantalones de cuero en hombre	38,00
15	portafolios de hombre	33,00
16	maleta grande e viaje	39,00
17	cartera grande de mujer bolso	29,00
18	carteras medianas de mujer todo color	18,00
19	carteras mujer ofertas	12,00
20	carteras de mujer	8,00

21	carteras de mujer pequeñas	10,00
22	cartera bolso universitario	35,00
23	bolso de gamuson grande	12,00
24	bolso de gamuson pequeño	10,00
25	bolso reducible mujer	12,00
26	cartera ejecutiva mujer	29,00
27	zapato de hombre de vestir	29,00
28	zapato de hombre casual	30,00
29	zapato de mujer trabajo	25,00
30	zapato de mujer casual	25,00
31	botín de mujer	30,00
32	media bota de mujer	35,00
33	botas de mujer	40,00
34	billeteras de hombre	3,50
35	billeteras de mujer	3,50
36	chilenas de mujer	4,50
37	Porta chequeras hombre y mujer	8,00
38	tarjeteros	1,50
39	Porta matriculas	2,50
40	billetera mediana de mujer	8,00
41	guantes de hombre	4,50
42	guantes sin dedos hombre	4,00
43	guantes de mujer	4,50
44	gorras visera bordadas	6,00
45	cachuchas	5,00
46	gorros de piel unisex	6,00
47	monedero señora grande	3,00
48	chaucheras	2,50
49	monedero cosmetiquero	4,00
50	llaveros de chompas	1,00
51	llaveros zapatos	0,80
52	carteras para niña pequeñas	2,00
53	Porta celulares	3,50
54	canguros grandes	12,00

55	canguros pequeños	5,00
56	canguros medianos	7,00
57	monedero de correa hombre	1,00
58	correas de hombre	6,00
59	correas de mujer anchas	8,00
60	correas de mujer vestir	6,00

Fuente: Curtiembre El Alce

Adjunto a esta información la curtiembre el Alce proporcionó el listado de precios de venta al público donde se detallan el valor de cada artículo.

TABLA 4.2 Precio de venta de artículos de cuero

ARTICULOS DERIVADOS DEL CUERO		
PRECIO DE VENTA		
N	DESCRIPCIÓN	PRECIO VENTA
1	Chompas de mujer normal	\$ 55,00
2	chompas de hombre normal	\$ 55,00
3	3/4 de mujer	\$ 65,00
4	3/4 de hombre	\$ 70,00
5	abrigos de mujer	\$ 90,00
6	Chompas mod. Sebastian hombre	\$ 75,00
7	chompas roqueras de hombre	\$ 65,00
8	chompas piloto de hombre	\$ 65,00
9	chompas mod.cemento	\$ 55,00
10	abrigos de hombre	\$ 90,00
11	chompas de sellos de hombre	\$ 65,00
12	chompas bordadas de hombre	\$ 120,00
13	pantalones de cuero en mujer	\$ 55,00
14	pantalones de cuero en hombre	\$ 55,00
15	portafolios de hombre	\$ 48,00
16	maleta grande e viaje	\$ 55,00

17	cartera grande de mujer bolso	\$ 35,00
18	carteras medianas de mujer todo color	\$ 29,00
19	carteras mujer ofertas	\$ 15,00
20	carteras de mujer	\$ 10,00
21	carteras de mujer pequeñas	\$ 16,00
22	cartera bolso universitario	\$ 40,00
23	bolso de gamuson grande	\$ 18,00
24	bolso de gamuson pequeño	\$ 15,00
25	bolso reducible mujer	\$ 18,00
26	cartera ejecutiva mujer	\$ 40,00
27	zapato de hombre de vestir	\$ 39,00
28	zapato de hombre casual	\$ 39,00
29	zapato de mujer trabajo	\$ 35,00
30	zapato de mujer casual	\$ 35,00
31	botín de mujer	\$ 38,00
32	media bota de mujer	\$ 45,00
33	botas de mujer	\$ 50,00
34	billeteras de hombre	\$ 7,00
35	billeteras de mujer	\$ 7,00
36	chilenas de mujer	\$ 12,00
37	Porta chequeras hombre y mujer	\$ 14,00
38	tarjeteros	\$ 2,00
39	Porta matriculas	\$ 4,00
40	billetera mediana de mujer	\$ 12,00
41	guantes de hombre	\$ 7,00
42	guantes sin dedos hombre	\$ 6,00
43	guantes de mujer	\$ 7,00
44	gorras viseras bordadas	\$ 8,00
45	cachuchas	\$ 6,00
46	gorros de piel unisex	\$ 8,00
47	monedero señora grande	\$ 4,00
48	chaucheras	\$ 4,00
49	monedero cosmetiquero	\$ 6,00
50	llaveros de chompas	\$ 1,50

51	llaveros zapatos	\$ 1,00
52	carteras para niña pequeñas	\$ 3,50
53	Porta celulares	\$ 5,00
54	canguros grandes	\$ 15,00
55	canguros pequeños	\$ 7,00
56	canguros medianos	\$ 12,00
57	monedero de correa hombre	\$ 1,50
58	correas de hombre	\$ 10,00
59	correas de mujer anchas	\$ 12,00
60	correas de mujer vestir	\$ 10,00

Con los datos antes mencionados se procede a la estimación del margen de utilidad por producto.

TABLA 4.3 Utilidades por productos de cuero

ARTICULOS DERIVADOS DEL CUERO		
UTILIDADES POR PRODUCTOS		
N	DESCRIPCIÓN	MARGEN UTILIDAD
1	Chompas de mujer normal	\$ 20,00
2	chompas de hombre normal	\$ 20,00
3	3/4 de mujer	\$ 27,00
4	3/4 de hombre	\$ 32,00
5	abrigos de mujer	\$ 40,00
6	Chompas mod. Sebastian hombre	\$ 37,00
7	chompas roqueras de hombre	\$ 27,00
8	chompas piloto de hombre	\$ 25,00
9	chompas mod.cemento	\$ 20,00
10	abrigos de hombre	\$ 30,00
11	chompas de sellos de hombre	\$ 20,00
12	chompas bordadas de	\$ 50,00

	hombre	
13	pantalones de cuero en mujer	\$ 17,00
14	pantalones de cuero en hombre	\$ 17,00
15	portafolios de hombre	\$ 15,00
16	maleta grande e viaje	\$ 16,00
17	cartera grande de mujer bolso	\$ 6,00
18	carteras medianas de mujer todo color	\$ 11,00
19	carteras mujer ofertas	\$ 3,00
20	carteras de mujer	\$ 2,00
21	carteras de mujer pequeñas	\$ 6,00
22	cartera bolso universitario	\$ 5,00
23	bolso de gamuson grande	\$ 6,00
24	bolso de gamuson pequeño	\$ 5,00
25	bolso reducible mujer	\$ 6,00
26	cartera ejecutiva mujer	\$ 11,00
27	zapato de hombre de vestir	\$ 10,00
28	zapato de hombre casual	\$ 9,00
29	zapato de mujer trabajo	\$ 10,00
30	zapato de mujer casual	\$ 10,00
31	botin de mujer	\$ 8,00
32	media bota de mujer	\$ 10,00
33	botas de mujer	\$ 10,00
34	billeteras de hombre	\$ 3,50
35	billeteras de mujer	\$ 3,50
36	chilenas de mujer	\$ 7,50
37	Porta chequeras hombre y mujer	\$ 6,00
38	tarjeteros	\$ 0,50
39	Porta matriculas	\$ 1,50
40	billetera mediana de mujer	\$ 4,00
41	guantes de hombre	\$ 2,50
42	guantes sin dedos hombre	\$ 2,00

43	guantes de mujer	\$ 2,50
44	gorras visera bordadas	\$ 2,00
45	cachuchas	\$ 1,00
46	gorros de piel unisex	\$ 2,00
47	monedero señora grande	\$ 1,00
48	chaucheras	\$ 1,50
49	monedero cosmetiquero	\$ 2,00
50	llaveros de chompas	\$ 0,50
51	llaveros zapatos	\$ 0,20
52	carteras para niña pequeñas	\$ 1,50
53	Porta celulares	\$ 1,50
54	canguros grandes	\$ 3,00
55	canguros pequeños	\$ 2,00
56	canguros medianos	\$ 5,00
57	monedero de correa hombre	\$ 0,50
58	correas de hombre	\$ 4,00
59	correas de mujer anchas	\$ 4,00
60	correas de mujer vestir	\$ 4,00

Fuente: Curtiembre El Alce

Con la información se procede a realizar el análisis del punto de equilibrio. De los artículos de mayor venta en la Curtiembre el Alce, a la cual se hace mención por ser la única fabrica establecida actualmente en el cantón Guano.

Durante una ⁷entrevista realizada con el Gerente de la curtiembre el ALCE, se trato el tema de los costos tantos fijos como variables de sus artículos pero los cuales no fueron revelados por ser considerados privados por parte de la empresa.

Los datos estimados que proporcionó la Curtiembre El Alce, indica que del costo total por artículo tal como se detalla en las tablas arriba adjuntas. Como procedimiento interno se define que el 60% son costos variables y el 40% en referencia a costos fijos,

⁷ Anexo 3

así como a su vez un promedio de artículos de producción mensual es de 100 artículos como referencia a los de mayor producción que son: chompas de mujer normal y cartera ejecutiva de mujer.

Con la información proporcionada se procederá al cálculo del punto de equilibrio para los artículos mencionados, como Curtiembre El Alce nos indica que aproximadamente producen 100 unidades de chompas y carteras y como los costos fijos son constantes independientemente del volumen de la producción, determinamos que los costos fijos son de \$ 1.400 y \$ 1.160 respectivamente:

DATOS: Chompas de mujer normal

Costos Fijos:	CF =	1400 dólares
Costos Variables:	CV =	2100 dólares
Unidades Producidas:	UP =	100 unidades
Margen de Utilidad:	%M =	57.14%

Costo Total Promedio:	CF + CV =	3500 dólares
Costo Unitario Promedio:	CT / UP =	35 dólares
Margen de Utilidad:	M = CU * %M =	20.00 dólares
Precio de Venta:	PV _u = CU + M =	55.00 dólares
Ingresos Totales:	VT = UP * PV =	5500 dólares

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{1400}{1 - \frac{2100}{5500}} = 2264.731$$

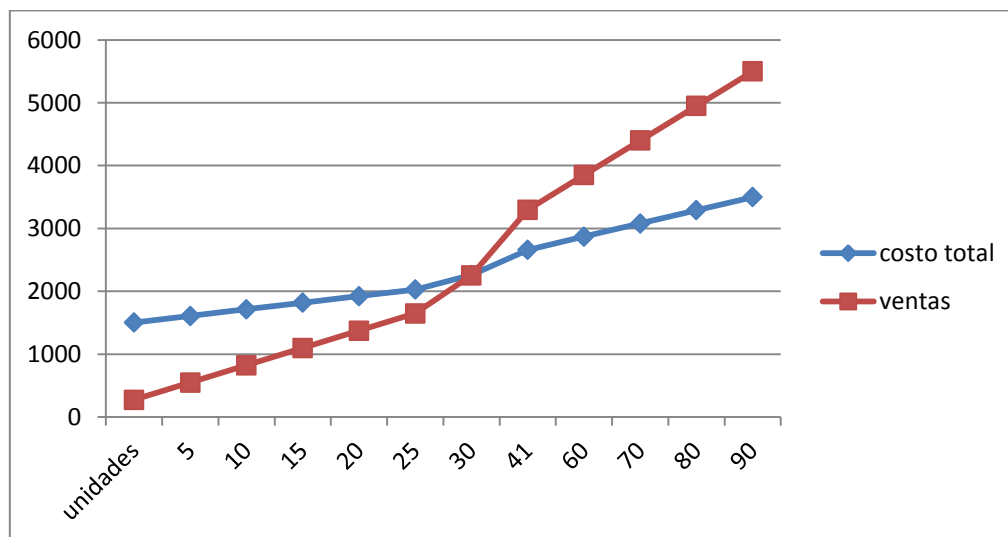
*** PE en función de las Unidades**

$$CV_u = \frac{CV}{UP} = \frac{2100}{100} = 21 \text{ dólares}$$

Se estable que el CVu de USD\$ 21.00 por unidad se fueron del % margen de utilidad de 57.14 que es el objetivo o meta a llegar.

$$PE = \frac{CF}{PV_u - CV_u} = \frac{1400}{55.00 - 21} = 41.17768 \text{ unidades}$$

GRÁFICO 4.5 Punto de Equilibrio – Chompas de mujer



Elaborado por: Autores

Como se puede identificar el punto de equilibrio se consigue en las 42 unidades vendidas del artículo en mención.

DATOS : cartera ejecutiva mujer

Costos Fijos:	CF =	1160 dólares
Costos Variables:	CV =	1740 dólares
Unidades Producidas:	UP =	100 unidades
Margen de Utilidad:	%M =	37.93%

Costo Total Promedio:	CF + CV =	2900 dólares
Costo Unitario Promedio:	CT / UP =	29 dólares
Margen de Utilidad:	M = CU * %M =	11.00 dólares
Precio de Venta:	PV _u = CU + M =	40.00 dólares
Ingresos Totales:	VT = UP * PV =	4000 dólares

*** PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{1160}{1 - \frac{1740}{4000}} = 2053.097$$

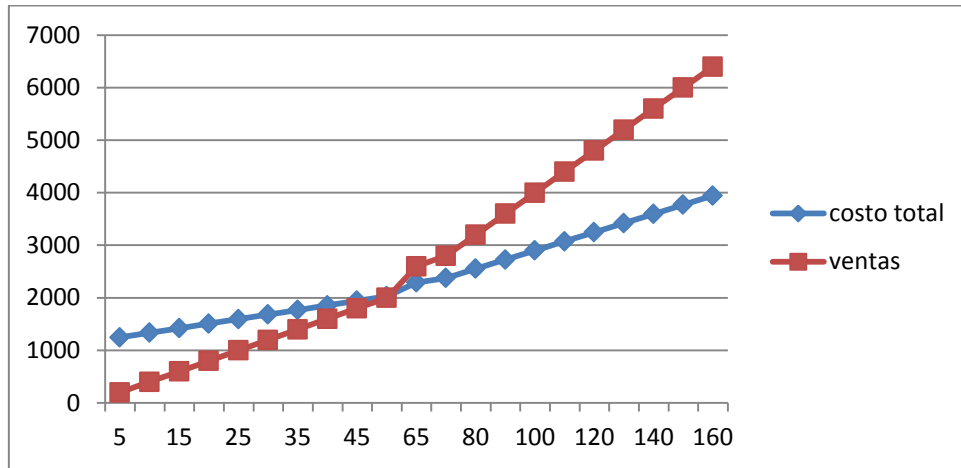
*** PE en función de las Unidades**

$$CV_u = \frac{CV}{UP} = \frac{1740}{100} = 17.4 \text{ dólares}$$

Se estable que el CV_u de USD\$ 17.40 por unidad se fueron del % margen de utilidad de 37.93 que es el objetivo o meta a llegar.

$$PE = \frac{CF}{PV_u - CV_u} = \frac{1160}{40.00 - 17.4} = 51.32811 \text{ unidades}$$

GRÁFICO 4.6 Punto de Equilibrio – Cartera Ejecutiva Mujer



Elaborado por: Autores

Como se identifica en el cuadro anterior el punto de equilibrio en venta de carteras se alcanza a las 52 unidades vendidas de un total de 100 unidades producidas.

7.8.1 Propuesta de valor

Para la generación de la propuesta de valor que se aplicara en el trabajo realizado se considera la generación de expectativa sobre los artículos que ofrece el cantón Guano.

La propuesta más ambiciosa es la organización y celebración de una feria anual en el cantón Guano para la atracción de clientes nacionales y extranjeros, pero para su exitoso desarrollo necesita darse a conocer y llamar la atención. La publicidad hacia el cantón Guano no puede ser solamente meses o semanas previa la feria anual, sino durante el año para mantener atentos a los ciudadanos del Ecuador.

En la época actual con el avance tecnológico la comunicación se ha facilitado en gran proporción en relación con años atrás, ha mención a este punto es porque en

nuestra actualidad las mencionadas redes sociales son una gran ventaja para darse a conocer con un bajo costo y cabe mencionar que es uno de los espacios más visitados de nuestro tiempo, por lo cual muchas medianas y pequeñas empresas han optado por utilizar este recurso para promocionar sus productos y servicios.

A continuación se detalla los costos incurridos en la publicidad para el cantón con su respectivo soporte con las debidas ⁸ cotizaciones que reflejan los valores mensuales los cuales se incurriría para la ejecución de las mismas.

TABLA 4.4 Costos mensuales – Medios de comunicación

Medios de Comunicación	Costos Mensuales
Radio	528
Prensa escrita	
Anuncios a color de lunes a viernes	2280
Domingos	528
Publicidad visual	
(banners) diseño	140
Banners impresos	315
TOTAL	3791

Elaborado por: Autores

Los costos mensuales antes mencionados de las estrategias de publicidad del cantón Guano se representan de la siguiente manera:

En el costo de las transmisiones de radio se cotiza transmisiones dos veces por día por los siete días de la semana, lo que generaría interés por parte de los ciudadanos y turistas que escuchen las transmisiones, esta propuesta se considera

⁸ Anexo 4

de gran valor más aun si se la ejecuta un mes antes de la feria anual. Lo que aseguraría un gran número de visitantes al cantón Guano para ese día.

Lo referente a prensa escrita se relaciona a los anuncios, a color, de los días lunes a viernes y domingos. Tal como lo menciona el grafico antes ilustrado.

Los anuncios de periódico son de gran importancia porque es una publicidad que no desaparece se mantiene en este caso el periódico, lo cual ayuda porque en cualquier momento un probable comprador vera el anuncio sobre el cantón Guano o a su vez cuando la próxima la fecha de celebración de la feria anual que se realizaría en él.

En referencia a los banners se los considera una opción económica y simple por razón que se pueden colocar en puntos de bastante tránsito y que cualquier persona podría observarlos, como se plantea en la propuesta anterior, por la colocación de cinco banners como son los siguientes:

El terminal terrestre de Riobamba

La entra de Guano

La iglesia de Guano

La entrada de Riobamba

La estatua del parque central de Guano.

El costo de los banners incluye el diseñador que realizara el diseño de publicidad para atraer turistas locales y extranjeros que estén visitando Riobamba, y a su vez el precio de la impresión de los banners.

Las estrategias están enfocadas a dar a conocer el nombre del cantón Guano para de aquella manera poder captar mayor cantidad de consumidores como también obtener un mejor posicionamiento de mercado.

CONCLUSIONES

La puesta en práctica de las estrategias planteadas, en especial la de realizar campañas masivas de publicidad, será base fundamental para atraer a los turistas del cantón a conocer Guano; es importante por medio de las estrategias de producto, precio, plaza y publicidad, darle realce al cantón Guano como la capital artesanal del Ecuador.

Para lograr el nivel alto de comercialización de artículos de cuero en Guano, es de suma importancia cubrir con las falencias que poseen ante la necesidad de hacerse conocer. Al momento de plantear las estrategias de comercialización, se buscará emplear nuevos métodos para distribuir los productos a otras partes del país, o a compradores mayoristas que buscan de las artesanías de Guano, proveerse de sus novedades para la comercialización en otras partes de la región. Es iniciativa propia de cada artesano realizar sus productos innovadores, con diseños especiales y con la calidad que garantiza el regreso de nuevos clientes y turistas.

Los comerciantes no se han dado a conocer como proveedores potenciales fuera de la provincia de Chimborazo, lo cual genera desconfianza por la falta de difusión de sus artesanías, generando la pérdida de clientes fuera del cantón Guano, limitando la entrada a posibles nuevos consumidores que nunca han visitado el cantón.

Los artesanos y su personal no poseen capacitaciones en el área de ventas ni marketing, ni sobre el desarrollo de su negocio. Se limitan al vender de manera empírica como lo han realizado siempre.

La falta de una organización clara por parte de la Asociación de artesanos del cantón Guano, no permite llevar a cabo la misión inicial que tienen, que es velar por los intereses de los mismos artesanos del cantón que ofrece la colaboración y la capacitación pertinente y oportuna para todos aquellos miembros que deseen formar parte de ella en forma voluntaria. Por medio de la asociación sería de gran utilidad obtener capacitaciones o nuevas propuestas de cambio con respecto a la elaboración de sus artículos; cada artesano maneja sus diseños, pero tomar como base la obtención de nuevas ideas para difundir y comercializar sus productos aun no está definido.

Los actuales requisitos para la implementación de una curtiembre son estrictos y numerosos. El Estado Ecuatoriano, ha implementado leyes y disposiciones que limitan a los artesanos a proveerse de materia prima para la elaboración de sus artículos. Entre esas limitaciones se encuentran los precios de la maquinaria que se necesita para dichas confecciones y el alto costo de la mano de obra.

La apreciación de la calidad, variedad y precios de los artículos de cuero en el cantón Guano son bien reconocidos por los consumidores extranjeros y nacionales, pero esto se limita a esperar vacaciones o festividades para poder visitar el cantón. La implementación

de estrategias de marketing, en especial darle realce a la feria anual artesanal de cuero en Guano, logrará aumentar el número de turistas y a su vez se logrará reconocer a nivel nacional al cantón Guano como la capital artesanal.

Al relacionar la piel del borrego con la piel de la vaca, cada uno tiene un uso específico, ya sea por su textura, calidad y precio. La piel de borrego es más fácil de lograr realizarle acabados y diseños creativos, caso contrario a la piel de la vaca, es mucho más difícil realizar este tipo de acabados, motivo por el cual es más utilizada para la elaboración de zapatos o artículos con mayor resistencia para su uso

Poco incentivo al turismo en el cantón Guano por parte de las autoridades.

El cuero de vaca rinde más por metro cuadrado que el cuero de borrego, disminuyendo de esta manera el costo del artículo final. Esta es una ventaja al momento de utilizar la piel de la vaca, pero los consumidores prefieren artículos con una textura más suave como la piel del borrego, y el precio es de gran aceptación para ellos.

RECOMENDACIONES

Entre las recomendaciones para mejorar el desempeño en el área comercial de los artesanos del cantón Guano están las siguientes:

La falta de difusión altera de forma significativa la comercialización de artículos de cuero elaborados en el cantón, para ello se ha determinado que la puesta en práctica de las estrategias planteadas de producto, precio, plaza y publicidad, le dará mayor realce a la problemática estudiada. Por medio de este estudio, se ha dado mayor valor y realce a los artesanos del cantón Guano, para que sus ventas aumenten y Guano logre ser reconocido a nivel nacional por el comercio y la calidez de sus habitantes.

En el estudio realizado por medio de las encuestas, se determina la aceptación del público por las artesanías del cantón y la preferencia que los consumidores tienen por los artículos elaborados con cuero de borrego; es por este motivo que será una visión importante realizar de Guano un lugar conocido por los turistas, por medio de la puesta en práctica de las estrategias de marketing estudiadas.

La utilización de estrategias de venta planteadas en el capítulo 4, permitirá incrementar el nivel de aceptación de los consumidores, incitará a los nuevos visitantes del cantón a volver para realizar sus comprar. Esto se puede lograr a través de una oferta de precios y de una publicidad agresiva a través de la utilización de medios de comunicación de alta sintonía a nivel local.

Una de las más relevantes recomendaciones que se dará, es la mejor organización por parte del gremio de artesanos del catón Guano; este grupo puede darle hincapié y mejoras a la feria anual de venta de artesanías en el cantón Guano ya antes propuesta,

buscando obtener patrocinios y ayuda por parte del gobierno con respecto a la publicidad.

Es necesaria la capacitación a los comerciantes y artesanos del cantón Guano en área de ventas y desarrollo de microempresas. A pesar de la trayectoria que poseen, es imprescindible lograr un realce a la calidad de atención al cliente y perfeccionar técnicas de ventas.

La colaboración y emprendimiento para la atracción de turistas al cantón para agrandar y dar movimiento al comercio. Este objetivo se lograra a través de la difusión publicitaria tales como banners, radio y una propuesta televisiva que le dará realce al cantón Guano.

BIBLIOGRAFIA

- ✚ Instituto Nacional de estadísticas y censo es una pagina donde se encuentran datos estadísticos históricos, en este caso agrícola (www.inec.gov.ec)
- ✚ Muy Ilustres Municipio de Guano es la página web donde publican datos históricos y emblemáticos del cantón (www.municipiodeguano.gov.ec)
- ✚ ABYA, Y (1999) *Marketing Estratégico*. Editorial Gerrit Burgual
- ✚ CERTO, S. (2001) *Administración Moderna*. Editorial Person Education. Madrid
- ✚ CRAVENS, D. (1983) *Planeación en Mercadotecnia*. Editorial CECSA. Madrid
- ✚ FRED, D. (1992) *La gerencia estratégica*. Legis Editores. México
- ✚ FERREL, O.C. y HARTLINE, Michael D., *Estrategias de marketing*, 3era. Edición, Editorial Thomson International, México, 2006.
- ✚ KOTLER, P. (1996) *Mercadotecnia* .Editorial Prentice Hall. México
- ✚ KOTLER, P. (2002) *Dirección del marketing*. Editorial Person Education. Primera Edición. México
- ✚ LAMBIN, J. (1997) *Marketing Estratégico*. Editorial Mc Graw Hill. Bogotá
- ✚ LOVE, P. (2000) *Canales de marketing y distribución comercial*. Editorial Mc Graw Hill

- ✚ MERCADOS, S. (1999) *Promoción de Ventas*. Editorial CECSA. México

- ✚ RODRIGUEZ, Inma, *Principios y estrategias de marketing*, 1era Edición, Editorial UOC, Barcelona, 2006.

- ✚ Adzet-Adzet, José y Colaboradores, (1985), *Tecnología del Cuero*, España.

- ✚ Asociación Brasileira de Químicos y Técnicos de la Industria del Cuero (ABQTIC), XV Congreso Latinoamericano de Químicos y Técnicos de la Industria del Cuero, 2001, Comisión Nacional del Medio Ambiente, 1999, *Guía para el Control y Prevención de la Contaminación Industrial*, Chile, 1999.

- ✚ Centro de Promoción de Tecnologías Sostenibles, (2003), Programa de Cooperación Danesa al Sector de Medio Ambiente, Bolivia.

- ✚ CPTS/BOLIVIA, *Diagnóstico de Producción Más Limpia - Curtiembre San Lorenzo*, (2002), ISO, *Sistemas de Gestión medioambiental*, UNE-EN ISO 14001, Versión en español.

- ✚ Gallo Lino Héctor – CPTS, (2001), Seminario: “Guías de producción mas limpia en curtiembres”.

- ✚ *Generación y Tratamiento de Residuos en la Industria del Curtido de Valencia*, (1995), Confederación Empresarial Valenciana, España.

- ✚ *Guía de mejores técnicas disponibles en España del sector de curtidos*, (2003), Dirección General de Calidad y Evaluación Ambiental, España.

- ✚ Hidalgo, Daniel, (2001), Reutilización directa de efluentes líquidos de pelambre y curtido de la industria del cuero, EPN, Quito.

- ✚ Vademécum para el técnico en curtición. 3era. edición revisada y ampliada BASF

- ✚ Acabado de la piel. José María Adzet Adzet AQEIC 1988 Barcelona España.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Términos	Explicación
Ablandado	Suavizado y estirado del cuero mediante trabajo mecánico.
Acabado	El conjunto de operaciones que le otorgan color, brillo y otras características al cuero de acuerdo al producto final que se quiere obtener especificado.
Baño	Líquido o solución que contiene reactivos químicos.
Baño de cromo	Solución con sales de cromo para el curtido y/o recurtido
Baño de pelambre	Solución para remover los pelos de las pieles.
Carnazas	Residuos sólidos provenientes del predescarnado y descarnado.
Cuero	Producto del proceso de curtido de pieles de diferentes animales. En esta guía, se denomina piel al pellejo no curtido de los animales (ver definición de piel).
Curtido al cromo	Operación en la que se transforma la piel en cuero, haciendo reaccionar el cromo con el colágeno de la piel, para darle consistencia y evitar su putrefacción.
Descarnado	Operación, normalmente mecánica, que separa el colágeno del tejido conectivo, grasa y carne subcutáneos de la piel. La palabra descarnado también se utiliza como sinónimo de costra.
Descarnado después del pelambre.	Operación de descarnado que se realiza después del pelambre.
Desecho	Energía o materia (sólida, líquida, gaseosa, mezcla o combinación de ellas, incluyendo flujos calóricos) a la que ya no se le da valor alguno y, por tanto, se la descarga o emite o es objeto de disposición final.
Desencalado	Operación por la cual se elimina la cal de la piel encalada, mediante adición del sulfato de amonio y otros reactivos.
Desengrasado	Operación de remoción de grasas de la piel con detergentes o solventes.
Diagrama de flujo (de un proceso).	Esquema gráfico, con símbolos y flechas, que representan a un proceso, mostrando la secuencia de todas sus operaciones unitarias.
Diagrama de flujo (de una operación unitaria).	Esquema gráfico, con símbolos y flechas, que muestra la secuencia de etapas o actividades de una operación unitaria, incluyendo sus entradas (insumos) y salidas (productos, subproductos y residuos).
Dividido	Operación de separación de capas de la piel: capa externa

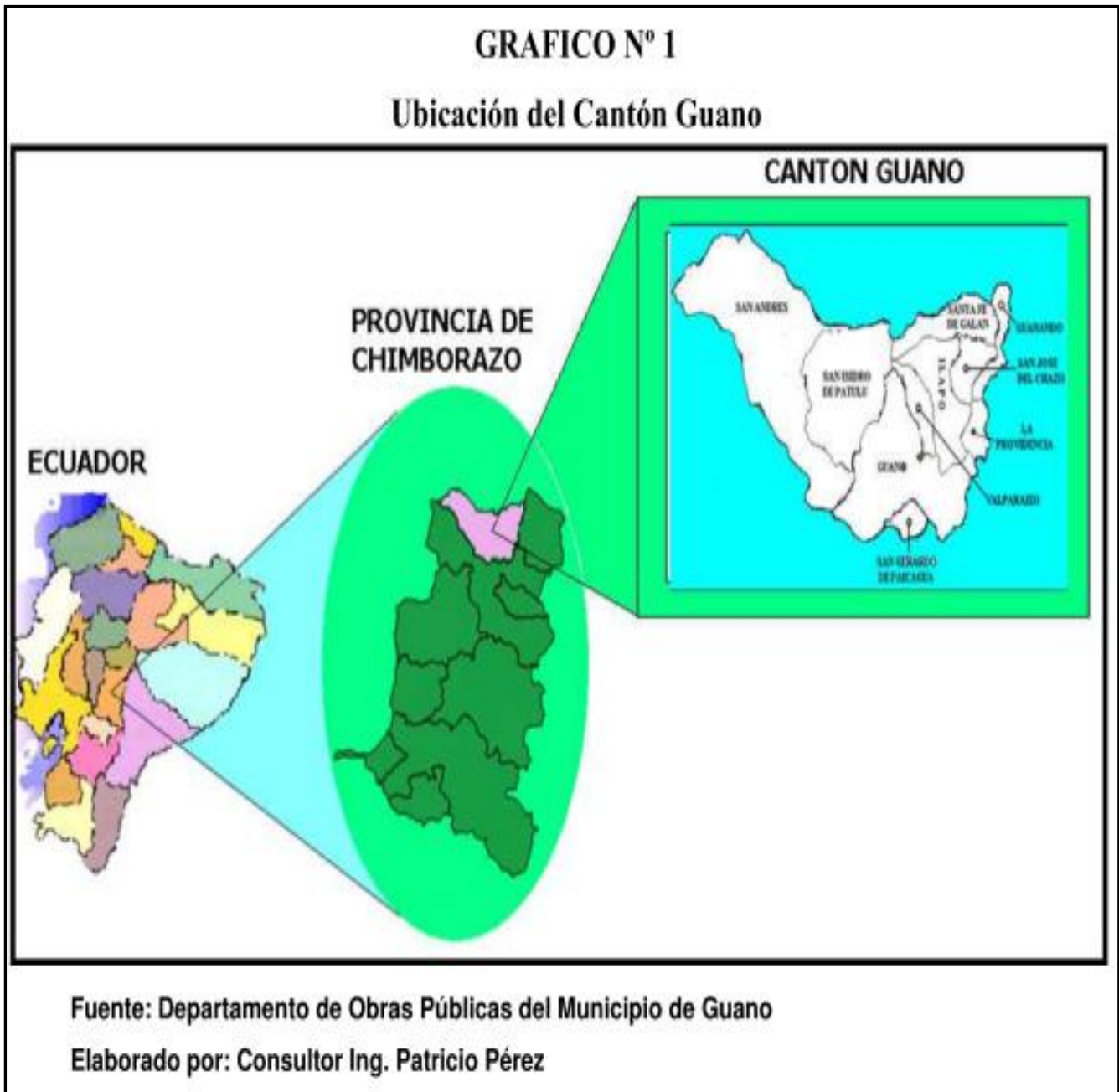
	(flor) y capa interna (costra o descarne).
Efluente	Materia y/o energía residual (sólido, líquido, gaseoso, mezcla o combinación de ellos, incluyendo flujos calóricos), cruda o tratada, que puede contener contaminantes y que se encuentra en cualquier punto del proceso productivo antes de su descarga o emisión.
Engrasado	Operación en la que se añaden grasas naturales o sintéticas para darle mayor suavidad al cuero.
Ecurrido	Operación donde el agua superficial de la piel/cuero se elimina por drenado natural. Por ejemplo, cuando las pieles son colgadas y el agua de éstas fluye por gravedad.
Flor	Capa externa de la piel resultante del dividido.
Fulón O BOMBO.	Recipiente cilíndrico de madera, que rota por la acción de un motor sobre su eje y en el que se desarrollan varias operaciones unitarias del proceso en curtiembres.
Insumo	Toda entrada al sistema productivo (materia prima, agua, energía, reactivos químicos, material filtrante, resinas de intercambio iónico, empaquetaduras, etc.).
Lavado	Operación que utiliza agua para eliminar de las pieles el excedente de reactivos, empleados en las diferentes operaciones de curtido, y otras impurezas.
Napa	Cuero de flor acabado, de buena calidad, usado para la confección de vestimenta.
Nubuck	Cuero de flor, de buena calidad, lijado por el lado externo para la confección de vestimenta o calzados.
Pelambre	Operación en la que se elimina el material queratinoso (pelo, raíces de pelo) y parte de la grasa de las pieles.
Piel	Pellejo no curtido de los animales. En esta guía, se denomina cuero a la piel curtida (ver definición de cuero).
Piquelado	Operación en la que se baja el pH y se detiene el hinchamiento de la piel, mediante la acción de ácidos, en presencia de sal común, antes del curtido.
Proceso	Conjunto de diferentes operaciones unitarias encadenadas, dirigidas a la consecución de un fin predeterminado. En el caso de curtiembres, el fin es la obtención de cuero.
Rebajado	Reducción mecánica del espesor del cuero, mediante el corte de finos y delgados fragmentos del lado de la carne, con el fin de lograr que dicho espesor sea uniforme.
Recurtido	Curtido complementario, para perfeccionar las

	características finales del cuero.
Remojo	Operación que emplea agua para limpiar y rehidratar la piel.
Residuos	Es un efluente considerado como “insumo de menor valor”, cuya totalidad o parte de sus componentes pueden ser objeto de reciclaje, reuso o recuperación.
Ribera	Conjunto de operaciones unitarias, que incluye recepción de la piel, salado, remojo, pelambre, descarnado y dividido.
Secado	Operación de eliminación de la humedad del cuero por exposición al ambiente o mediante operación térmica que utiliza diversas tecnologías.
Temperatura de encogimiento o de contracción.	La temperatura a la cual la piel o cuero inicia su contracción cuando se calienta gradualmente sumergiéndolo en agua. Generalmente se utiliza para verificar el contenido de cromo en el cuero.
Teñido	Operación por medio de la cual se da color al cuero tanto superficialmente como a través de su espesor, mediante tratamiento con una solución colorante.
Toggling o Clavado o estacado	Operación de estirar el cuero con dispositivos metálicos (ganchos o palancas acodadas, articuladas o no), que se fijan sobre una plancha perforada.
Tripa	Piel después del pelambre.
Wet blue	Piel curtida al cromo, todavía en estado húmedo. El cromo le confiere su coloración azul (es un producto intermedio).

ANEXOS

ANEXO 1

Mapa de Ubicación del cantón Guano - Ecuador



ANEXO 2

Diseño de la Encuesta

-Grupo encuestado: Personas con edades comprendidas entre 15 y 99 años, de nivel socioeconómico medio.

-Finalidad: Determinar el nivel de aceptación de los turistas por adquirir productos de cuero de borrego en el cantón Guano y de esa manera determinar estrategias de comercialización y difusión.



Encuesta a usuarios finales de productos elaborados con cuero

Objetivo general: Determinar estrategias de difusión y comercialización de artículos de cuero de borrego y sus derivados en la provincia del Chimborazo.

1. ¿Ha comprado artículos de cuero hecho en Ecuador (carteras, zapatos, cinturones, billeteras, etc.)?
Si No
2. ¿Cuándo compra artículos de cuero, pregunta usted de dónde proviene el mismo?
Si No
3. ¿Podría usted indicarme de qué ciudad provienen los mejores artículos de cuero del país?
Si No
Si su respuesta es afirmativa, mencione la ciudad _____
4. ¿Ha realizado compras de productos elaborados con cuero en el cantón Guano?
Si No

5. Las compras que ha realizado han sido para:
- a. Compras personales
 - b. Para negocio (al por mayor o menor)
 - c. Otras, Especifique _____
6. ¿Por qué razón compró en Guano artesanías elaboradas con cuero?
- a. Estaba de turismo
 - b. Viajó de manera expresa a esta ciudad a comprar
 - c. Otra, cuál? _____
7. Si viajó de manera expresa al Cantón Guano a comprar artículos de cuero, indique la razón principal para su elección:
- a. Calidad del cuero
 - b. Variedad de opciones en los productos
 - c. Calidad del producto terminado
 - d. Precio
 - e. Posibilidad de descuentos al por mayor
 - f. Otros, cuál? _____
8. ¿Conoce usted de qué animal proviene el cuero natural con el que se confecciona los artículos con acabados en cuero que se comercializan en Guano?
- Si No
- Si su respuesta es afirmativa, indique el animal: _____
9. Considera usted que se puede obtener del borrego un buen cuero para elaborar productos como: carteras, bolsos, caquetas, billeteras, etc.
- Si No

Gracias por su colaboración

ANEXO 3

Diseño de las Entrevistas



Entrevista a distribuidores (compradores y vendedores al por mayor) de productos elaborados con cuero de la ciudad de Guano

Objetivo general: Determinar estrategias de difusión y comercialización de artículos de cuero de borrego y sus derivados en la provincia del Chimborazo.

1. Viajó de manera expresa a Guano a comprar artículos de cuero, indíquenos la razón principal para su elección:
 - a. Calidad del cuero
 - b. Variedad de opciones de productos
 - c. Calidad del producto terminado
 - d. Precio
 - e. Posibilidad de descuentos al por mayor
 - f. Otros, cuál? _____

2. ¿Conoce usted de qué animal proviene el cuero natural, con el que se confeccionan los artículos a base de cuero?
Si No
Si su respuesta es afirmativa, indique el animal: _____

3. Considera usted que del borrego, se puede obtener un buen cuero para elaborar productos como carteras, chaquetas, billeteras, etc.
Si No

4. ¿Dónde vende sus productos?
5. ¿En qué otra ciudad realiza la compra de productos elaborados con cuero?
6. ¿Cuáles son las ventajas de comprar en Guano?
7. ¿Cuáles son las desventajas de comprar en Guano?
8. ¿Cómo califica el servicio recibido por las personas que trabajan en la industria de Guano?

9. ¿Cuáles considera serían las recomendaciones que podría hacerle a la industria del cuero en Guano?



Entrevista a productores y vendedores de productos elaborados con cuero en la ciudad de Guano

Objetivo general: Determinar estrategias de difusión y comercialización de artículos de cuero de borrego y sus derivados en la provincia del Chimborazo.

CUESTIONARIO PARA LA ENTREVISTA

SOBRE EL MERCADO

- 1 ¿Cómo calificaría la industria de cuero en Guano, formal o informal, por qué?
- 2 ¿Las empresas en Guano principalmente son fabricantes o distribuidoras de productos elaborados con cuero?
- 3 ¿Cuál es el motivo por el cual la mayor parte de las industrias han cesado la producción de cuero en Guano?
- 4 ¿Cómo ve el futuro de esta industria del cuero en la ciudad de Guano?

SOBRE LA EMPRESA Y SU ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

- 5 ¿Su industria posee todos los permisos que solicita el estado?
- 6 La mano de obra está calificada para trabajar en la industria de la curtiembre
- 7 ¿Motiva y estudia la participación del talento humano en su empresa?
- 8 ¿Cuáles son las proyecciones de su empresa para los próximos cinco años?

SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

- 9 ¿Aplica estrategias de marketing en su empresa?
- 10 ¿Cómo es el consumidor o usuario al que tiene que ganar como cliente?
- 11 ¿Cuál es su competencia? ¿Cómo califica a la competencia?

- 12 ¿Qué diferencia su producto o servicio de la competencia?
- 13 ¿Cuál es su clave para conseguir la fidelidad de un consumidor?
- 14 ¿Cuáles son las ventajas que considera más importantes de su empresa?
- 15 ¿Qué me puede decir sobre sus nuevos productos o planes de expansión?
- 16 Considera que las estrategias de marketing tienen relación directa con sus ventas?
- 17 Una estrategia de marketing empieza por una idea, ¿cómo nacen las tuyas?
- 18 ¿Existía este producto hace 10 años? ¿Y la marca?
- 19 Al momento de confeccionar un nuevo diseño, en que se basan? Moda o tendencia?
- 20 ¿Qué es lo más sorprendente que ha aprendido sobre marketing en estos últimos años?

Anexo 4

Cotizaciones de Medios de Comunicación – Prensa escrita

LA PRENSA
UN DIARIO JOVEN CON FE EN CHIMBORAZO

»CHIMBORAZO

Riobamba, 12 de Septiembre de 2012.

Ciente
CARMEN GUIJARRO
Presente.-

De mi consideración

Reciba un atento y cordial saludo de quienes formamos Diario "La Prensa" a continuación le presentamos la Cotización de los espacios publicitario solicitados.

Tamaño	B/N	F/C
3 mod. x 4 mod. (14.6cm x 17.0 cm)	\$ 54.00 L/S \$60.00 D	\$ 114.00 L/S \$ 132.00 D

Este valor ya incluye IVA

En espera de que su decisión estará encaminada sobre la mejor opción, me suscribo

Cordialmente

DIARIO LA PRENSA
Recepción y Atención al Cliente
ENTREGADO A
Fecha: Hora:

Patricia Naupa
DIARIO LA PRENSA
TELF.: 2940975

» **DIR.: GARCÍA MORENO Y IERA CONSTITUYENTE**
Telf.: 03 2967-855 | 03 2940-976 | 03 2940-975 | Fax: 2 948-700 | e-mail: redaccion@laprensa.com.ec
Riobamba - Ecuador

Cotizaciones de Medios de Comunicación – Radio



CADENA RADIAL TRICOLOR FM

97.7 F.M.

SIERRA

Chimborazo - Tungurahua - Cotopaxi

97.5 F.M.

ORIENTE

Pastaza - Napo - Morona Santiago

Riobamba, Septiembre 12 del 2012

Señorita
Carmen Guijarro
FERIA DE CUERO EN GUANO
Presente

De mi consideración:

Saludos cordiales y muchos éxitos en sus dignas funciones.

Garantizamos nuestra sintonía, porque contamos con personal que tiene trayectoria comprobada y tecnología de punta que nos permite llegar con un sonido claro y nítido.

La cadena radial TRICOLOR FM cubre con sus ondas simultáneas:

20 AÑOS EN EL CORAZON DEL PUEBLO ECUATORIANO.
97.7 FM: CHIMBORAZO, TUNGURAHUA, COTOPAXI.

10 AÑOS DE SINTONIA.
97.5 FM: PASTAZA, ORIENTE ECUATORIANO
Y A NIVEL UNIVERSAL: www.radiotricolorfm.com

A su consideración: TARIFA CLIENTE DIRECTO.

DIAS/TRANSMISION: DE LUNES A VIERNES HORARIO ROTATIVO
SINGLE DE 45"
N.- CUÑAS/DIA 8
BONOS: SAB Y DOM: 6/DIA.
VALOR MENSUAL: \$ 528,00.
FORMA DE PAGO: A LA FIRMA DEL CONTRATO.

Será un verdadero placer recibir su orden de trabajo.

Atentamente,

Leda Erlinda Cando
RADIO TRICOLOR FM
CLARO: 097 260 713.

RIOBAMBA: Oficina Matriz: Pichincha 24-46 y Veloz • Edificio Tricolor 2do. Piso • Telefax: (03) 2940-518 / (03) 2948-608
e-mail: radiotricolor.fm@andinanet.net • web site: www.radiotricolorfm.com



Anexo 5

Fotografías explicativas sobre elaboración y comercialización de artículos de cuero en el cantón Guano







ANEXO 6

Detalle del peso, remojo y tipo de cuero de acuerdo al proceso

EL ALCE

CURTIEMBRE – ARTICULOS DE CUERO

CURTICION

19 de agosto del 2008.

FECHA 1200 Kg	300 HOJAS = 150 cueros	página FLOPER CARTERA	1.2 mm.
-------------------------	------------------------	---------------------------------	---------

PESO	UNIDADES	TIPO DE CUERO	ESPESOR
-------------	-----------------	----------------------	----------------

PROCESO	%	PRODUCTOS OBSERVACIONES	°C	DURACION	pH
pesar cuero dividido					
Poner en el bombo	150	Agua de la cisterna	ambie		
	2.0	Sulfato de amonio - directo		60 min.	
	0.5	Bisulfito de sodio - directo		30 min	
	1.0	Rindepon - directo		90 min	
Ecurrir y lavar 2 veces	150	Agua suficiente		20 min por lav	
		Prueba de fenoltaleina - dar trasparente			
Cargar cuero	100	Agua cisterna	ambie		
	7	Sal común - directo		15 min	
	0.5	Formiato de sodio - directo		30 min	
	1.0	Ácido fórmico - dilución 1/10		30 min	
	0.8	Ácido fórmico -- dilución 1/10		30 min	3.2
	7.0	Sulfato de cromo III --directo		90 min	
	0.05	Biocida - directo		20 min	
	0.1	Grasa cationica dilución 1/10		20 min	
	1.2	Neutrosal dilución 1/10		90 min	4.8
Mover 3 horas		Descargar y perchar 24 horas			
Raspar o rebajar					

OBSERVACIONES: se cuerten 150 cueros en dos días, 600 cueros a la semana
 1 cuero dividido pesa 8 Kg. Y tomamos que 1 Kg = 1 litro de agua
 Agua de desencalado = 1800 litros / día = 12 litros / cuero
 Agua de lavado de desencalado = 3600 litros día = 24 litros / cuero
 Agua de curtido = 1200 litros / día = 8 litros /cuero

RECURTICION TEÑIDO Y ANGRASE

17 de agosto del 2008

FECHA **página**

750 Kg 300 hojas = 150 cueros napa tipo floper 1.0 mm.

PESO **UNIDADES** **TIPO DE CUERO** **ESPESOR**

PROCESO	%	PRODUCTOS OBSERVACIONES	°C	DURACION	pH
Pesar cuero raspado					
lavado	200	Agua de la cisterna	ambie		
	0.5	Tenso activo - directo			
	0.5	Ácido fórmico - diluido 1/10		20 minutos	
Ecurrir agua					
Cargar cuero	200	Agua de la cisterna	ambie		
	1.0	Deslizante - directo			
	4.0	Sulfato de cromo III - directo		60 minutos	
	2.0	Recurtiente aldehído - diluido 1/10		90 minutos	
	1.0	Neutrigan - directo		60 minutos	
	3.0	Bicarbonato de amonio diluido 1/10		90 minutos	5.8
Dos lavados	200	Agua de cisterna	ambie	20 min c/u	
Cargar cuero	150	agua			
	1.0	Deslizante - directo		10 minutos	
	0.5	Neutrosal - diluido 1/10		15 minutos	
	2-3	Anilina de cualquier color - diluido 1/20		60 min	
	4.0	Grasa sulfitada - directo			
	4.0	Grasa lecitina - directo			
	4.0	Alcohol graso - directo		30 min.	
	1.0	Densotan A diluido 1/10		90 min.	
	0.2	Azúcar - diluido 1/ 10		15 min.	
	0.5	Extracto de mimosa - diluido 1/20		15 min.	
	1.0	Ácido formica -diluido 1/10		30 min.	
	1.0	Anilina - diluida 1/20		45 min.	
	0.3	Sulfato de cromo III - diluido 1/10		20 min.	
	1.0	Ácido formica - diluido		30 min	4.5
Lavar dos veces		Agua suficiente	ambie	20 min c/u	

OBSERVACIONES: se recurten, tiñen y engrasan 150 cueros en dos días, 600 cueros a la semana
 1 cuero raspado pesa 5 Kg.
 Agua de primer lavado = 1500 litros /día = 10 litros/ cuero
 Agua de recurtido = 1500 litros / día = 10 litros / cuero
 Agua de segundo lavado = 2 lavados 3000 litros/ día = 20 litros/ cuero
 Agua de teñido = 1500 litros / día = 10 litros / cuero

ACABADO

13 de Octubre de 2008

FECHA 300hojas	vestimenta	página	0.8 mm
UNIDADES	TIPO DE CUERO	ESPESOR	

AUXILIAR	A (ml.)	B (ml.)	C (ml.)	PROCESO
ASTACIN FINISH UH	200			A: 1 X PISTOLA - DESCANSAR POR 3 HORAS MINIMO
AGUA	800			
TOTAL	1000			
LEPTON NEGRO VN		100		B: 2 X PISTOLA
LEPTON FILLER CEN		100		PRENSA FLOATER 60 °C - 200 ATM
LEPTON MATEANTE LB-F		40		1 X PISTOLA
POLICOL LEPTON CERA SF		40		
AGUA		360		
CORIAL MICROLIGANTE		200		
CORIAL FONDO IF		70		
ASTACIN FINISH PUMN TF		70		
TOTAL		1000		
AQUALAC SUPER FOSCO		200		C: 2 X PISTOLA
AQUALAC R-80		100		ABATANAR DE 3 A 6 HORAS
AGUA		650		
ADITOP GW		30		
NEGRO EUKESOLAR		20		
TOTAL		1000		
OBSERVACIONES:				

REMOJO Y PELADO

10 de agosto del 2008

FECHA	página
2000 Kg	200 hojas 100 cueros
PESO	UNIDADES
	TIPO DE CUERO

PROCESO	%	PRODUCTOS OBSERVACIONES	°C	DURACION
Partir cuero				
Remojo cuero	150	agua de cisterna	ambiente	
	1	tenso activos	-	24 horas
Escurrir		colocar en percha		3 horas
Pesar				
Poner en bombo	100	agua	ambiente	
	4	cal		
	2.5	sulfato de sodio		mover 4 horas
Descansar				4 horas
Mover				1 hora
Descargar				
Perchar				
Dividir				
Continua con la curtición				
OBSERVACIONES: se pelan 100 cueros por día. Se pelan actualmente 5 a 6 días seguidos al mes Agua para remojo / día = 3000 Kg = 3000 litros / día. Agua para pelambre / día = 2000 Kg = 2000 litros / día Agua requerida para remojo por cuero = 30 litros / cuero Agua requerida para pelambre por cuero = 20 litros / cuero				

Validación de Encuestas