



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE GUAYAQUIL

CARRERA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

Ingeniero Comercial Mención Comercio Exterior.

TÍTULO

“Incidencia Socioeconómica de las Barreras Arancelarias Aplicadas a las Importaciones de Calzado en la Parroquia Quisapincha de Ambato , Provincia de Tungurahua y Propuesta de mejora en la Producción y Comercialización del Producto”

AUTORAS

Ivonne Lissette Salcedo Baldeón

Jenniffer Maritza Orozco Pico

TUTORA

Econ. Ercilia Franco Cedeño MSC.

DIRECTOR DE CARRERA

M.B.A. Fabián Isaac Villacrés

GUAYAQUIL - ECUADOR JULIO 2014

Agradecimiento

A Dios, por haber estado siempre conmigo, dándome la fortaleza necesaria para la realización de esta investigación a pesar de las dificultades que se dieron.

A la Eco.Ercilia Franco nuestra tutora de tesis por su apoyo y tiempo dedicado.

A la Universidad Politécnica Salesiana lugar donde adquirí una formación académica y humana. Y a todas las personas que fueron parte de este gran sueño.

Jenniffer Orozco

A Dios, por darme la vida y la fuerza necesaria para la consecución de este nuevo objetivo.

A todos quienes a lo largo de este camino aportaron con sus conocimientos y palabras de apoyo, en especial a la Eco. Ercilia Franco, Tutora de la presente tesis

Ivonne Salcedo

Dedicatoria

A Dios por todas sus bendiciones, a mis padres por brindarme su apoyo y enseñarme que en la vida uno siempre tiene que ser perseverante ante cualquier obstáculo que se presente y que el trabajo realizado con honestidad y sabiduría tiene su recompensa.

A mis hermanos en especial a mi hermano Jefferson quien ha brindado su cariño y respeto.

A mi compañera de tesis y amiga incondicional Ivonne Salcedo por su constancia y esfuerzo brindado a lo largo de nuestra carrera.

A mis amigos; María, Charles quienes han sido un gran apoyo en la culminación del presente trabajo.

Jenniffer Orozco

A Dios, a mi familia quienes son luz de mi vida.

A mis padres, en especial al ser que me dio la vida Leonor quien con sus palabras de aliento siempre me impulsa a creer en mis sueños diciéndome que nada es imposible.

A mis hermanos Katty, Anita y Giovanny, por su amor incondicional en cada paso que doy. Gracias por tanto cariño.

A mi sobrinos, quienes llenan de alegría mis días.

A mi compañera de tesis Jenniffer por su dedicación en el presente trabajo.

Ivonne Salcedo

Declaratoria de responsabilidad

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Guayaquil, mayo del 2014.

(F)_____

Jenniffer Maritza Orozco Pico

(F)_____

Ivonne Lissette Salcedo Baldeón

ÍNDICE

Agradecimiento	i
Dedicatoria	ii
Declaratoria de responsabilidad	iii
Resumen	xii
Abstract	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	4
1. EL PROBLEMA	4
1.1 Presentación	4
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1 Objetivos generales	5
1.3.2 Objetivos específicos	5
1.4 JUSTIFICACIÓN	5
CAPÍTULO 2	7
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Antecedentes históricos	7
2.1.1 La industria del curtido	7
2.1.2 ANTECEDENTES DE REFERENCIA	8
2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO DEL CALZADO DE CUERO	10
2.2.1 Ámbito internacional	10
2.2.2 Principales productores mundiales de calzado	10
2.2.3 Principales proveedores de calzado en Ecuador	11
2.3 ÁMBITO NACIONAL	12
2.3.1 La producción nacional de calzado	12
2.3.2 Influencia del calzado de cuero en la economía nacional	13
2.3.3 Comportamiento del producto interno bruto (pib)	15
2.3.4 Participación del sector manufacturero en el pib	16
2.4 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL EN LA INDUSTRIA TEXTIL Y DE CALZADO.	18
2.5 APOORTE AL SECTOR PRODUCTIVO Y PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR	19
2.5.1 Semplades:	20
2.5.2 Sustitución de importaciones	23
2.6 NUEVO ARANCEL DE IMPORTACIONES	23
2.6.1 Incremento de los aranceles en las importaciones	24
2.6.2 El reglamento a la ley de abono tributario se remitió al registro oficial ...	24
2.7 ECUADOR ESCALA EN COMPETITIVIDAD	25

2.8 SALVAGUARDIA	26
2.9 ENTES REGULADORES.....	26
2.9.1 Objetivos.....	27
2.10 CÁMARA DE CALZADO DE TUNGURAHUA	29
2.10.1 Misión	30
2.10.2 Objetivos estratégicos	30
2.10.3 Objetivos operacionales	30
2.10.4 Organigrama	31
2.10.5 Primera feria internacional de calzado y componentes ecuator.....	31
2.10.6 Premio nacional al diseño de calzado	33
2.11 PROVINCIA DE TUNGURAHUA, DIVISIÓN CANTONAL	34
2.11.1 Parroquia quisapincha , conformada por 18 comunidades	34
2.11.2 Breve reseña la parroquia quisapincha	35
2.11.3 Ubicación.....	36
2.11.4 Demografía	37
2.11.5 Feria de quisapincha	38
2.11.6 Elaboración y fabricación de artículos de cuero	39
2.12 TIPO DE CUERO.....	42
2.12.1 Distintos tipos de cuero.....	42
2.12.2 Diferencia de la calidad del cuero serrano y el cuero costeño.....	42
2.12.3 Efectos del cuero.....	43
2.13 LA INDUSTRIA DE CURTIEMBRE EN LA PARROQUIA QUISAPINCHA.....	44
2.13.1 Proceso de curtiembre.....	45
2.14 CALIDAD DEL CUERO ECUATORIANO.	46
2.15 PROCESO DE ELABORACIÓN DEL CALZADO.....	48
2.15.1 Diseño	49
2.15.2 Selección.....	50
2.15.3 Corte.....	51
2.15.4 Armado	52
2.15.5 Terminado	53
2.16 INCIDENCIA SOCIOECONÓMICA EN LA PARROQUIA QUISAPINCHA.	54
2.16.1 Desarrollo en sus carreteras	54
2.16.2 La educación en la actualidad en la parroquia quisapincha.....	56
2.17 HIPÓTESIS DEL TRABAJO.....	58
2.18 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES	58
CAPÍTULO 3.....	59
3. MARCO METODOLÓGICO	59
3.1 Enfoque	59
3.2 Modalidad de la investigación	59
3.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	59
3.3.1 Investigación descriptiva.	59
3.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	60
3.4.1 Observación directa	60

3.4.2 Encuestas	60
3.5 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA CONSUMIDOR FINAL	60
3.5.1 Población	60
3.5.2 Cálculo de la muestra.....	61
3.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE CALZADO EN QUISAPINCHA.....	62
3.6.1 Encuesta al consumidor final.....	62
3.7 ANÁLISIS DE CAMPO.....	71
CAPÍTULO 4.....	72
4.1 PROPUESTA DE MEJORA EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	72
4.1.1 Análisis de mercado.....	72
4.1.2 Objetivos generales.....	72
4.1.3 Objetivos específicos	72
4.2 IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA	73
4.2.1 Importancia para los clientes	73
4.2.2 Importancia para el país	73
4.3 JUSTIFICACIÓN.....	73
4.4 MATRIZ DE ANÁLISIS F.O.D.A.....	74
4.5 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	75
4.5.1 Estrategia de posicionamiento	75
4.5.2 Estrategia de diferenciación.....	76
4.5.3 Estrategia de crecimiento.....	77
4.6 MARKETING MIX.....	78
4.7 CADENA DE VALOR.....	79
4.7.1 CADENA DE ABASTECIMIENTO APLICADO A QUISAPINCHA.....	80
4.7.2 ACTIVIDADES PRIMARIAS	80
4.7.3 Manejo de la cadena de abastecimiento.....	80
4.7.4 Operaciones	80
4.7.5 Distribución	80
4.7.6 Ventas y marketing	80
4.7.6.1 Ventas:	80
4.7.6.2 Marketing:.....	81
4.7.7 ACTIVIDADES SECUNDARIAS	81
4.7.8 Investigación y desarrollo.....	81
4.7.9 Manejo de recursos humanos.....	81
4.7.10 Administración general.....	81
4.6 BENCHMARKING	82
RECOMENDACIONES.....	84
BIBLIOGRAFÍA.....	85
ANEXOS	88

Índice de Gráficos

Gráfico 2.1 Evolución de las exportaciones sector textil, cuero y calzado.....	9
Gráfico 2.2 Producción de Calzado en el Mundo	11
Gráfico 2.3 Principales países proveedores de calzado al mercado ecuatoriano	11
Gráfico 2.4 Principales Zonas Producción en Ecuador.....	12
Gráfico 2.5 Estructura del gasto de consumo monetario mensual, en porcentaje	14
Gráfico 2.6 Ecuador: producto interno bruto al tercer trimestre del 2013... ..	15
Gráfico 2.7 Participación de los sectores económicos en el PIB (Período Enero-Junio 2013)	16
Gráfico 2.8 Principales destinos de la exportaciones del sector de calzado ecuatoriano participación porcentual al 2013	18
Gráfico 2.9 División Sectorial del COPCI.....	22
Gráfico 2.10 Organigrama cámara de calzado de Tungurahua.....	31
Gráfico 2. 11 Diferencia de precios entre cuero costeño y cuero serrano.....	42
Gráfico 2. 12 Proceso de elaboración del calzado	48
Gráfico 3.1 Edad de los Clientes.....	63
Gráfico 3.2 Género de los visitantes	64
Gráfico 3.3 Origen de zapato que compra	64
Gráfico 3.4 Preferencia por alguna marca.....	65
Gráfico 17 Tipo de marca	65
Gráfico 18 Ha comprado calzado en Quisapincha.....	66
Gráfico 19 Frecuencia con la que Compra Calzado Nacional	66
Gráfico 20 Gusta compran Calzado en Quisapincha	67
Gráfico 21 Importante al Momento de Comprar Calzado	67
Gráfico 22 Nivel de Satisfacción	68
Gráfico 23 Volvería a comprar calzado fabricado en Quisapincha	69
Gráfico 24 Rango de precios.....	69
Gráfico 25 Experiencia en uso de Calzado Elaborado en Quisapincha.....	70
Gráfico 26 Recomendaría comprar Calzado en Quisapincha	70
Gráfico 4.1 Análisis F.O.D.A.....	74
Gráfico 4.2 Marketing Mix	78
Gráfico 4.3 Cadena de valor.....	79
Gráfico 4.4 Benchmarking	82

Índice de Tablas

TABLA 2.1 Principales productores mundiales de calzado	10
TABLA 2.2 Gasto corriente de consumo monetario mensual	13
Tabla 2.3 Comportamiento de los principales sectores de la economía año 2013. (Millones de dólares corrientes).....	17
Tabla 2.4 Presupuesto General Del Estado (Pge).Inicial Y Codificado 2007-2014 ..	19
Tabla 2.5 Arancel Nacional Integrado	27
Tabla 2.6 Arancel de importación	28

Índice de Ilustraciones

Capítulo 2

Ilustración 2. 1 Logotipo de la Secretaría nacional de planificación y desarrollo	20
Ilustración 2. 2 Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)	21
Ilustración 2. 3 Cámara nacional de calzado de Tungurahua.....	29
Ilustración 2. 4 Feria internacional de calzado y sus componentes	32
Ilustración 2. 5 Conferencia premio nacional del diseño de calzado	33
Ilustración 2. 6 Mapa División Cantonal de la Provincia de Tungurahua	34
Ilustración 2. 7 Mapa Parroquia Quisapincha conformada por 18 Comunidades.....	34
Ilustración 2. 8 Iglesia Quisapincha	35
Ilustración 2. 9 Ubicación de Quisapincha	36
Ilustración 2. 10 Mirador Quisapincha.....	37
Ilustración 2. 11 Feria Plaza central	38
Ilustración 2. 12 Feria Plaza central	38
Ilustración 2. 13 Locales de Artesanías.....	39
Ilustración 2. 14 Exhibición de chompas de cuero	40
Ilustración 2. 15 Variedad de artículos de cuero	41
Ilustración 2. 16 Variedad de Artículos de Cuero.....	41
Ilustración 2. 17 Variedad de Calzado	46
Ilustración 2. 18 Calzado de cuero para hombre.....	47
Ilustración 2. 19 Botas de Cuero	47
Ilustración 2. 20 Variedad De Calzado	47
Ilustración 2. 21 Diseño del Calzado	49
Ilustración 2. 22 Diseño del Calzado	49
Ilustración 2. 23 Selección de la Materia Prima	50
Ilustración 2. 24 Selección de la Materia Prima	50
Ilustración 2. 25 Corte.....	51
Ilustración 2. 26 Corte.....	51
Ilustración 2. 27 Armado del calzado	52
Ilustración 2. 28 Terminado del calzado	53
Ilustración 2. 29 Empacado del calzado.....	53
Ilustración 2. 30 Calles Asfaltadas Parroquia Quisapincha	55
Ilustración 2. 31 Obras de Telefonía Corporación Nacional de Telefonía	55
Ilustración 2. 32 Unidad educativa del Milenio	56
Ilustración 2. 33 Unidad educativa del Milenio	57
Ilustración 2. 34 Escuela Quisapincha	57

Capítulo 4

Ilustración 4. 1 Fundas Biodegradables	75
Ilustración 4. 2 Logo Mucho Mejor Hecho en Ecuador	76
Ilustración 4. 3 Referencia de Afiliación (CALTU)	77

Anexos

Anexos 1. Encuesta realizada a clientes.....	88
Anexos 2.Feria del cuero - parroquia Quisapincha.....	90
Anexos 3.Feria Quisapincha- Sra. Sonia zapata artesana	90
Anexos 4. Variedad de artículos de cuero.....	91
Anexos 5. Variedad de artículos de cuero.....	91
Anexos 6. Variedad de artículos de cuero.....	92
Anexos 7.variedad de artículos de cuero.....	92
Anexos 8. Visita a la parroquia Quisapincha	93
Anexos 9. Parroquia Quisapincha	93
Anexos 10.Cooperativa 21 de noviembre	94
Anexos 11.Cooperativa 21 de noviembre	95
Anexos 12. Propietario de curtiembre en Quisapincha.....	95
Anexos 13.Registro de afiliación (CALTU)	96



SEDE GUAYAQUIL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Incidencia Socioeconómica de las Barreras Arancelarias Aplicadas a las Importaciones de Calzado en la Parroquia Quisapincha de Ambato , Provincia de Tungurahua y Propuesta de mejora en la Producción y Comercialización del Producto.

Autores: Ivonne Lissette Salcedo Baldeón

ivonnesalcedo2009@hotmail.com

Jenniffer Maritza Orozco Pico

jenniffer_op_22@hotmail.com

Director: Econ. Ercilia Franco Msc.

efranco@ups.edu.ec

Resumen

El presente trabajo de investigación permite conocer la historia, la elaboración y la situación actual del sector artesanal del calzado en la parroquia Quisapincha de Ambato.

El problema radica en que no existían restricciones en las importaciones de calzado por lo tanto la industria de calzado nacional se vió afectada, muchos artesanos de esta parroquia migraron hasta otras ciudades y como consecuencia disminuyó el número de productores notablemente.

El gobierno actual implantó medidas arancelarias para la reactivación del sector de calzado ya que los fabricantes y artesanos que conformaban la cadena productiva tuvieron que afrontar una fuerte crisis por el ingreso indiscriminado del calzado proveniente de China, Colombia y Brasil.

Los beneficiarios de esta propuesta de mejora en la producción y comercialización del producto serán los artesanos de Quisapincha, quienes deben trabajar en conjunto con la Cámara Nacional de Tungurahua (CALTU) la cual está enfocada en brindar asistencia técnica y capacitaciones frecuentemente a los productores de calzado asociados.

El estudio tiene como objetivo presentar una propuesta de mejora en la producción y comercialización del producto. Por lo tanto, se enfoca en conocer los gustos y preferencias del mercado mediante 400 encuestas realizadas a los clientes que visitan la feria de cuero y calzado en Quisapincha, además se realizó una visita de campo con el objetivo de evidenciar la influencia socioeconómica que ha tenido el sector artesanal en los últimos seis años.

Palabras claves: Barreras arancelarias, Parroquia Quisapincha, Cadena Productiva, Plan de Comercialización, Importaciones, Artesanos, Industria de Cuero, Influencia Socioeconómica, Reactivación del sector del calzado.



CAREER BUSINESS ADMINISTRATION

Socioeconomic Impact of Tariff Barriers on Imports of Footwear in the Parish Quisapincha Ambato, Tungurahua Province and Proposed improvement in the production and marketing of the product.

Authors: Ivonne Lissette Salcedo Baldeón ivonnesalcedo2009@hotmail.com

Jennifer Maritza Orozco Pico jennifer_op_22@hotmail.com

Director: Econ. Ercilia Franco Msc. efranco@ups.edu.ec

Abstract

This paper provides information about the history, development and current situation of artisanal footwear sector in the parish of Quisapincha- Ambato.

The problem was that there were no restrictions on footwear imports therefore the domestic footwear industry was affected, many craftsmen from this parish migrated to other cities and as a result the number of producers declined markedly.

The current government implemented measures to reactivate the footwear industry because many of the manufacturers and artisans who formed the production chain had to face a major crisis by the indiscriminate introduction of footwear from China, Colombia, and Brazil.

The beneficiaries of this improvement proposal in the production and marketing of the product will be the craftsmen of Quisapincha who should work together with the

Chamber of footwear of Tungurahua (CALTU) which is focused on providing technical assistance to various footwear producers who are trained in a continuous basis.

The study aims to present an improvement proposal for footwear production and marketing; The study will focus in knowing the likes and preferences of the market through surveys to 400 customers that visit the leather and footwear fair of Quisapincha which is organized every weekend. The Study will also reveal through field visits, the socioeconomic influence of this manufacturing sector in the past six years.

KEYWORDS : Process Tannery, Quisapincha Parish, Footwear, Tariffs, Supply Chain, Marketing Plan , Imports, Leather Industry , House Shoes Tungurahua, Socioeconomic Influence, Manufacturing, workforce, strategies, Revitalization in the footwear sector, socioeconomic influence.

Introducción

A principios del siglo XVIII el hombre tuvo la necesidad de cubrir sus pies con zapatillas que fueron creadas por los egipcios a base de paja, papiro¹ o fibra de palmera. Al inicio el uso de las zapatillas fue irregular porque el hombre estaba acostumbrado a caminar descalzo y era común que llevaran las zapatillas colgando ya que sólo hacían uso de ellas cuando era necesario.

El modelo de las zapatillas para ambos pies fue igual y consistió en cuero crudo amarrado con tiras. Cuando los griegos adoptaron este accesorio diferenciaron el pie izquierdo del pie derecho e hicieron un modelo para cada uno. Años más tarde, los zapatos se los adornaron con piedras preciosas y adornos de oro lo que indicaba condición social y jerarquía.

Con el paso del tiempo el hombre ha aportado con nuevas ideas en la evolución del calzado, gracias a su creatividad e innovación el calzado ha dado un giro transcendente en diversidad de modelos (sandalias, zapatos de cuero cerrados, deportivos, zapatillas con tacos, botas, etc.) y ha mostrado diferentes tipos de calidad.

En la actualidad el calzado es un accesorio indispensable para el hombre, ya que protege sus pies y además es símbolo de buen gusto y comodidad. En las grandes industrias la fabricación artesanal ha sido reemplazada por maquinarias especializadas que modernizan el proceso de producción dándole un fino acabado al zapato.

El Ecuador es conocido por su diversidad de recursos naturales y también por sus artesanías elaboradas a mano. Existe un sector importante dedicado a la elaboración y distribución de productos de cuero, que se ha especializado en la producción de zapatos lo cual les ha permitido desarrollar sus habilidades artesanales y al mismo tiempo obtener sus propios ingresos.

¹ Planta vivaz, indígena de Oriente, de la familia de las Ciperáceas, con hojas radicales, largas, muy estrechas y enteras, cañas de dos a tres metros de altura y un decímetro de grueso, cilíndricas, lisas, completamente desnudas y terminadas por un penacho de espigas con muchas flores pequeñas y verdosas, y toda ella rodeada de brácteas lineales que se encorvan hacia abajo, como el varillaje de un paraguas.

La industria de calzado en el Ecuador, se vio seriamente afectada por las importaciones que se dieron entre el año 2006 y 2008, según datos del Banco Central del Ecuador. Seis años atrás la industria de calzado ecuatoriano estaba desprotegida, no contaba con el respaldo del gobierno y no era importante su participación dentro de la matriz productiva del país, como lo indica La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.²

Hoy en día el sector del calzado cuenta con el apoyo del gobierno que ha implantado las salvaguardias para el sector nacional, incrementando los aranceles para las importaciones. Que en la actualidad han tenido una caída considerable, la cual ha sido aprovechada por el sector artesanal de calzado en Quisapincha.

La parroquia Quisapincha ubicada en el cantón Ambato de la provincia de Tungurahua, está poblada por 13.000 personas, formada por 18 comunidades.³ (Quisapincha es un destino turístico atractivo visitado por muchos turistas extranjeros, además sus habitantes se caracterizan por ser personas emprendedoras y cordiales al momento de ofrecer sus artículos.

Esta Parroquia cuenta con un representante del sector artesanal de calzado, quien realiza reuniones con todos los artesanos asociados a este gremio. Allí se tratan temas como la comercialización, los precios, los créditos para los artesanos, entre otros asuntos.

El presente trabajo demostrará la situación actual del sector del calzado en la parroquia Quisapincha, su comercialización, la demanda nacional del calzado, los principales países importadores, las tendencias y preferencias de los consumidores finales. La estructura de la investigación se presenta de la siguiente manera:

El capítulo 1 está conformado por el problema, el planteamiento del problema, los objetivos generales y específicos, la justificación.

En el capítulo 2 se encuentran los antecedentes históricos del calzado, Análisis del Mercado de Cuero, Ámbito Nacional e Internacional, la producción nacional de calzado y el comportamiento del PIB, Descripción de la Parroquia Quisapincha, proceso de la curtiembre y el proceso de la elaboración de calzado.

²(SEMPLADES,2013) Recuperado el 21 de Diciembre del 2013.

³ (INEC, 2014) Recuperado el 21 de Diciembre del 2013

En el capítulo 3 presentación de las encuestas y análisis de resultados.

En el capítulo 4 se presenta la propuesta de mejora en la producción y comercialización del Producto.

CAPÍTULO 1

1. El problema

1.1 Presentación

Se analizan las restricciones que se le dieron a las importaciones para proteger la producción nacional de calzado, la cual no había sido protegida por los anteriores gobiernos en el Ecuador.

Se busca determinar la incidencia socioeconómica de las barreras arancelarias en la parroquia Quisapincha, ubicada en la provincia de Tungurahua. Y se presentará una propuesta de comercialización para impulsar las ventas de calzado que se producen en esta parroquia.

1.2 Planteamiento del problema

Uno de los factores que ha influido en el desarrollo que hoy vive el comercio exterior ha sido el desmantelamiento de las barreras proteccionistas, entendidas como el conjunto de medidas que protegen la producción nacional ecuatoriana de calzado frente a las importaciones de calzado.

Según la SENA⁴, a principios del 2009, el Gobierno Nacional de la República del Ecuador implantó medidas de salvaguardia por balanza de pagos, establecidas a fin de minimizar las consecuencias de la crisis mundial y sus efectos perjudiciales para la economía nacional, las mismas que se mantuvieron hasta finales de julio de 2010.

El gobierno implantó cambios en las políticas comerciales que incluyeron reformas arancelarias a favor de la liberalización comercial, reducciones en las restricciones a las importaciones y leyes para promover las exportaciones. El problema surge en constatar si estas reformas arancelarias ayudaron a mejorar el sector artesanal de cuero en la parroquia Quisapincha.

⁴ (Servicio Nacional de Aduanas, 2013) Recuperado el 21 de Diciembre del 2013

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivos Generales.

Determinar los efectos socioeconómicos en la parroquia de Quisapincha a partir del incremento de los aranceles en las importaciones de calzado, para evidenciar si las medidas adoptadas contribuyeron o no con su desarrollo y a partir de los resultados proponer medidas que mejoren la producción y comercialización de calzado del sector.

1.3.2 Objetivos Específicos.

- ▶ Identificar la realidad socioeconómica de Quisapincha antes del incremento de aranceles en las importaciones de calzado.
- ▶ Diagnosticar la realidad actual de la parroquia Quisapincha, después del incremento de aranceles en las importaciones de calzado.
- ▶ Analizar si las medidas transitorias del gobierno incrementaron la producción y venta de calzado en la parroquia de Quisapincha.
- ▶ Presentar medidas que promuevan el mejoramiento de la producción e incremento en ventas de calzado en la parroquia Quisapincha.

1.4 Justificación

Los productos artesanales ecuatorianos son unos de los más admirados en Sudamérica porque se combina la creatividad indígena y la herencia ancestral. Los artesanos ecuatorianos expresan sus sentimientos con sus manos creando diseños únicos que reflejan la riqueza de nuestra cultura.

La parroquia Quisapincha es conocida por sus trabajos en la elaboración y creación de productos de cuero, para producir un zapato se necesitan cinco personas siendo esta la mayor fuente de trabajo que aporta con el desarrollo y el bienestar de sus habitantes.

El sector de calzado nacional está en crecimiento, entre el 2007 y 2012 pasó de 15 millones de pares a 30 millones; las exportaciones subieron de 10 a 12 millones de pares, mientras que las importaciones en ese lapso bajaron de 41 a 25 millones de pares de zapatos.⁵

La investigación mostrará la incidencia socioeconómica en la producción de calzado en los últimos cinco años, en los cuales ha mejorado la oferta exportable y la calidad de vida de sus habitantes. Según indican las cifras de (INEC, 2011) ⁶ “En la parroquia Quisapincha siete de cada diez habitantes se dedican a la producción y elaboración de calzado y productos de cuero”. Lo cual es un beneficio directo para los habitantes al ocupar esta plaza de trabajo y al mismo tiempo se contribuye con el desarrollo del país, mostrando a Ecuador como un proveedor de productos de calidad.

Es de elevada importancia estudiar la estructura productiva, los factores dinamizadores y los factores que influyen negativamente para plantear propuestas que permitan el desarrollo acelerado de la producción, la tecnificación del sector y el acceso a los recursos financieros, lo cual es el objetivo principal de este trabajo de investigación.

⁵ (Ministerio de Productividad y Desarrollo, 2013) Recuperado el 4 de Enero del 2014.

⁶ (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011) Recuperado el 4 de Enero del 2014.

CAPÍTULO 2

2. Marco Teórico

2.1 Antecedentes históricos

2.1.1 La industria del curtido.

Durante del siglo XX en Europa, Estados Unidos y Argentina la industria del cuero sufrió una fuerte industrialización, hecho que introdujo grandes desafíos para países de Latinoamérica cuya industria no atendió con rapidez a la necesidad de introducir cambios de tecnología y nuevas estrategias de mercado.

Por otro lado, la apertura comercial a otros países produjo grandes desequilibrios internos que fueron especialmente notorios en el caso de países con un sector de curtiembre industrializado.⁷

Históricamente el proceso de la fabricación del cuero ha sido diseñado según la cultura ganadera de los distintos países. La calidad de la piel está directamente relacionada con el cuidado del ganado principalmente ovino y/o bovino.

Los países industrializados del continente europeo se orientaron a desarrollar entornos competitivos para sus empresas fundamentalmente creando instituciones tecnológicas orientadas a la educación superior de investigación para mejorar la tecnología de la industria, la capacitación sectorial de colegios de diseñadores, de asociaciones o de gremios. Las industrias de los países subdesarrollados se debilitan debido a mercados internos reducidos y objetivos poco claros de desarrollo.

Por otro lado, los países latinoamericanos debieron enfrentar, además de las condiciones y globalización del sector, problemas políticos internos que debilitaron las estrategias de fomento al desarrollo de las industrias.

A partir de los años 70, la industria de la curtiembre se enfrenta a un desafío adicional para mantenerse en el mercado internacional cada vez más exigente y competitivo.

Las fuertes exigencias del mercado internacional, en cuanto a competitividad en la

⁷ (Méndez, Vidal, & Lorber, 2007)

calidad de los productos, precios y condiciones ambientales, han generado nuevos desafíos de sustentabilidad para este tipo de industria. Esto ha obligado a que las empresas se especialicen para lograr en forma íntegra, procesos altamente optimizados, con un elevado aprovechamiento de materias primas y una mínima o nula emisión de residuos al medio ambiente.

Los aspectos sociales son también importantes por estas razones, lo más probable es que sólo se puedan mantener en el mercado aquellas empresas que tengan tecnología de punta, personal altamente capacitado y una gestión adecuada de sus procesos y de sus impactos ambientales.

2.1.2 Antecedentes de referencia

Según Diario El Universo⁸ “A inicios de la década pasada, los productos asiáticos empezaron a entrar con fuerza en el mercado ecuatoriano”. Entre estos, calzado de diferente tipo, que se podía conseguir hasta en 5 dólares el par, lo que significó una fuerte competencia para el sector local. Ingresaba calzado cuyo valor no superaba los 0,57 centavos y, además, había la entrada de zapatos usados.

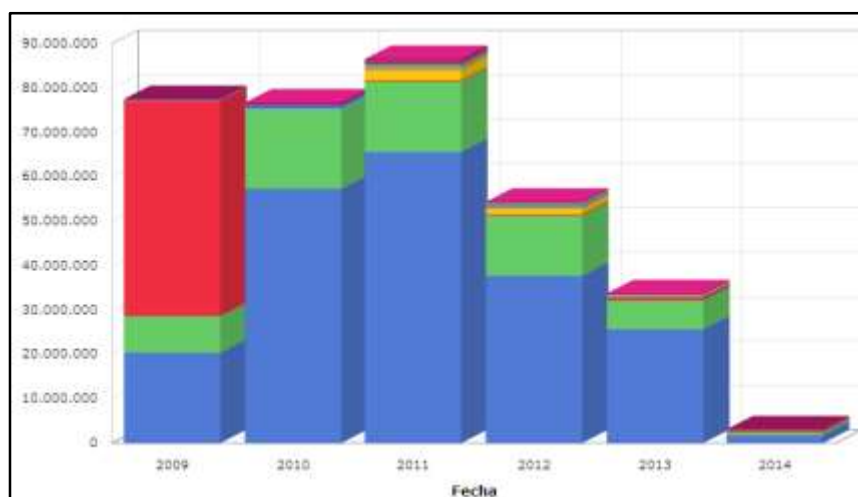
El punto más crítico fue en 2008, cuando apenas quedaban 600 productores de calzado, de los 3.200 que había antes de esa “invasión”. En 2008, la elaboración de calzado registró alrededor de 15 millones de pares al año mientras que en el 2012 se ubicó en 30 millones de pares al año y el número de productores es mayor a 5.000 a nivel nacional, que generan 100 mil plazas de empleo directo e indirecto en todo el territorio. Estas cifras demuestran el crecimiento del sector gracias a la participación empresarial.⁹

Ante esta situación los productores de calzado a nivel nacional optaron por migrar hacia otras ciudades o dedicarse a otras actividades, ya que las ventas de calzado importado crecieron de forma acelerada y prevaleció el precio y pasó a un segundo plano la calidad del calzado ecuatoriano.

⁸ (Diario El Universo, 2013) Recuperado el 15 de Enero del 2014.

⁹ (Diario La Hora, 2013) Recuperado el 15 de Enero del 2014

Gráfico 2.1 Evolución de las exportaciones sector textil, cuero y calzado



Fuente: COMEX

Elaborado por: Las autoras.

La industria del cuero en Ecuador, tiene una trayectoria relevante. El desarrollo del sector curtidor, hasta los años 70, mantuvo un nivel artesanal, pero ante el crecimiento de la demanda se inicia la industrialización.

Ahora, el objetivo es avanzar para satisfacer las exigencias del consumidor nacional y proyectarse al mercado externo. Según cifras de la Cámara Nacional de Calzado (CALTU)¹⁰, el uso per cápita en el país es de 2,5 pares por habitante, por lo que se necesitan producir 35 millones de pares al año para abastecer el mercado nacional.

Con esta perspectiva de mercado, los productores esperan trabajar a nivel industrial y artesanal para elevar su participación. Uno de los primeros pasos fue la capacitación, ya que la industria reconoce que falta mano de obra calificada.

La medida del 15 de octubre de 2007, puesta en marcha el 14 de agosto de 2008, significó beneficios al sector del calzado, ya que la producción nacional pasó de fabricar un aproximado de 16 millones de pares, a 20 millones, con una proyección de 28 millones para fines del año en curso. Sin contar que de 54 millones de zapatos que se importaban en 2008, ahora solo llegan 5 millones.¹¹

¹⁰ (CALTU, 2013) Recuperado el 15 de Enero del 2014.

¹¹ (Diario Expreso, 2011) recuperado el 15 de Enero del 2014

. Con estos aranceles, que impone un gravamen de USD 6 más 10% ad valorem a cada par importado, se trata de proteger al calzado nacional; principalmente ante los productos con costos más reducidos que ingresaban de China, Colombia o Perú. Lilia Villavicencio, presidenta de la Cámara de Calzado de Tungurahua (CALTU), recuerda que en el 2008, en el país existían alrededor de 600 empresas productoras de calzado que estuvieron a punto de quebrar. Pero gracias a las medidas gubernamentales se dinamizó este sector.¹²

2.2 Análisis del mercado del calzado de cuero

2.2.1 Ámbito Internacional

En el comercio mundial del sector prevalece el manejo por parte de empresas multinacionales, propietarias de reconocidas marcas. Las áreas prioritarias son el desarrollo del producto, la comercialización y la promoción. La fabricación física se ha dejado a los países que tienen mayor disponibilidad de infraestructura, estabilidad financiera, disciplina o bajos costos laborales.

2.2.2 Principales Productores Mundiales de Calzado

Según estudio de los principales productores de calzado realizado por el Centro de Investigación y Tecnología el país con mayor porcentaje de producción de calzado en el mundo es China con un 63%. A continuación ver gráfico 2.2.

TABLA 2.1 Principales productores mundiales de calzado

China	Asia	India	Brasil	Vietnam	Europa oriental	Europa occidental	América del sur	Medio oriente	América del norte y central	África
63%	10%	6%	5%	5%	3%	3%	2%	1%	1%	1%

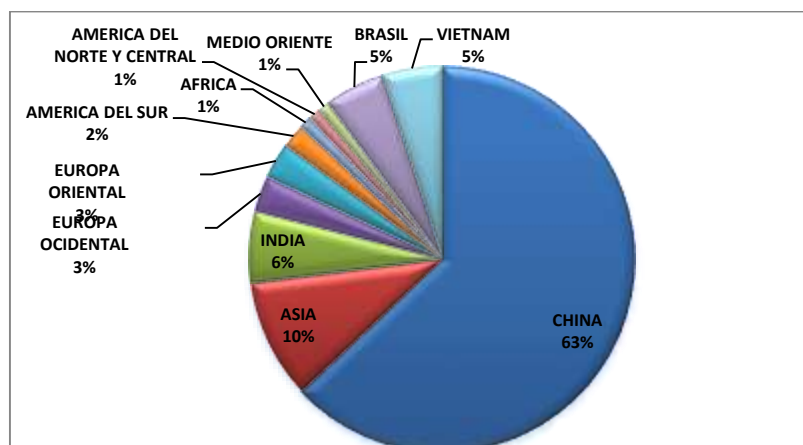
Fuente: Centro de Investigación y Tecnología¹³

Elaborado por: Las autoras

¹² (Ministerio de Comercio Exterior, 2013) Recuperado el 20 de Enero del 2014.

¹³ (SATRA, 2013) Recuperado el 21 de Enero del 2014.

Gráfico 2.2 Producción de Calzado en el Mundo



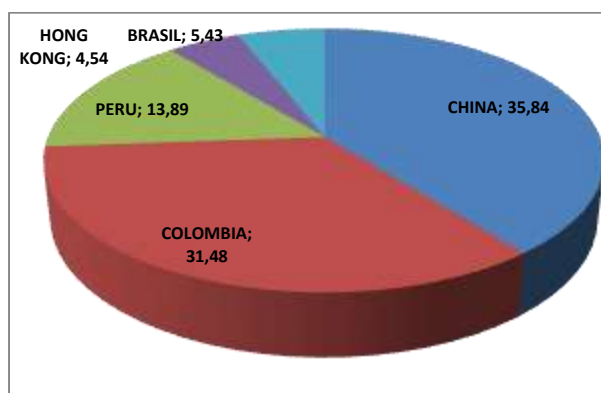
Fuente: Estudio del Centro de Investigación y Tecnología

Elaborado por: Las autoras.

2.2.3 Principales proveedores de calzado en Ecuador

Como lo indica el gráfico 1.4 los principales proveedores de calzado al mercado Ecuatoriano: China (35.84%), Colombia (31.48%), Perú (13.89%), Brasil (5.43%), y Hong Kong (4.59%) son los cinco países de los que se importa la mayor cantidad de calzado; mientras que en las partidas con mayor volumen de importación durante el primer trimestre del 2013 son 6406.20.00.00 (Suelas y tacos de caucho o plástico); 6402.99.90.00 (Las demás partes de calzado) con participaciones de 21.31%; 15.68%; 15.49% respectivamente.

Gráfico 2.3 Principales países proveedores de calzado al mercado ecuatoriano



Fuente: Cámara de Industrias de Guayaquil.

Elaboración: Las autoras.

2.3 Ámbito Nacional

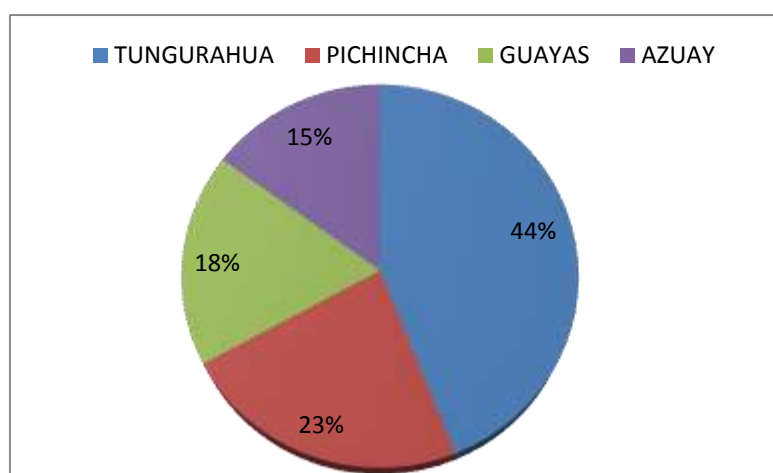
2.3.1 La producción nacional de calzado

Según datos del Censo Económico 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), “en el país, existen 870 establecimientos que se dedican a la producción de zapatos”.¹⁴

La industria del calzado ha experimentado un importante crecimiento desde el 2008. Según Datos de la Cámara de Calzado de Tungurahua (CALTU), señalan que de los 15 millones de pares de zapatos que se producía en el 2008, se pasó a 28,8 millones en el 2011.

La industria se encuentra inmersa en procesos de tecnificación cada vez más avanzados. Existe un gran desarrollo de la industria principalmente en las provincias de Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas. La industria del calzado tiene un gran desarrollo en materia de diseño, variedad y especialización. En el Ecuador existe producción de calzado para montaña, exclusivo de cuero e industrial y no ha sido explotado al 100%.

Gráfico 2.4 Principales Zonas Producción en Ecuador



Fuente: Datos del Banco Central del Ecuador.

Elaboración: Las autoras

¹⁴ (INEC, 2013) Recuperado el 4 de Febrero del 2014.

La provincia de Tungurahua abarca el 44% la producción nacional, esto significará que de un total de 100 pares de zapatos 44 fueron elaborados en Tungurahua en donde existe una amplia gama de productores micro, pequeños y medianos empresarios que tienen sus talleres y fábricas en parroquias rurales del cantón de Ambato como son; Ambatillo, Atahualpa, Huachi, Izamba, Quisapincha y Totoras

2.3.2 Influencia del Calzado de Cuero en la Economía Nacional

En una encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares rurales y urbanos 2011 – 2012 realizada por el INEC el gasto de consumo monetario mensual, a nivel nacional, se estima en 2'393.571.816 dólares; orden importancia, se sitúa: las prendas de vestir y calzado alrededor del 7.9 % entre los más representativos.

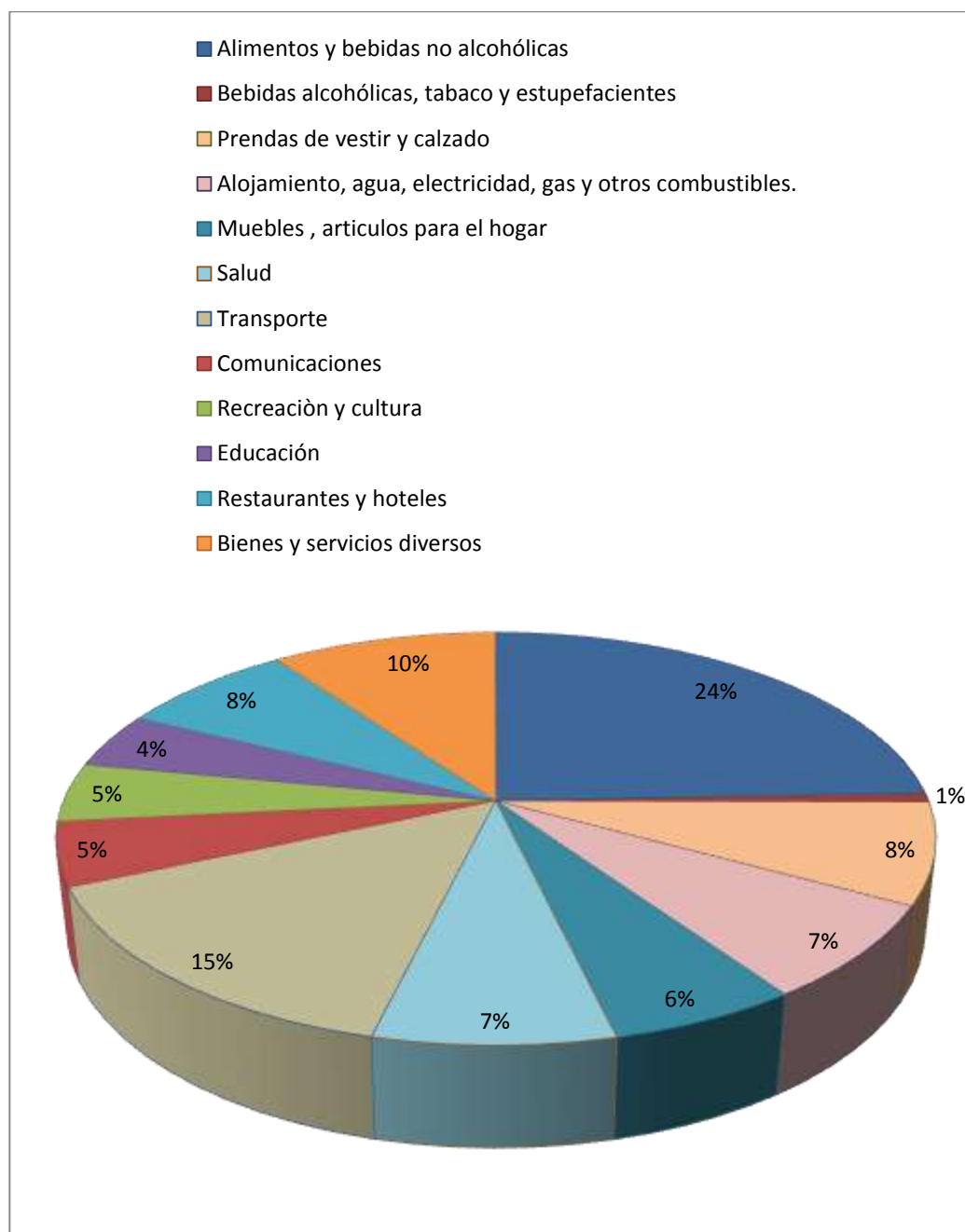
TABLA 2.2 Gasto corriente de consumo monetario mensual

<u>N°</u>	<u>DIVISIONES</u>	<u>GASTO DE CONSUMO (EN DOLARES)</u>	<u>%</u>
1	Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	\$17.303,834	0,7
2	Educación	\$104.381,478	4,4
3	Recreación y cultura	\$109.284,976	4,6
4	Comunicaciones	\$118.734,692	5
5	Muebles , articulo para el hogar	\$142.065,518	5,9
6	Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles.	\$177.342,239	7,4
7	Salud	\$179.090,620	7,5
8	Restaurantes y hoteles	\$184.727,177	7,7
9	<u>Prendas de vestir y calzado</u>	<u>\$190.265,816</u>	<u>7,9</u>
10	Bienes y servicios diversos	\$236.381,682	9,9
11	Transporte	\$349.497,442	14,6
12	Alimentos y bebidas no alcohólicas	\$584.496,341	24,4

Fuente: Datos del INEC, Recuperado el 20 de Febrero del 2014

Elaboración: Las Autoras.

Gráfico 2.5 Estructura del gasto de consumo monetario mensual, en porcentaje



Fuente: Datos del INEC. Recuperado el 20 de Febrero del 2014

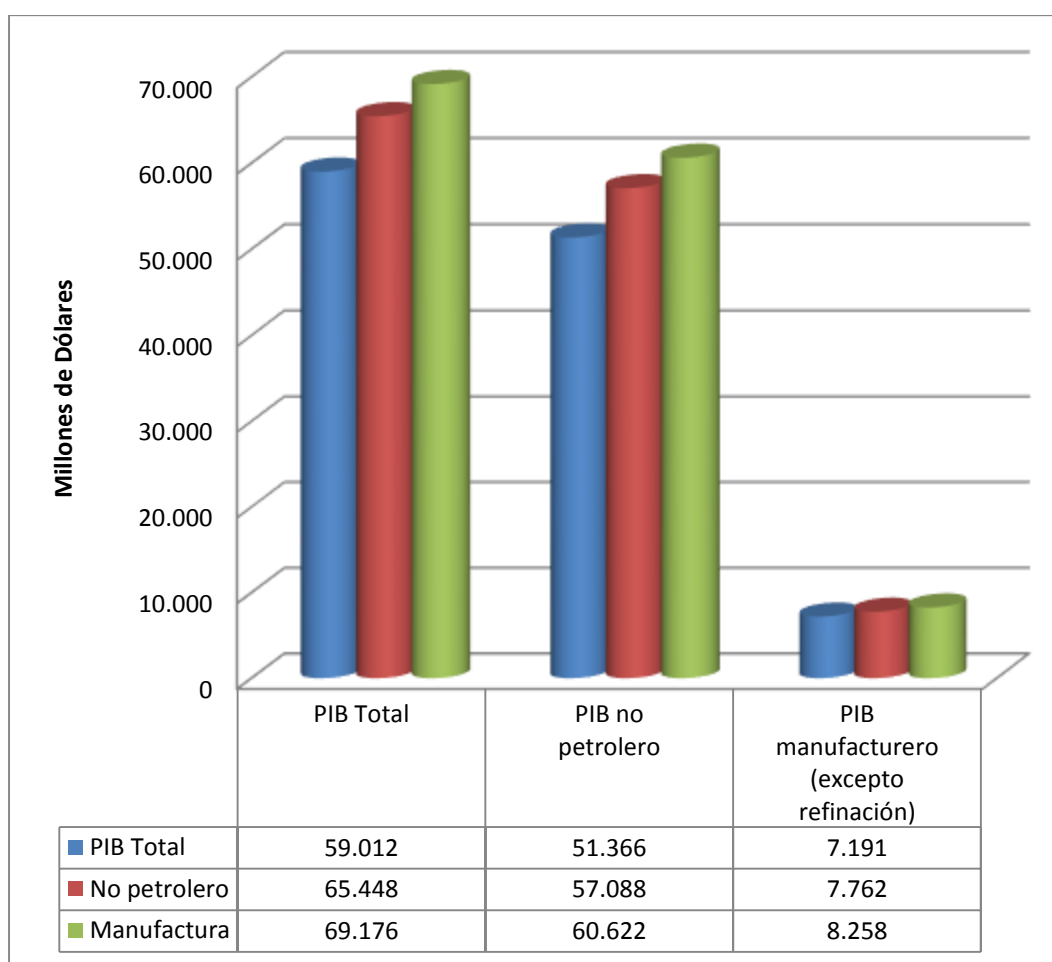
Elaboración: Las autoras.

2.3.3 Comportamiento del Producto Interno Bruto (PIB).

En el último trimestre de 2013, el Banco Central del Ecuador registró un crecimiento de 4.02% en el Producto Interno Bruto, confirmando la tendencia a la baja que se advierte en los mismos periodos desde 2012, cuando la tasa fue de 8.28%.¹⁵

El PIB manufacturero – excluyendo refinanciación de petróleo – también mostró un comportamiento a la baja para el período indicado: 3.67%. En 2011 y 2012, el crecimiento fue de 5.77%. y 5.86% respectivamente.

Gráfico 2.6 Ecuador: producto interno bruto al tercer trimestre del 2013 (En millones de dólares)



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: Las autoras.

¹⁵ (Banco Central del Ecuador, 2014) Recuperado el 5 de Febrero del 2014

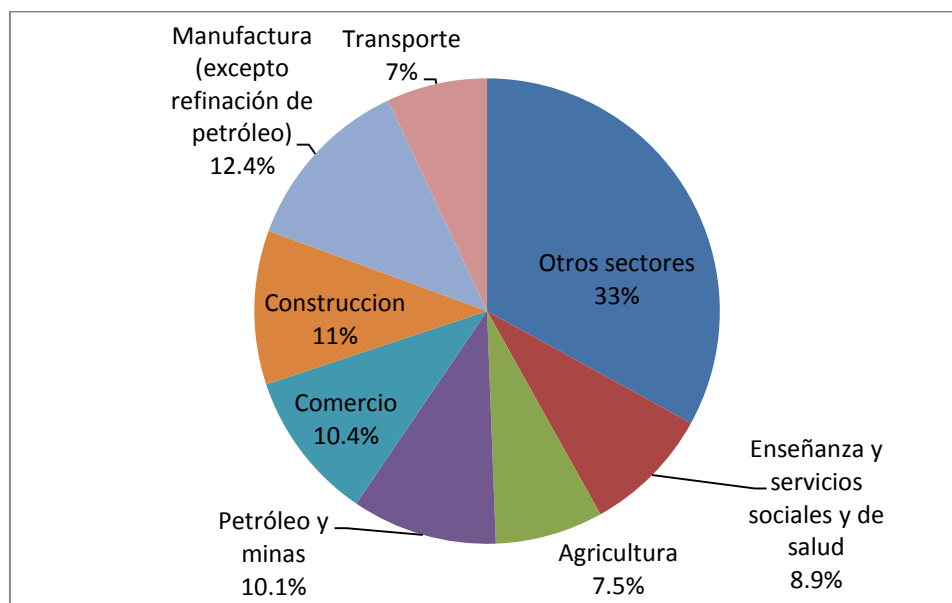
2.3.4 Participación del sector Manufacturero en el PIB.

Según el Banco Central de Ecuador (2013) “La industria manufacturera (excluyendo derivados de petróleo), se mantuvo al cierre del 2013, como el sector más representativo de la economía, confirmando el comportamiento registrado a Junio, cuando aportó al PIB un monto de USD 5.479 millones (12.4% del total)”. A continuación ver gráfico 2.7.¹⁶

Durante el primer semestre del 2013, el sector de mayor dinamismo fue el de la construcción, con un crecimiento real de 7.1% en comparación al primer semestre de 2012.

Las tasas de crecimiento económico registradas en el 2013, proyectan resultados positivos para el 2014, cabe destacar que el sector manufacturero en el 2013 tuvo una participación considerable del 12.4%.

Gráfico 2.7 Participación de los sectores económicos en el PIB (Período Enero-Junio 2013)



Fuente: Banco Central del Ecuador, revista Cámara de Industria.

Elaboración: Las autoras.

¹⁶ (Banco Central del Ecuador, 2013) Recuperado el 5 de Febrero del 2014

Otros sectores que mostraron un buen desempeño económico durante la primera mitad del año fueron correo y comunicaciones con un crecimiento del 17.1%; enseñanza y servicios sociales y salud, 6.4%; transporte, 6.3%.¹⁷ Como lo indica la Tabla: N° 2.3

Tabla 2.3 Comportamiento de los principales sectores de la economía año 2013.
(Millones de dólares corrientes)

Sector	PIB 2013*	VARIACIÓN (REAL)	
		En USD	En %
Construcción	5.228	223	7.1
Correo y comunicaciones	1.080	179	17.1
Enseñanza y servicios sociales y de salud	3.884	169	6.4
Transporte	2.386	130	6.3
Manufactura(excepto refinación de petróleo)	5.479	119	3.1
Actividades profesionales, técnicas y administrativas.	2.720	81	4.1
Petróleo y minas	5.535	71	2.3
Agricultura	3.649	67	2.9
Comercio	4.559	61	1.9
Administración pública ,defensa	2.958	55	2.9
Otros servicios (1)	2.904	52	2.3
Alimento y servicios de comida	983	21	3.4
Pesca (excepto camarón)	224	6	2.9
Agricultura y pesca de camarón	225	5	3.1
Servicio domestico	180	(3)	-3.7
Suministros de electricidad y agua	550	(18)	-2.8
Actividades de servicios financieros	1.298	(18)	-2.0
Refinación de petróleo	45	(181)	-37.9
<u>TOTAL PIB</u>	<u>45.918</u>	<u>1109</u>	<u>3.5</u>

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: Las autoras

¹⁷ (Revista Cámara de Industrias, 2013) Recuperado el 15 de Febrero del 2014

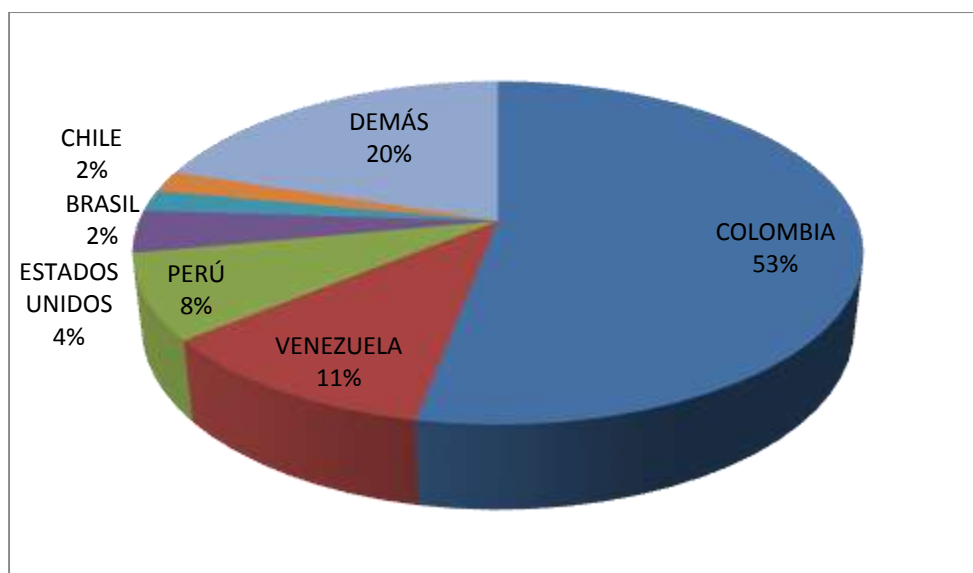
2.4 Análisis de la situación actual en la industria Textil y de Calzado.

En la actualidad las exportaciones de textiles y calzado a Colombia se han incrementado. El consumo de productos ecuatorianos importados se ha elevado en 11% en ese país.

Ambos sectores tanto el textil como el de calzado son los que más han aumentado su participación en la canasta de los consumidores. En 2006 era 11.2% ahora en el 2014 es del 20,2%; Según un estudio de la consultora colombiana Raddar señala que los compradores de ese país se han volcado hacia los productos provenientes del extranjero. Este dato ha sido confirmado por los industriales ecuatorianos, que ven en el país del norte una oportunidad para aumentar las ventas de sus productos.¹⁸

En el siguiente gráfico se muestra la participación que tiene el calzado ecuatoriano en Colombia.

Gráfico 2.8 Principales destinos de la exportaciones del sector de calzado ecuatoriano participación porcentual al 2013



Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Recuperado el 16 de Febrero del 2014

Elaborado por: Las autoras.

¹⁸ (Diario Hoy, 2013) Recuperado el 17 de Febrero del 2014

2.5 Aporte al sector productivo y Plan Nacional del Buen Vivir

El Ministro Coordinador de la Política Económica, Patricio Rivera, explicó que el Presupuesto General del Estado (PGE) es la expresión financiera del Plan nacional del Buen Vivir y refleja las prioridades de una sociedad.

En ese camino, las autoridades económicas han modificado en los últimos años, las preferencias y asignación de los recursos presupuestarios a favor del gasto social. En 2008 se produjo el mayor crecimiento del PGE Modificado 53.55%.

Tabla 2.4 Presupuesto General Del Estado (Pge).Inicial Y Codificado 2007-2014

AÑO	INICIAL	CODIFICADO	% INCREMENTO PRESUPUESTO CODIFICADO
2007	9.768	11.225	
2008	10.358	17.237	53.55%
2009	22.924	20.646	19.78%
2010	21.282	23.523	13.94%
2011	23.950	26.551	12.87%
2012	26.109	30.025	13.08%
2013	32.366	33.433	7.80%
2014	34.300	34.300	2.59%

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Las Autoras.

Lo más importante – añadió Rivera – (2013) es ir sentando las bases adecuadas con miras a generar oportunidades para la población porque si se mira la pobreza por ingresos, uno de cada tres ecuatorianos que era pobre antes del actual Gobierno, hoy ha dejado de serlo.

En ese contexto, los planes de desarrollo elaborados por la SEMPLADES¹⁹ han servido de soporte para la preparación de los últimos presupuestos anuales del Estado.

¹⁹(Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013) Recuperado el 19 de Febrero del 2014

“Todas las instituciones gubernamentales bajo las directrices de la SEMPLADES deben planificar de acuerdo a sus necesidades de tal forma que les permita alcanzar los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, de observaciones obligatorias para el sector público y que busca eliminar la pobreza y desigualdad social”.

2.5.1 SEMPLADES:

La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo es la Institución pública encargada de realizar la planificación nacional en forma participativa incluyente y coordinada para alcanzar el Buen Vivir que anhelamos todas y todos los ecuatorianos.²⁰

La SEMPLADES tiene como misión velar por el desarrollo integral de todos los ciudadanos, y emplea políticas estratégicas que sirven como referente para mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos.

Ilustración 2. 1 Logotipo de la Secretaría nacional de planificación y desarrollo



Fuente: Recuperado el 5 de Abril del 2014, de www.planificacion.gob.ec/

Elaborado por: Las Autoras

²⁰ (SEMPLADES, 2013) Recuperado el 2 de Marzo del 2014.

El Plan Nacional de Buen vivir es un conjunto de objetivos que expresan la voluntad de continuar con la transformación histórica del Ecuador.

Ilustración 2. 2 Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)



Fuente: Recuperado el 5 de Abril del 2014, de www.planificacion.gob.ec/

Elaborado por: Las autoras

Sus objetivos son:

1. Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular.
2. Auspiciar la igualdad, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad.
3. Mejorar la calidad de vida de la población.
4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.
5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional.
6. Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos.
7. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad territorial y global.
8. Consolidar el sistema económico social y solidario de forma sostenible.
9. Garantizar el trabajo digno.
10. Impulsar la transformación de la matriz productiva.

11. Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica.
12. Garantizar la soberanía y la paz mundial, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.

La primera versión del Plan del Buen Vivir (2009-2013) delineó las normas establecidas en la constitución del 2008 sobre el régimen de desarrollo, que fueron complementadas por el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI) que tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.²¹

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencialicen, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Gráfico 2.9 División Sectorial del COPCI



Fuente: COPCI.

Elaborado: Las autoras

²¹ (Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, 2013) Recuperado el 5 de Marzo del 2014.

2.5.2 Sustitución de importaciones

El 3 de Febrero del 2014 el presidente de Ecuador, Rafael Correa, anunció que se prevé sustituir más de 6.000 millones de dólares en importaciones hasta el año 2017. “Con todas las medidas que estamos tomando, de sustitución de importaciones, de restricción de importaciones inútiles, creemos que hasta el 2017, esa es la meta, se sustituirán más de 6.000 millones de dólares en importaciones”, dijo Correa.

Lo que significa que la producción nacional deberá cubrir la demanda creando importantes plazas de trabajo a nivel nacional. La inversión en capacitación y tecnología será indispensable para que las industrias puedan satisfacer los diferentes requerimientos del mercado.

El apoyo de los diferentes organismos: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Ministerio Coordinador de Producción Empleo y Productividad, entre otros servirán de soporte para contribuir de forma eficiente con las metas proyectadas

2.6 Nuevo arancel de importaciones

El arancel de importación es un instrumento que permite la elaboración de estadísticas, facilita las operaciones de comercio y básicamente el desarrollo de un país, en ese sentido el Presidente de la República, a través del artículo 15 de la Ley Orgánica de Aduanas, le otorga la facultad de modificar el Arancel Nacional de Importaciones, mediante Decreto Ejecutivo, previo dictamen favorable del Consejo de Comercio Exterior, COMEXI²².

En el Ecuador; la I Etapa de la Reforma Arancelaria del Gobierno Nacional instrumentada mediante Resolución 389 del consejo de comercio Exterior e Inversiones COMEX²³ y el Decreto Ejecutivo 592, publicado en el Suplemento al Registro Oficial No. 191 del 15 de octubre de 2007, puso en vigencia un Arancel Nacional de importaciones basado en la NANDINA²⁴ 653. Conforme el Decreto Ejecutivo 592 que estableció el Arancel Nacional de importaciones, la Corporación

²² (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2013) Recuperado el 20 de Marzo del 2014.

²³ (Comité de Comercio Exterior, 2011) Recuperado el 20 de Marzo del 2014.

²⁴ Nomenclatura Común de los Países Miembros del Acuerdo de Cartagena

Aduanera Ecuatoriana (CAE) incorporó los nuevos códigos de designación de mercancías de la NANDINA 653 en el Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICE) a partir del 15 de octubre del 2007.

2.6.1 Incremento de los aranceles en las importaciones.

Según la SENAE, Servicios Nacional de Aduana del Ecuador se pudo analizar y evidenciar la subida de los aranceles en el sector del calzado por lo que con esta información se tiene en la actualidad un conocimiento amplio de la problemática.

Aranceles en Ecuador análisis según el decreto 367 el cual se refiere a el alza de los aranceles en el sector de calzado, situación que conlleva muchos problemas, pero una de las finalidades de este decreto es el de comercializar los productos nacionales, propósito que es un tanto relativo ya que considerando que el consumidor final prefiere el calzado importado, así que el alza de los aranceles afecta a las importaciones y como consiguiente el costo final del producto.

2.6.2 El reglamento a la ley de abono tributario se remitió al registro oficial.

El Reglamento a la Ley de Abono Tributario fue suscrito por el Presidente Rafael Correa y remitido el 3 de septiembre de 2013 al Registro Oficial para su publicación. El mismo permite la implementación de mecanismos de apoyo a los sectores que han sufrido una desmejora en su acceso a los mercados externos.

Con la aplicación del citado Reglamento, los exportadores podrán acogerse a la concesión de Certificados de Abono Tributario, de conformidad con lo establecido en la Ley, el Reglamento y lo que disponga el Comité Administrativo de la Ley de Abono Tributario.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENAE, a través de su sistema informático, emitirá los Certificados de Abono Tributario dentro del plazo de cinco días, de conformidad con las disposiciones legales vigentes.

2.7 Ecuador escala en competitividad

El Ministerio de Industrias y Competitividad 2012 indica que “El Informe Global de Competitividad del Foro Económico Mundial refleja que el Ecuador subió 15 puestos durante el último año”²⁵.

Los principales factores que permitieron esta escalada en la competitividad del país son el fortalecimiento de la institucionalidad del Estado, en lo que respecta a mejoramiento en las decisiones de los funcionarios de Gobierno, es decir, que las decisiones del actual Gobierno cuentan con buena acogida en la ciudadanía. Otro factor de peso en el informe, es que se mejoró considerablemente la infraestructura vial en carreteras.

Respecto al mercado laboral, el análisis destaca que el país tiene mayor capacidad para retener su talento humano y además atraer talento humano del exterior.

Por otro lado, destaca que en lo concerniente al desarrollo del mercado financiero, existe mayor facilidad para acceso a préstamos y una disponibilidad de capital de riesgo. Finalmente, en lo que se refiere a innovación, las empresas actualmente tienen una mayor cantidad de gastos referidos a investigación y desarrollo, existe mayor colaboración entre industria y universidad y el Gobierno invierte en productos tecnológicos de avanzada.

El Ministerio de Industrias y Productividad tiene como objetivo impulsar la economía local en los sectores y productos estratégicos mediante la eliminación de ineficiencias de mercado. Está desarrollando una feria donde compradores y vendedores tendrán un contacto directo, la llamada feria inversa se concreta a través de la realización de una rueda de negocios mediante reuniones planificadas, que de forma directa reúnen a la oferta y la demanda en un ambiente propicio para realizar negociaciones y establecer contactos comerciales.

A través de ruedas, se promueve el contacto entre empresarios (as), instituciones y organizaciones que desean establecer vínculos, ya sea para realizar negocios o para crear alianzas estratégicas entre oferentes y/o demandantes.

²⁵ (MIPRO, 2013) Recuperado el 23 de Marzo del 2014.

2.8 Salvaguardia

Los salvaguardias son medidas de emergencia para proteger la industria nacional que se ve amenazada ante el creciente aumento absoluto o relativo de las importaciones. Estas medidas consisten en la restricción temporal de las importaciones que afectan con dañar o causar daño grave al sector nacional los cuales no están preparados para competir con los productos importados. Las medidas de salvaguardias a diferencia de las medidas antidumping y las medidas compensatorias no requieren una determinación de práctica desleal.

Dado el impulso a este sector a partir de las salvaguardias arancelarias impuestas por el régimen para la importación de calzado, por tal motivo la producción nacional de calzado ha incrementado su producción en un 40% porque paralelamente sus ventas han crecido en un 30% anual. Según el INEC el consumo per cápita de calzado es de 2.7 pares de calzado en el año, sus precios en el mercado oscilan entre los \$15 y \$70 dólares según la calidad, diseño, procedencia y sitio de comercialización.

2.9 Entes reguladores

Como afirma la SENA E 2013, “Éste será el ente regulador, controlador y verificador, para que se dé cumplimiento a las disposiciones aduaneras, legales y reglamentarias”²⁶

Las sanciones por supuestas infracciones y los controles serán mucho más severos en todas las terminales del país. Las nuevas normativas del Reglamento a la facilitación Aduanera para el Comercio comienzan a aplicarse en el país. Para evitar errores en la práctica, los empresarios asociados a la Cámara de Industriales de Pichincha, iniciaron ayer un taller dirigido por Magni Encalada, experta en Derecho Aduanero.

El eje del nuevo reglamento es el control, dijo la catedrática, pues consiste en el ejercicio de la potestad aduanera otorgada al Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. Para Encalada, que asesora también a gremios empresariales de Guayaquil, el Servicio de Aduanas será el ente regulador, controlador y verificador del

²⁶ (SENAE, 2013) Recuperado el 23 de Marzo del 2014.

cumplimiento de la nueva normativa, vigente para el ingreso y salida de mercancías del país. Según lo indica el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

2.9.1 Objetivos

Reducir los tiempos de entrega de información estadística mediante el acceso directo a las tablas de la base de datos informática existente, manejo correcto de las herramientas tecnológicas y conocimiento adecuado de los procesos aduaneros.

Incrementar la eficiencia y eficacia en los procesos de comercio exterior con el enfoque de ingreso y salida de mercancías, medios de transportes y personas.

Tabla 2.5 Arancel Nacional Integrado

Sección XII :	CALZADO, SOMBREROS Y DEMAS TOCADOS, PARAGUAS, QUITASOLES, BASTONES, LATIGOS, FUSTAS, Y SUS PARTES; PLUMAS PREPARADAS Y ARTICULOS DE PLUMAS; FLORES ARTIFICIALES; MANUFACTURAS DE CABELLO
Capítulo 64 :	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos
Partida Sist. Armonizado 6403 :	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 64032000 :	- Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tir
Código Producto Comunitario (ARIAN) 6403200000-0000 :	
Código Producto Nacional (TNAN) 6403200000-0000-	

Código de Producto (TNAN)	0
Antidumping	0%
Advalorem	10%
FDI	0.5 %
ICE	0%
IVA	12%
Salvaguardia por Porcentaje	0%
Salvaguardia por Valor	
Aplicación Salvaguardia por Valor	
Techo Consolidado	0%
Incremento ICE	0%
Afecto a Derecho Especifico	
Unidad de Medida	Pares (PA)
Observaciones	Decreto Ejecutivo 367 10% adv, \$ 6 x par
Es Producto Perecible	NO

Fuente: Recuperado el 23 de Marzo del 2014, de www.aduana.gob.ec

Elaborado por: Las autoras.

Como lo indica la tabla 2.4 por cada par de zapatos importados el Ad valorem pagado será del 10%, más \$6 de Ad valorem específico.

Tabla 2.6 Arancel de importación

Códigos Nandina	SubPartida ARIAN	Descripción	Adv %	Arancel Específico	Arancel Específico por:	Observación SICE
6406.10.00	.00	Partes superiores de calzado y sus partes, excepto los contrafuertes	10%	USD 3	POR UNIDAD	
6406.99.00	.00	Los demás	10%	USD 3	POR UNIDAD	Excepto: para contrafuertes, punteras, cambrillón, polainas y taloneras
6406.99.00	.00	Los demás	15%			Solamente: para contrafuertes, punteras, cambrillón, polainas y taloneras
9801.00.00	.20	Equipaje de viajero no exento de tributos	10%	USD 5.5	Peso neto	Solo: prendas de vestir, complementos y textiles confeccionados
9801.00.00	.20	Equipaje de viajero no exento de tributos	10%	USD 6	Unidad física arancel	Solamente: calzado (USD\$6 /2unidades)
9801.00.00	.20	Equipaje de viajero no exento de tributos	10%	USD 3	Unidad física arancel	Solamente: partes superiores de calzado y sus partes, excepto contrafuertes
9807.00.00	.20	Categoría C	10%	USD 3	Unidad física arancel	Solamente: partes superiores de calzado y sus partes, excepto contrafuertes
9807.00.00	.30	Categoría D	10%	USD 5.5	Peso neto	Solo: para prendas de vestir, complementos y textiles confeccionados
9807.00.00	.30	Categoría D	10%	USD 6	Unidad física arancel	Solamente: calzado (USD\$6 por par)

Fuente: SENAE (Servicio de Aduanas del Ecuador, año 2013)

Elaborado por: Las atoras.

2.10 Cámara de calzado de Tungurahua

La Cámara de calzado de Tungurahua (CALTU)²⁷ realiza alianzas estratégicas con organismos de cooperación, que le permite a sus socios alrededor de 200 artesanos participar en eventos internacionales y posicionar sus productos en diferentes mercados. Trabaja en varios temas que orientan al sector productivo y brindan soporte para que comercialicen sus productos.

Ilustración 2.3 Cámara nacional de calzado de Tungurahua



Fuente: Recuperado el 5 de Abril del 2014, de www.catuecuador.com

Elaborado por: Las autoras

Actualmente están enfocados en brindar asistencia técnica a varios productores de calzado, quienes son capacitados frecuentemente. Lo que pretenden es que el comerciante de calzado tenga conocimiento no solo en lo que son los procesos productivos, sino también tenga conocimientos relacionados con la atención al usuario, que es lo que está buscando en estos tiempos. Con esto se quiere conseguir que el usuario tenga una buena atención y sobre todo un producto de calidad y con un valor agregado.

²⁷ (Cámara de Calzado de Tungurahua, 2014) Recuperado el 25 de Marzo del 2014.

2.10.1 Misión

Brindar servicios innovadores y de excelencia con personal capacitado y socios altamente comprometidos, a través de alianzas estratégicas.

2.10.2 Objetivos Estratégicos

- ✓ Conseguir fondos de la cooperación internacional para el desarrollo de proyectos aprovechando la representatividad del gremio y la trayectoria de sus socios.
- ✓ Organizar misiones internacionales para desarrollar inteligencia de mercado.
- ✓ Desarrollar programa de benchmarking basados en la acción proactiva de los socios que les permita acceder a información.
- ✓ Incrementar y mejorar los servicios ofertados para evitar la competencia de asociaciones paralelas y fortalecer la representatividad nacional.
- ✓ Implementar un programa de capacitación para el personal del gremio para aumentar la competitividad de la institución frente a la globalización.

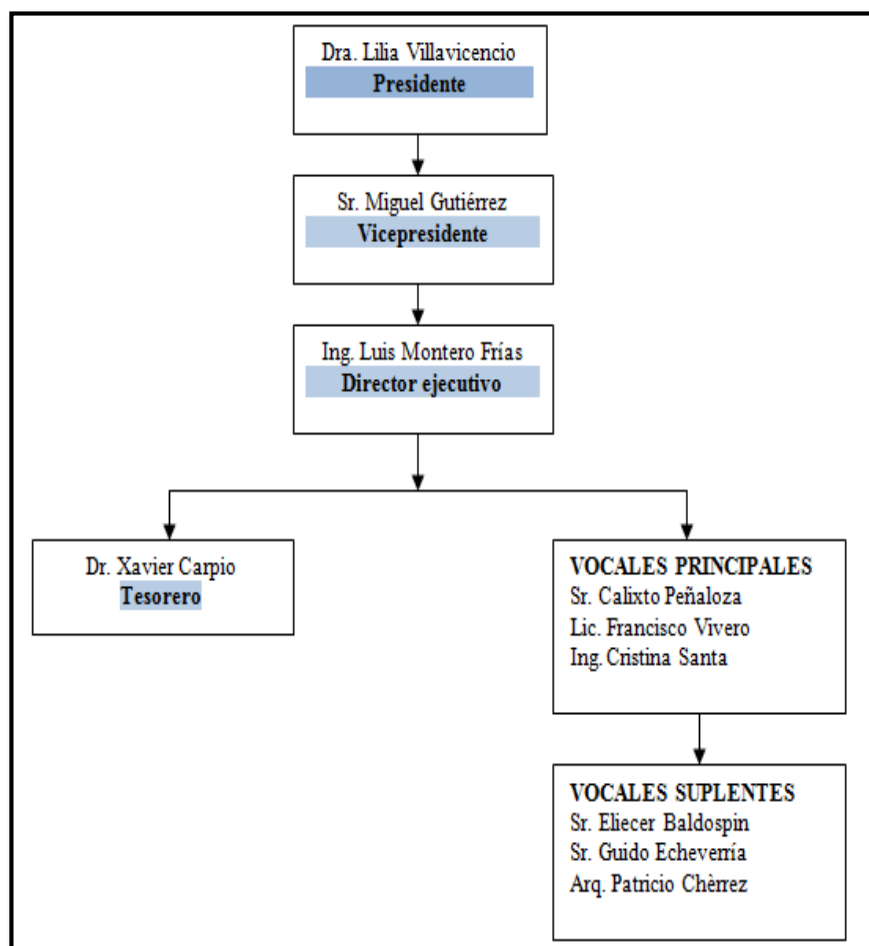
2.10.3 Objetivos Operacionales

- ✓ Retomar la razón de ser la Cámara Nacional de Calzado (CALTU) como una instancia de convergencia en búsqueda de beneficio para los empresarios y empresarias del Sector Cuero y Calzado.
- ✓ Establecer convenios internacionales con instituciones que organizan foros, rondas de negocios, ferias, etc. para que el Sector Cuero y Calzado tenga más y mejoras alternativas para desarrollar inteligencia de mercado.
- ✓ Instruir a los empresarios y empresarias del Sector Cuero y Calzado con conocimientos científicos que conjugados con sus conocimientos técnicos les permitan tener las herramientas necesarias para la toma de decisiones administrativas – financieras (gerenciales).
- ✓ Promover la conformación del Asociativismo Empresarial entre los empresarios y empresarias del Sector Cuero y Calzado.

2.10.4 Organigrama

La junta directiva de CALTU está estructurada de la siguiente manera:

Gráfico 2.10 Organigrama cámara de calzado de Tungurahua



Fuente: CALTU

Elaborado por: Las autoras

2.10.5 Primera Feria Internacional de Calzado y Componentes Ecuador

La Cámara Nacional de Calzado realizó la Primera Feria Internacional de Calzado y Componentes Ecuador (FICCE)²⁸ se realizó del 4 al 6 de Julio de 2013 en el Centro de Exposiciones Quito.

²⁸ (Feria Internacional de Calzado y Componentes Ecuador, 2013) Recuperado el 26 de Marzo del 2014.

La FICCE incluyó una feria de negocios especializada en integrar a las empresas fabricantes y comercializadoras, brindando oportunidades para empresarios y pequeños empresarios, artesanos, industriales y emprendedores que exhibieron y comercializaron sus productos a precios competitivos.

La FICCE reunió empresas expositoras en pabellones especializados que incluyen: calzado, curtiembre, maquinaria, insumos, instituciones.

En esta feria hubo ruedas de negocio, pasarela de moda, charlas técnicas, y ceremonia de entrega del Premio Nacional al Diseño de Calzado.

Ilustración 2. 4 Feria internacional de calzado y sus componentes



Fuente: Recuperado el 28 de Marzo del 2014, de www.ficce.com.ec

Elaborado por: Las autoras

2.10.6 Premio Nacional al Diseño de Calzado

La Presidenta de CALTU, Dra. Lilia Villavicencio, presentó lo que denominó “uno de los proyectos más importantes que realiza el sector calzado en el país”. A su vez, se realizó una convocatoria de carácter nacional a los estudiantes ecuatorianos y aspirantes a maestrías, a participar en el “Primer Concurso al Premio Nacional al Diseño de Calzado”.

El lanzamiento estuvo acompañado por la Econ. Tamara Armas, del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), y por el Dr. Galo Naranjo, Vicerrector Académico de la Universidad Técnica de Ambato.

Se busca formar empresarios en esta área, para evitar que nuevamente este sector pueda ser vulnerado por la penetración de productos de terceros países.

La formación se extenderá a diseñadores y mano de obra que esté calificada y pueda competir con los productos de marcas extranjeras que existen en el mercado.

Ilustración 2. 5 Conferencia premio nacional del diseño de calzado



Fuente: Recuperado el 28 de Marzo del 2014, de www.catuecuador.com

Elaborado por: Las autoras

2.11 Provincia de Tungurahua, división cantonal

Ilustración 2. 6 Mapa División Cantonal de la Provincia de Tungurahua



Fuente: Recuperado el 28 de Marzo del 2014, de www.codeso.com

Elaborado por: Las autoras

2.11.1 Parroquia Quisapincha , conformada por 18 comunidades

Ilustración 2. 7 Mapa Parroquia Quisapincha conformada por 18 Comunidades



Fuente: Recuperado el 28 de Marzo del 2014, de www.eruditos.net

Elaborado por: Las autoras

2.11.2 Breve Reseña la Parroquia Quisapincha

La Parroquia **San Antonio de Quisapincha**²⁹, es la más antigua de la Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, Ecuador. El 19 de mayo de 1861, Quisapincha fue elevada a la categoría de parroquia. Es considerada como un sector altamente productivo y dedicado a la confección de todo tipo de zapatos y prendas de vestir hechas en cuero.

EL término “QUISAPINCHA”, procede de los vocablos quichuas: “Quimsa” = Tres y “Punlla” = Días; esto quiere decir: “TRES DÍAS”. Tres días es lo que se tardaba para llegar a Quito desde Quisapincha o viceversa.

Ilustración 2. 8 Iglesia Quisapincha



Elaborado por: Las autoras

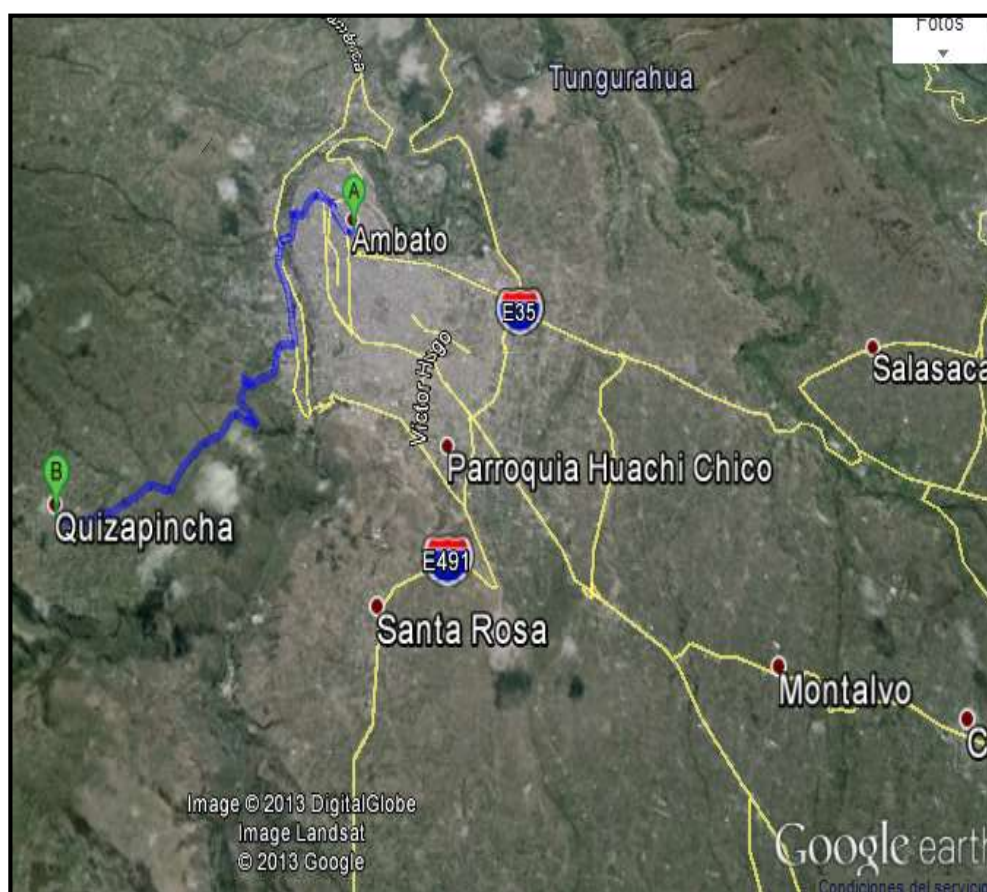
²⁹ Es la más antigua de la Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, Ecuador. El 19 de mayo de 1861 Quisapincha fue elevada a la categoría de parroquia

2.11.3 Ubicación

Esta parroquia rural se encuentra ubicada al suroccidente, a 12 kilómetros de Ambato. Para llegar a este poblado del cuero se recorren 15 minutos en automóvil o bus desde el occidente urbano de la ciudad.

Sus límites son: al norte la provincia de Cotopaxi, al sur las parroquias Pasa y Santa Rosa, al este las parroquias San Bartolomé de Pinllo y Ambatillo; y al oeste las parroquias San Fernando y Pasa. La superficie territorial de Quisapincha es de 119,9 kilómetros cuadrados, tiene un clima frío de 12 grados centígrados. Desde 1997 se la declaró como la Ruta Turística del Cuero, mediante acuerdo ministerial.

Ilustración 2. 9 Ubicación de Quisapincha



Fuente: Recuperado el 28 de marzo del 2014, de (Google.maps, 2013)

Elaborado por: Las autoras

2.11.4 Demografía

Según indica las cifras del INEC 2013 “La parroquia Quisapincha ubicada en el cantón Ambato en la provincia de Tungurahua, está poblada por 13.001 personas donde 6.235 son hombres y 6.766 son mujeres además está conformada por dieciocho comunidades, donde siete de cada diez personas se dedican a la producción y elaboración de calzado y productos de cuero”.³⁰

Ilustración 2. 10 Mirador Quisapincha



Elaborado por: Las autoras

Desde el mirador podemos observar toda la ciudad de Ambato conocida como “La tierra de las flores y frutas” es una de las ciudades más comerciales de Los Andes.

³⁰ (INEC, 2013) Recuperado el 2 de Abril del 2014.

2.11.5 Feria de Quisapincha

La feria que organizan los artesanos se realiza los sábados y domingos en la plaza Central frente a la Iglesia, de 07:00 a 13:00. Alrededor de 50 artesanos se asientan en la plaza central frente a la iglesia de Quisapincha para comercializar sus creaciones. La feria se mantiene, han pasado más de 10 años en que los artesanos se dedican a ofrecer el producto en este lugar.

Ilustración 2. 11 Feria Plaza central



Elaborado por: Las autoras

Ilustración 2. 12 Feria Plaza central



Elaborado por: Las autoras

Hay locales de venta al ingreso del pueblo, subiendo por la calle principal. En este lugar se encuentran prendas a todo precio, de acuerdo a la calidad y al modelo.

El comercio en el centro de la comunidad se incrementó hace unos 4 años. Todos los productos ofertados son de cuero y existe gran variedad. En este lugar se encuentran grandes almacenes donde las personas pueden realizar sus compras con tarjetas de crédito, si los clientes buscan exclusividad los precios podrían ser elevados. Su industria del cuero se ha convertido en un referente del comercio local.

Las hábiles manos de sus artesanos transforman la materia prima -el cuero- en auténticas joyas textiles que están a disposición de todas las personas que visitan este hermoso lugar.

Ilustración 2. 13 Locales de Artesanías



Elaborado por: Las autoras

2.11.6 Elaboración y fabricación de artículos de cuero

En sus inicios la mayoría de los clientes pertenecían a las ciudades de Ambato, Cuenca y Quito. En la actualidad Quisapincha recibe también a turistas extranjeros que gustan de comprar prendas de cuero. Las chompas son exportadas a países

como: Chile, Venezuela, Costa Rica, España y Colombia mientras que los zapatos y carteras se comercializan en su mayoría sólo a nivel nacional.

Los fines de semana, este sector está entre los preferidos de quienes les gusta los artículos de piel, pues también tienen su competencia en Cotacachi en la provincia de Imbabura (norte del país) y Guano en la provincia de Chimborazo (centro), que junto a Quisapincha conforman la ruta turística del cuero en Ecuador.

Según Sonia Zapata artesana de la parroquia la durabilidad de una chompa es de diez años, al principio se elaboraban las chompas con un tipo de cuero más grueso pero en la actualidad los mismos clientes piden que estas chompas sean elaboradas con un cuero mucho más fino, desde entonces se elaboran con cuero de borrego, ya que es más liviano.

Una chompa de Quisapincha con un valor de unos \$60 a \$100 suele ser comerciada en el exterior por más del triple, lo que habla positivamente de la oportunidad que tienen los potenciales clientes cuando la visitan.

Ilustración 2. 14 Exhibición de chompas de cuero



Elaborado por: Las autoras

La voz de sus comerciantes se generaliza con su oferta: “Precios bajos, calidad de los productos y amabilidad en la atención”.

Cabe recalcar que la fortaleza calzado que se produce en Quisapincha es su durabilidad mayor a 3 años. Los modelos son de tipo casual y semi-casual, teniendo mayor demanda los semi-casuales, los clientes que compran calzado en Quisapincha exigen calidad y no exclusividad.

Según los datos publicados por la Agencia de Noticias Andes “los zapatos formales de hombre van desde los \$30, mientras que las botas de mujer desde los \$40”

Ilustración 2. 15 Variedad de artículos de cuero



Elaborado por: Las autoras

Ilustración 2. 16 Variedad de Artículos de Cuero



Elaborado por: Las autoras

2.12 Tipo de cuero

Los artesanos de la parroquia Quisapincha dedicados a la elaboración, fabricación y distribución de calzado de cuero cuentan que para elaborar el calzado deben comprar cuero o piel de la vaca en su estado natural después de ser sacrificada. Este tipo de cuero lo compran en la misma ciudad de Ambato o también en la ciudad de Guayaquil, obviamente a un precio diferente. El precio del cuero en la ciudad de Ambato está dentro de un rango de \$17 a \$30 mientras que en Guayaquil el rango de \$7 a \$12, motivo por el cual el cuero costeño tiene mucha mayor demanda que el cuero serrano.

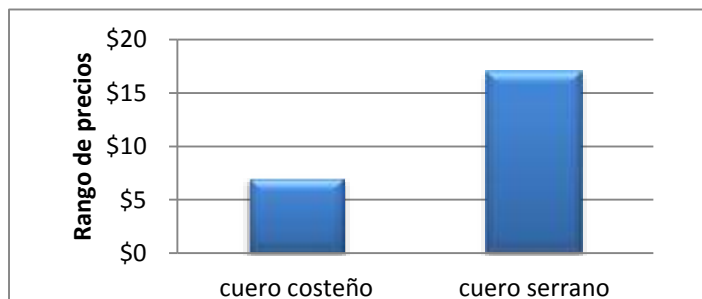
2.12.1 Distintos tipos de cuero

Los artesanos de esta parroquia mencionan que hay distintos tipos de cuero para la elaboración de sus productos entre los cuales se encuentra: piel de vaca, de chivo de borrego, hasta de cerdo, cada una con un precio diferente.

2.12.2 Diferencia de la calidad del cuero serrano y el cuero costeño

Existe una gran diferencia entre estos dos tipos de cuero, debido a que según estudios está comprobado que en la costa por el clima caliente y la humedad, la ganadería está expuesta a las garrapatas lo cual afecta a la piel del animal dejando marcas en su piel. Otras de las afecciones que daña la piel del animal son las marcas que utiliza el propietario para diferenciar al ganado.

Gráfico 2. 11 Diferencia de precios entre cuero costeño y cuero serrano



Fuente: Sonia Zapata (Gremio de artesanos)

Elaborado por: Las autoras

2.12.3 Defectos del cuero

Para tener un producto en óptimas condiciones, es recomendable que el cuero sea obtenido de animales sanos.

La manera en que se crían y se cuidan los animales influye de manera directa en su calidad. Si se hayan pequeñas imperfecciones podrían ser imperceptibles, o tomadas como detalles que hacen único al producto por ser obtenido de manera natural. Entre las principales causas de los defectos del cuero constan las siguientes:

✓ **Cicatrices**

Son heridas producidas en peleas o en muchos casos los dueños del ganado los marcan con hierro candente para poder identificarlos.

✓ **Marcas**

Las marcas pueden ser causadas por mordeduras de otros animales por este motivo se debe mantener al ganado cercado también para evitar arañazos con arbustos espinosos.

✓ **Dermatitis**

Son lesiones imborrables en la piel causada por la producción de bacterias. Cuando los animales están expuestos a altas temperaturas son más propensos a adquirir este tipo de infecciones cutáneas.

✓ **Garrapatas**

Son parásitos que constituyen un grave problema que es difícil de erradicar. Como medida preventiva los animales deben cumplir con las vacunas necesarias a fin de minimizar el riesgo de que sean contagiados.

En algunas ocasiones estos defectos que tiene el cuero son difíciles de percibir por lo que los mismos se manifiestan al momento en que se realiza el proceso de armado, esto provoca retrasos en la producción ya que las piezas tienen que ser reemplazadas los artesanos tienen que ser muy cuidadosos al momento de seleccionar el material a utilizarse en la elaboración del calzado.

2.13 La industria de Curtiembre en la Parroquia Quisapincha

La curtiembre³¹ es un proceso en el cual la piel de los animales se convierte en cuero, es muy importante que la piel no tenga cicatrices porque de esto depende su calidad. Alrededor de 24 horas lleva tratar la piel y de 30 días para que el producto final pueda ser comercializado.

El curtido de las pieles se basa en cuatro etapas: limpieza, curtido, recurtimiento y acabado.

La parroquia Quisapincha desde hace 16 años cuenta con “CURTIEMBRE QUISAPINCHA” proveedor de cuero en la ciudad de Ambato que desde sus inicios se ha desarrollado a nivel tecnológico y productivo con el objetivo de especializarse en la obtención de cuero para la creación de: carteras, zapatos, billeteras, tapicería entre otros.

Elías Camacho, zapatero de profesión y gerente propietario de “CURTIEMBRE QUISAPINCHA”, notó la necesidad de producir cuero ya que esta materia prima era escasa y se prestaba a la especulación en precios. Su experiencia alcanzada a través los años en el proceso de curtiembre le permitió identificar las necesidades del sector y brindar una oportuna respuesta a las exigencias del mercado.

Los clientes perciben la calidad del cuero a precios competitivos y esto ayuda a los artesanos a incrementar su producción y a su vez contribuir con el desarrollo económico del sector.

“CURTIEMBRE QUISAPINCHA” es una empresa familiar, la única curtiduría en la parroquia en la actualidad, procesa alrededor de 2.000 pieles al mes con un tamaño de 27x27cm. El 50 % de su producción es exportada a Estados Unidos, España y Chile.

Para Quisapincha es muy favorable contar con un proveedor nacional de cuero lo que les permite contar a tiempo con la materia prima y de excelente calidad.

³¹ Una curtiembre, curtiduría o tenería es el lugar donde se realiza el proceso que convierte las pieles de los animales en cuero. Las cuatro etapas del proceso de curtido de las pieles son: limpieza, curtido, recurtimiento y acabado. Se debe quitar el pelo, curtir con agentes de curtimiento y tinturar, para producir el cuero terminado.

2.13.1 Proceso de curtiembre

1. La materia prima es recolectada en los camales y otros sitios de faenamiento. Esta proviene de ganado bovino o porcino.
2. Los descarnadores cortan la cola que viene con la piel ya que esta no se utiliza en el proceso.
3. Lavan la piel, esto consiste en la entrada y salida de agua que no contenga químicos para eliminar residuos como sangre, barro, sal etc.
4. Proceden a limpiar la piel en un tanque que contenga agua, sulfuro y cal, se saca toda la carnaza con el objetivo de dejarla sin lanas.
5. La piel limpia es depositada en un bombo e inicia el proceso de curtido y obtiene un material color celeste.
6. Se deja reposar la piel para que el curtiente se fije y la piel se deshidrate totalmente. Esto lleva un proceso demasiado lento dependiendo de la humedad que posea la piel. Si fuera necesario para acelerar el proceso se podría utilizar una máquina escurridora.
7. Después del escurrido, se corta en dos láminas: la parte superior (fina) y la parte inferior (gruesa).
8. Se procede con el pelambre que consiste en quitar cualquier residuo o grasa que haya quedado en la piel.
9. Empieza la trituration del cuero con productos vegetales o químicos según el uso que se vaya a dar. Se da el acabado final con pintura al soplete.
10. Finalmente las láminas del producto final se sujetan a ganchos metálicos para que el cuero se estire y se impida la creación de arrugas.
11. El cuero queda listo para la venta.

2.14 Calidad del cuero ecuatoriano.

Pese a la presencia masiva del calzado chino, el cuero ecuatoriano busca fortalecerse en el mercado. La buena calidad es la mejor carta de presentación de los productos.

La intención es promocionar la calidad de los productos de cuero ecuatoriano y de esta forma hacerle frente a las importaciones de calzado brasilero, asiático, panameño, entre otros que han afectado a la producción de la industria de calzado ecuatoriana.

“La duración de un zapato ecuatoriano bien hecho es de más de un año, sin problema”, Según el Ex -presidente de la Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador, Eduardo Lanas.

El cuero es 100 % ecuatoriano, lo proveen los mismos curtidores de la parroquia o en la ciudad de Guayaquil si es necesario, las suelas y plantas son importadas desde Colombia y los demás insumos también son adquiridos en el país.

El calzado que se produce dentro de la parroquia Quisapincha, está elaborado con una materia prima de alta calidad, desde la selección del cuero, la elaboración del diseño y su cosido especial lo cual le da un fino acabado.

Ilustración 2. 17 Variedad de Calzado



Elaborado por: Las autoras.

Ilustración 2. 18 Calzado de cuero para hombre

Elaborado por: Las autoras.

Ilustración 2. 19 Botas de Cuero

Elaborado por: Las autoras.

Ilustración 2. 20 Variedad De Calzado

Elaborado por: Las autoras.

2.15 Proceso de elaboración del calzado

El proceso de la elaboración de calzado abarca tres etapas generales, desde la obtención del cuero, el proceso de curtiembre y el proceso de elaboración de calzado. Dentro del proceso de producción del calzado podemos mencionar 5 pasos como son el Diseño, Selección, Corte, Armado y terminado.

A continuación se presenta un flujo de proceso de elaboración de calzado:

Gráfico 2. 12 Proceso de elaboración del calzado



Elaborado: Las autoras

Como lo indica el gráfico 2.12, el flujo de proceso de producción de calzado es básicamente el mismo en los talleres industrializados o artesanales. En Quisapincha la producción es artesanal lo cual significa que la participación de maquinarias es reducida, se elaboran los detalles a mano y con técnicas empíricas.

2.15.1 Diseño

La creatividad y el estilo son factores claves en el diseño del zapato. En esta etapa se define qué tipo de producto se va a desarrollar y se elige el modelo de la horma ya que son la reproducción aproximada de un pie humano.

Luego se procede a la conceptualización del diseño utilizando una técnica de modelaje o estilismo donde se dibujan los trazos y líneas sobre la horma que posteriormente hay que a despegar. Una vez elaborado el boceto a mano, se fusiona con los detalles técnicos que dan realce y reflejan el profesionalismo del diseñador. El boceto final se pega sobre una cartulina.

Ilustración 2. 21 Diseño del Calzado



Elaborado por: Las autoras

Ilustración 2. 22 Diseño del Calzado



Elaborado por: Las autoras

2.15.2 Selección

De acuerdo a las órdenes de producción se revisa el inventario y se verifica que los materiales a utilizarse se encuentren disponibles. Contar con la materia prima es fundamental para que no existan retrasos en el proceso de producción.

Los insumos deben estar clasificados y ordenados según el tipo de material a una temperatura que ayude a mantener en estado óptimo los materiales.

Ilustración 2. 23 Selección de la Materia Prima



Elaborado por: Las autoras

Ilustración 2. 24 Selección de la Materia Prima



Elaborado por: Las autoras

2.15.3 Corte

Se utilizan los moldes que fueron diseñados, previamente se revisan para evitar fallas y se cortan las piezas. Esta operación puede realizarse a mano o utilizando máquinas troqueladoras con el fin de lograr rapidez en la producción.

Se da forma a la zona del empeine aplicando calor y presión, utilizando una máquina cambreadora. Se reducen los bordes de las piezas para facilitar las uniones y garantizar un excelente acabado y terminación.

Ilustración 2. 25 Corte



Elaborado por: Las autoras

Ilustración 2. 26 Corte



Elaborado por: Las autoras

2.15.4 Armado

Se unen a la horma las diferentes piezas que componen el boceto. Seguido se da inicio a la costura o guarnición de cortes empleando máquinas de coser especiales y de pegantes. Se alternan los detalles elaborados a mano con la incorporación de costuras realizadas con las máquinas.

Se prepara la planta con sus respectivos refuerzos que se aplican con termofusión mediante una máquina que ejerce presión y calor en la punta (puntera) y en el talón (contrafuerte) que se aplica entre el forro interno y la capellada del cuero.

Se deja secar al ambiente y se continúa con el montaje del conjunto de piezas que fueron cocidas para elaborar la horma, se elige la suela y se la limpia. Posterior se procede a pegar la horma a la planta y se lo lleva a una máquina prensadora la cual permite que se acople y moldee ejerciendo presión entre la planta y la horma para que el pegado sea efectivo.

Para mejorar el pegado se lleva el zapato ya listo a un horno enfriador y luego se procede con la aplicación de técnicas que garanticen la correcta postura del pie y sirvan de protección y comodidad del consumidor final.

Ilustración 2. 27 Armado del calzado



Elaborado por: Las autora

2.15.5 Terminado

La etapa del terminado consiste en limpiar el zapato de todos los residuos de pegamento que hayan quedado como resultado en el proceso del armado.

Se procede a cortar los hilos sobrantes, es probable que haya manchas por esta razón se tienen que corregir los últimos defectos para dar por culminado el proceso de elaboración del calzado.

Una vez finalizadas las etapas de confección del calzado se procede a colocar el producto en sus respectivos empaques para su comercialización.

Ilustración 2. 28 Terminado del calzado



Elaborado por: Las autoras

Ilustración 2. 29 Empacado del calzado



Elaborado por: Las autoras

2.16 Incidencia socioeconómica en la parroquia Quisapincha.

Según la entrevista realizada al presidente de los artesanos de Quisapincha Sr. Mario Paucar, indicó que la aplicación de las medidas arancelarias al calzado y sus partes trajo consecuencias favorables. En el año 2011 La materia prima que en su totalidad era importada desde Colombia tuvo un incremento del 50% en su precio como consecuencia los productores decidieron establecer sus plantas en la ciudad de Ambato, los inversionistas tomaron esta decisión para evitar el pago de aranceles beneficiando a los habitantes de la parroquia con oportunidades laborales que mejoraron sus ingresos y su nivel de vida.

Además indicó que en el año 2012 tuvieron un incremento significativo en las ventas donde llegaron producir hasta 600 pares de zapatos mensuales, mientras que en el año 2003 al 2007 la venta de calzado era muy baja ya que su producción no superaba los 300 pares debido a la invasión del calzado chino con un precio entre \$8 y \$15 lo cual perjudicó a la industria de calzado nacional ya que no podía competir en precios porque la inversión de la materia prima era superior y su precio oscilaba entre \$18 y \$30.

2.16.1 Desarrollo en sus carreteras

Según la *Administración Municipal de Quisapincha* (2014) “La Parroquia es un importante sector productivo y turístico del ciudad. Son 97.055,38 dólares invertidos en la pavimentación asfáltica de las calles: Cóndor, Bolívar, 9 de octubre y otras vías del casco central de la parroquia, el área intervenida es 7.920 m², y para ello se realizaron trabajos previos como: arreglo de base, subida de posos sumideros y construcción de bordillos”.

La municipalidad de la parroquia a considerado importante mejorar las vías que conducen a Quisapincha con el objetivo de fomentar el turismo y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Una de las vías que cabe mencionar es la que dirige al nuevo Centro Educativo del Milenio Quisapincha, la cual facilita el acceso a vehículos que transporten a los alumnos que estudian en esta institución.

Ilustración 2. 30 Calles Asfaltadas Parroquia Quisapincha



Elaborado por: Las Autoras.

Se siguen realizando obras, una que se puede destacar es la instalación subterránea de líneas telefónicas por parte de la Corporación Nacional de telecomunicaciones. En la actualidad la mayoría de las familias cuentan con telefonía.

Ilustración 2. 31 Obras de Telefonía Corporación Nacional de Telefonía



Elaborado por: Las Autoras.

Otro de los cambios que se han dado, es el servicio de agua potable, en el pasado las comunidades se organizaban conjunto con sus líderes y cancelaban una cuota mínima de \$1 por un consumo indefinido de agua potable a cambio de realizar mingas, pero a partir del 2013 esto ha cambiado porque cada familia paga su consumo de agua y ya no tienen que hacer mingas.

2.16.2 La educación en la actualidad en la parroquia Quisapincha

Según *Diario el Telégrafo* (2014) “La parroquia Quisapincha ahora no solo es conocida por la manufactura del cuero, sino también por su Unidad Educativa del Milenio (UEM) que fue inaugurada el miércoles 19 de Febrero. De los 29 establecimientos educativos que existen 3 de ellos cerraron sus puertas y llevaron a los chicos a estudiar allí. Su capacidad total es para 1.140 alumnos de educación primaria y este año se planifica completar sus servicios educativos con el bachillerato”.

Según *El Viceministro de Educación Freddy Peñafiel* (2014) “El objetivo de las UEM es atender a sectores históricamente relegados, satisfacer la demanda estudiantil rural, mejorar la calidad académica y las condiciones locales. La construcción de este tipo de establecimientos tiene un valor aproximado de USD 2,5 millones”.

Ilustración 2. 32 Unidad educativa del Milenio



Fuente: Ministerio de Educación

Elaborado por: Las Autoras.

La Parroquia Quisapincha conocida por ser parte de “la Ruta del Cuero”, ha sido beneficiada con la construcción de la Unidad Educativa del Milenio que otorga educación de primer nivel y está conformada por moderna infraestructura y laboratorios de alta tecnología.

El actual gobierno reconoce el aporte de la parroquia en la producción nacional y apuesta a favor del desarrollo invirtiendo en la educación de los jóvenes de la localidad.

Ilustración 2. 33 Unidad educativa del Milenio



Fuente: Ministerio de Educación

Elaborado por: Las Autoras.

Los habitantes de la parroquia esperan que las autoridades consideren a todas las escuelas para mejorar su infraestructura y calidad de educación trabajando cambios en las demás escuelas de la parroquia.

Ilustración 2. 34 Escuela Quisapincha



Elaborado por: Las Autoras.

2.17 Hipótesis del trabajo

La incidencia socioeconómica de las barreras arancelarias aplicadas a las importaciones de calzado de la parroquia de Quisapincha, mejoró significativamente el nivel socioeconómico de sus habitantes.

2.18 Señalamiento de variables

Variable independiente: Incidencia Socioeconómica en la parroquia Quisapincha.

Variable dependiente: Barreras arancelarias en la importación de calzado.

CAPÍTULO 3

3. Marco Metodológico

3.1 Enfoque

El enfoque que se ha establecido para realizar esta investigación es el cuantitativo, ya que se caracteriza por la delimitación del problema, se establecen objetivos y adicionalmente se diseñan e implementan instrumentos de recopilación sobre el tema investigado, para buscar una mejora a través de una propuesta de cambio.

3.2 Modalidad de la investigación

Como modalidad para la investigación se utilizó la investigación de campo y la investigación documental.

La investigación de campo permitió situarse en el lugar en que se producen los acontecimientos y el sitio en donde se va a recopilar la información, es decir, el mismo lugar de la problemática, se realizando entrevistas a presidente del gremio, jefe de crédito, visita al mercado principal, encuestas al consumidor final.

La investigación documental ayudó a conocer y profundizar enfoques y conceptualizaciones de varios estudios realizados, mediante la consulta en libros, textos, revistas e internet.

3.3 Nivel de investigación

3.3.1 Investigación descriptiva.

Se enfocará en realizar un estudio de la industria de cuero en la parroquia Quisapincha para conocer cuáles son sus opiniones y desafíos que enfrentan en la actualidad.

Conocer la cultura de negocio y actitudes predominantes a través de la descripción de las actividades y procesos que usan las personas que se dedican a la industria del cuero en la parroquia Quisapincha.

Esto se realizara en base a las siguientes etapas:

1. Se seleccionan los temas y las fuentes apropiadas.
2. Se elaboran encuestas para la recolección de datos
3. Se clasifican los datos y se establecen semejanzas, relaciones significativas y diferencias
4. Se interpretan resultados

3.4 Técnicas de investigación

3.4.1 Observación directa

La investigación tuvo como lugar para el levantamiento de la información, la parroquia Quisapincha en la ciudad de Ambato. Aleatoriamente se eligieron los consumidores a ser encuestados y se observó la actitud de los mismos ante la calificación que le daban al calzado elaborado en Quisapincha.

3.4.2 Encuestas

Se elaboraron 400 encuestas con un tiempo promedio de 15-20 minutos por encuesta para conocer los gustos y preferencias de los clientes actuales.

3.5 Identificación de la Población y muestra consumidor final

3.5.1 Población

La población está constituida por 1600 vehículos considerando que cada vehículo transporta en promedio a dos personas, dando un total de 3.200 personas que visitan mensualmente Quisapincha.

La información se obtuvo a través de la investigación de campo realizada, la misma que tuvo el siguiente procedimiento: se ubicó a una persona nativa de Quisapincha en un lugar estratégico dentro de la parroquia, por un período de tres semanas, esto permitió contabilizar los vehículos que ingresaron a la parroquia ya sea por compras, turismo o actividades ajenas a lo antes mencionado.

Se puede hacer hincapié en que la persona encargada de recolectar esta información conoce el sector, por lo tanto no se ha tomado en consideración los vehículos del sector, ni los buses de transporte.

3.5.2 Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra, es decir, el número de personas a las que se aplicará la encuesta, se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Nz^2PQ}{E^2(N-1) + z^2PQ}$$

Donde:

N= Tamaño de la población

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

E= Error máximo admisible a la investigación

Z= Nivel de confianza

El tamaño de la población corresponde a los 1.600 vehículos que visitan mensualmente la parroquia Quisapincha. El valor de Z corresponde al nivel de confiabilidad en que la población se acerca a la muestra tomada, esto es en un 95% equivalente a la tabla de distribución normal a 1.96. El margen de error se establece en un 5% por lo general, en este tipo de investigación en donde el levantamiento de

la información la hace el propio investigador. La probabilidad de éxito P y la probabilidad de fracaso Q corresponden al 50% de que ocurra cada uno de los eventos.

Remplazando dichos valores tenemos que:

$$n = \frac{3.200 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 (\frac{3.200}{3.200} - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{(3.200) (3.8416) (0.25)}{(0.0025) (\frac{3.200}{3.200}) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{3073.28}{8.9579}$$

$$n = 343.64$$

El monto mínimo de personas a testear es de 344 para obtener una muestra con el nivel de confianza y el nivel de error esperado, pero en la presente investigación se consideró que la muestra sea de 400 personas con el fin de minimizar el porcentaje de error y así poder determinar los niveles de gustos y preferencias por el calzado ecuatoriano.

3.6 Análisis de la demanda de calzado en Quisapincha

3.6.1 Encuesta al consumidor final

La encuesta se efectuó a 400 personas que conforman la muestra de los clientes que visitan la parroquia Quisapincha. Se obtuvieron datos informativos importantes tales como: edad, sexo, origen de calzado que compra, frecuencia de compra, nivel de satisfacción, capacidad económica entre otro.

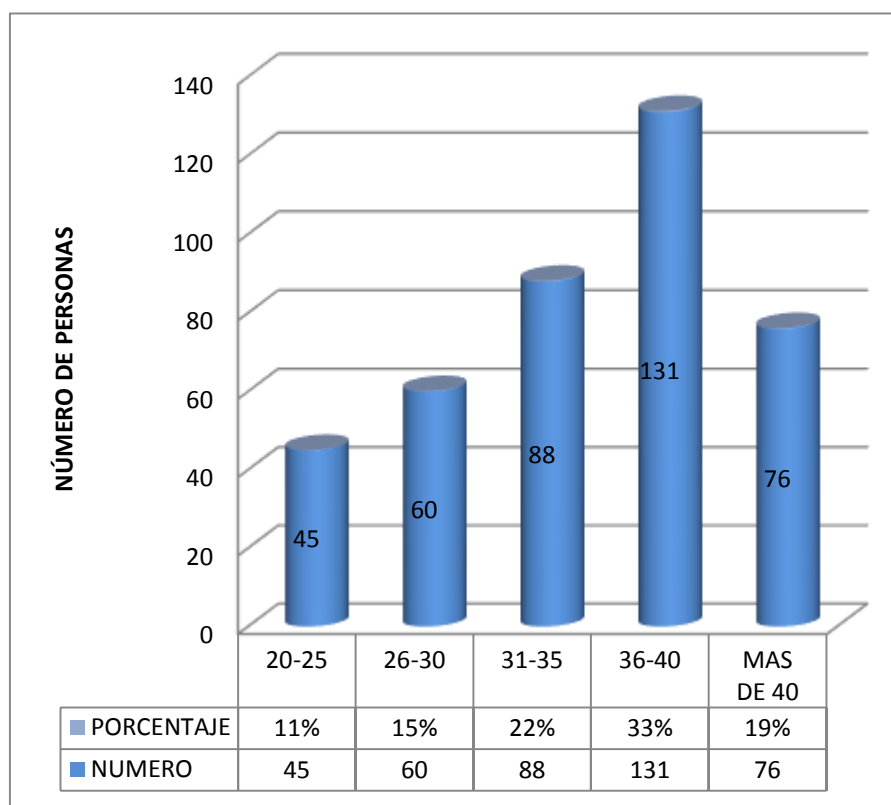
Antecedentes que servirán de sustento a varias afirmaciones emitidas en el análisis realizado en las preguntas que intervienen en la investigación. Las encuestas revelaron los siguientes datos:

Información general

1) ¿Edad de las personas que compran en Quisapincha?

De las 400 personas encuestadas el mayor porcentaje fue de 33% el cual corresponde a personas entre los 36 – 40 años de edad, el 22% a personas entre 31-35, el 19% a personas de 40 años en adelante, el 15% a personas entre los 26-30 y solo el 11% corresponde a jóvenes entre 20-25 años de edad.

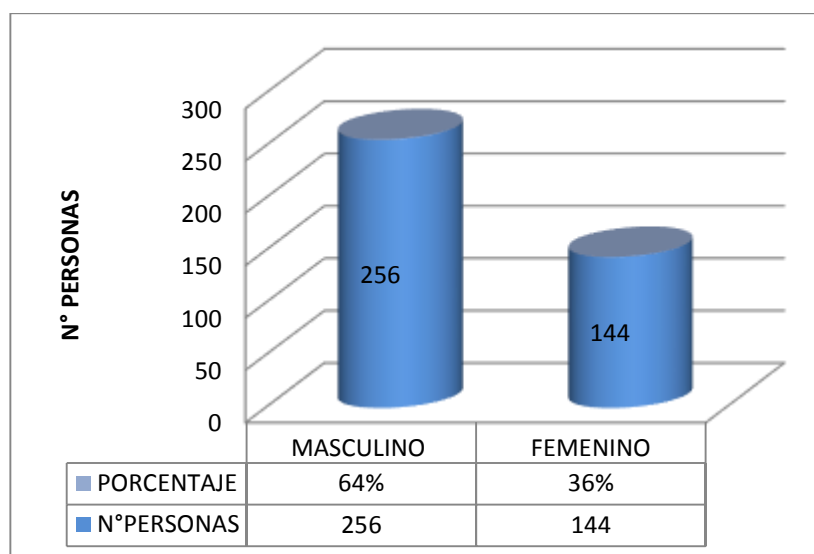
Gráfico 3.1 Edad de los Clientes



Elaborado por: Las autoras.

2) ¿Género de las personas que visitan Quisapincha?

Del total de los encuestados el 64% corresponde al género masculino y el 36% al género femenino

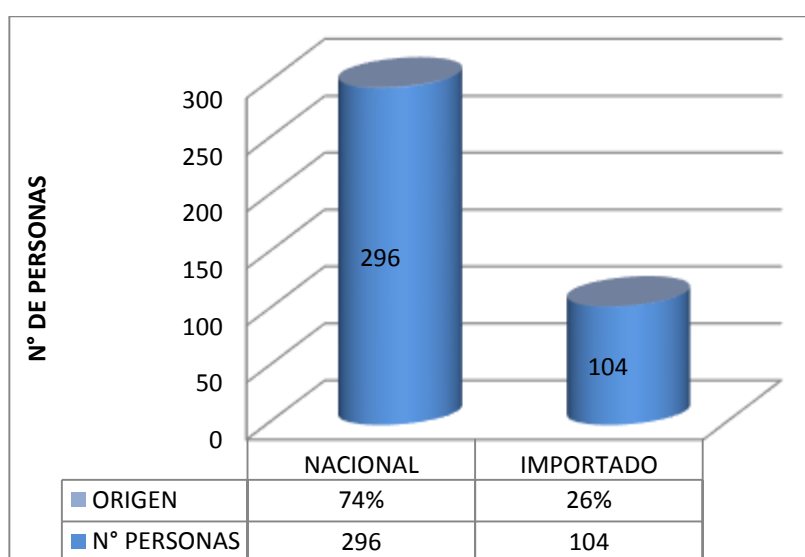
Gráfico 3.2 Género de los visitantes

Elaborado por: Las autoras.

Información específica

1. ¿Qué origen de zapatos compra habitualmente usted?

La información recolectada evidencia que el 26% compra zapatos de origen importado mientras que el 74% prefiere el calzado de origen nacional.

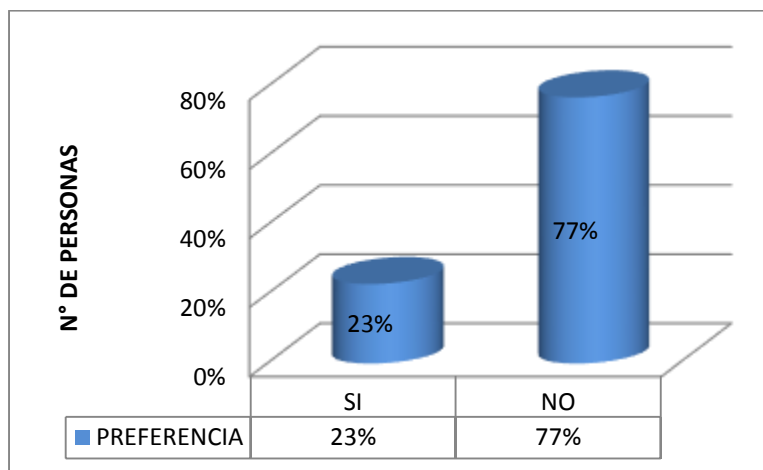
Gráfico 3.3 Origen de zapato que compra

Elaborado por: Las autoras.

2. ¿A la hora de comprar tiene preferencia por alguna marca?

Las personas encuestadas indicaron en un 77% que no tienen preferencia por alguna marca, pero un 23% respondió que sí.

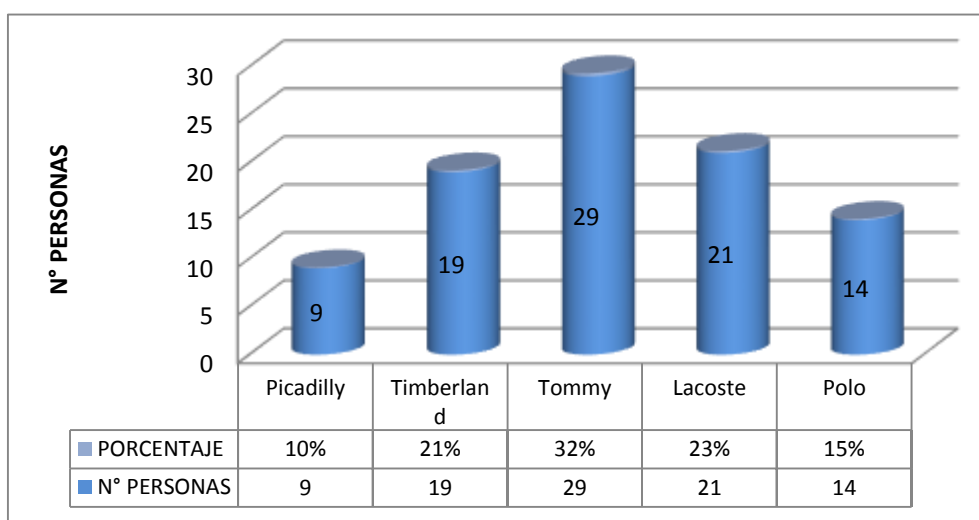
Gráfico 3.4 Preferencia por alguna marca



Elaborado por: Las autoras.

De 400 personas encuestadas 92 respondieron que tienen preferencia por alguna marca se obtuvieron los siguientes datos: El 32% prefiere Tommy, el 23% Lacoste, el 21% Timberland, 15% Polo y con el 15 % la marca Picadilly.

Gráfico 3.5 Tipo de marca

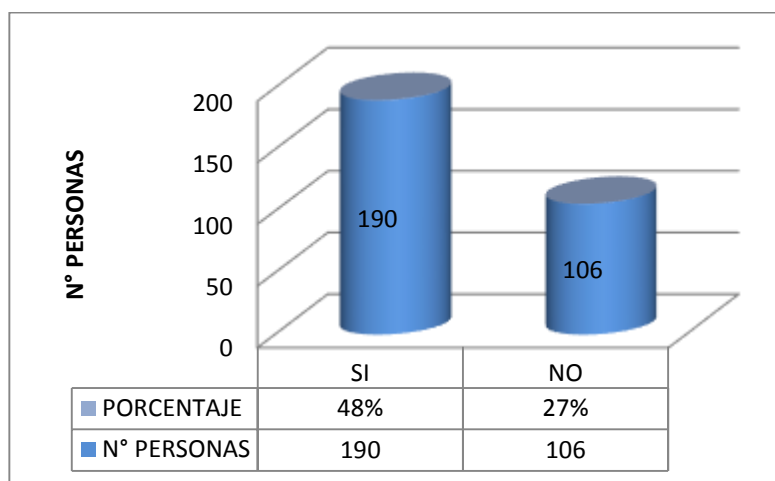


Elaborado por: Las autoras.

3. ¿Ha comprado calzado elaborado en Quisapincha?

El 48% de las personas encuestadas afirma que sí ha comprado calzado en Quisapincha compran calzado nacional, mientras que un 27% no lo ha hecho.

Gráfico 3.6 Ha comprado calzado en Quisapincha

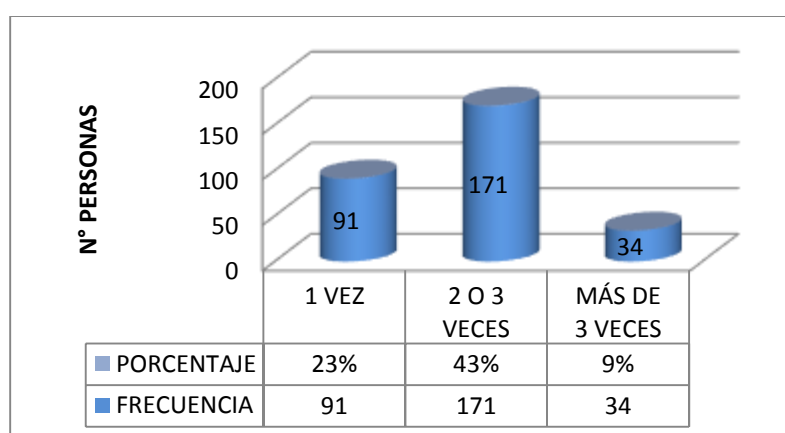


Elaborado por: Las autoras.

4. ¿Con qué frecuencia al año usted compra calzado nacional?

El 43% de las personas encuestadas dijeron que su frecuencia de compra de calzado nacional es de 2 o 3 veces por año, el 23% indicó que ha comprado 1 vez y solo el 9% ha comprado más de 3 veces.

Gráfico 3.7 Frecuencia con la que Compra Calzado Nacional

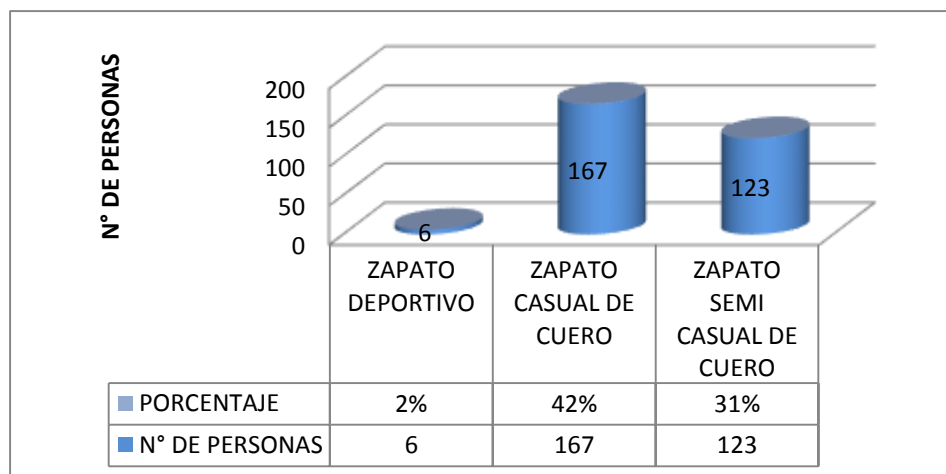


Elaborado por: Las autoras.

5. **¿Qué tipo de calzado gusta usted comprar de los ofertados en Quisapincha?**

La mayor demanda de calzado es de tipo SEMI-CASUAL con un 42%, seguido del 31% que corresponde a la demanda de zapato CASUAL y finalmente sólo el 2% pertenece al calzado deportivo.

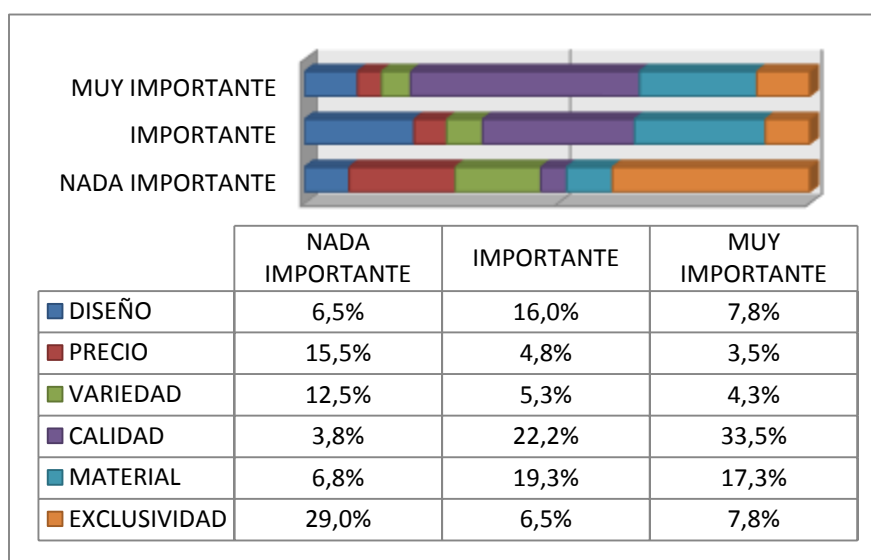
Gráfico 3.8 Gusta comprar Calzado en Quisapincha



Elaborado por: Las autoras.

6. **¿Al momento de comprar calzado qué aspectos considera usted son los más importantes?**

Gráfico 3.9 Importante al Momento de Comprar Calzado



Elaborado por: Las autoras.

Muy importante:

Como muy importante el 7.8% de las personas encuestadas consideran la exclusividad, el 33.5% la calidad, el 3.5% el precio, el 7.8% el diseño, el 17.3% el material con que se elabora el calzado y el 4.3% considera muy importante la variedad.

Importante:

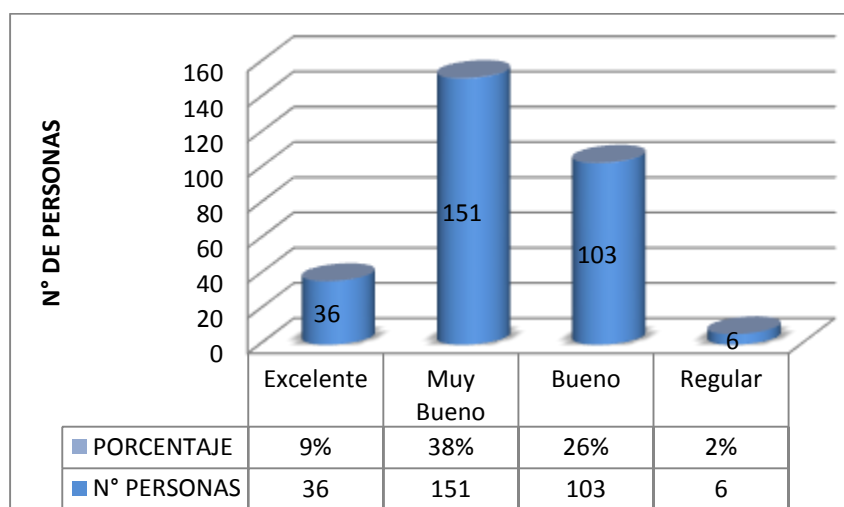
Como importante el 22.2% considera la calidad, el 16% el diseño del calzado, el 4.8% considera importante el precio, el 6.5% la exclusividad, el 19.3% el material del calzado y el 5.3% la variedad.

Nada importante:

El 29.0% considera la exclusividad como nada importante, el 12.5% la variedad, el 3.8% la calidad, el 6.8% el material del calzado el 6.5% el diseño del calzado y el 15.5% el precio.

7. ¿Cómo calificaría usted su nivel de satisfacción?

De acuerdo a la interpretación de datos para beneficio de los artesanos de Quisapincha el nivel de satisfacción de los clientes es MUY BUENO con un 38%, EXCELENTE con el 9%, el 26% considera que es BUENO. Y al menos el 2% mencionaron que tienen un nivel de satisfacción REGULAR. Como dato adicional podemos decir que eligieron esta opción ya que los clientes comentaron que después de haber comprado el calzado detectaron pequeñas imperfecciones en el acabado del mismo, mas no en la calidad.

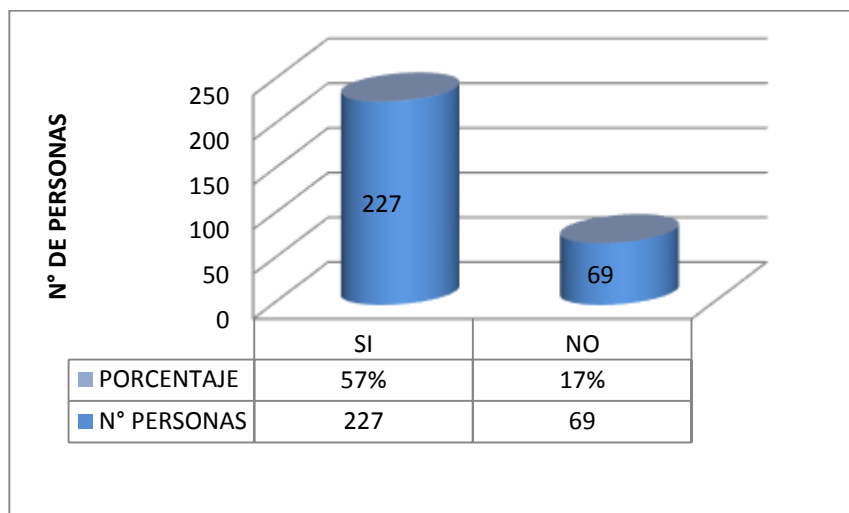
Gráfico 3.10 Nivel de Satisfacción

Elaborado por: Las autoras.

8. ¿Volvería a comprar calzado fabricado en Quisapincha?

El 57% del total de los encuestados dijeron que Sí volverían a comprar calzado en Quisapincha, mientras que el 17% dijeron que No.

Gráfico 3.11 Volvería a comprar calzado fabricado en Quisapincha

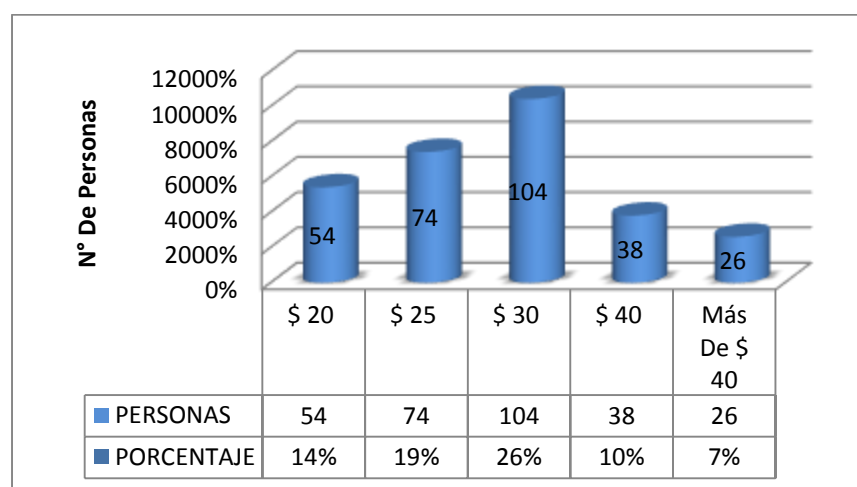


Elaborado por: Las autoras.

9. ¿En un rango de precios cuánto es lo que usted está dispuesto a pagar por un par de zapatos?

El 26% está dispuesto a pagar \$30, el 19% está dispuesto a pagar \$25, el 14% está dispuesto a pagar \$20, el 10% está dispuesto a pagar \$40 y el 7% más de \$40.

Gráfico 3.12 Rango de precios

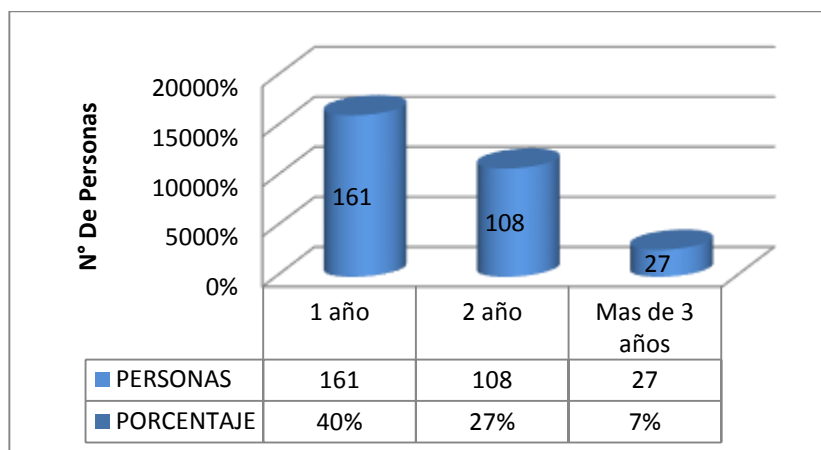


Elaborado por: Las autoras.

10. ¿De acuerdo a su experiencia en el uso del calzado de Quisapincha cuál sería la durabilidad?

El 40% de las personas encuestadas nos indicaron durabilidad de 1 año, el 27% nos indico 2 años y el 7% más de 3 años.

Gráfico 3.13 Experiencia en uso de Calzado Elaborado en Quisapincha

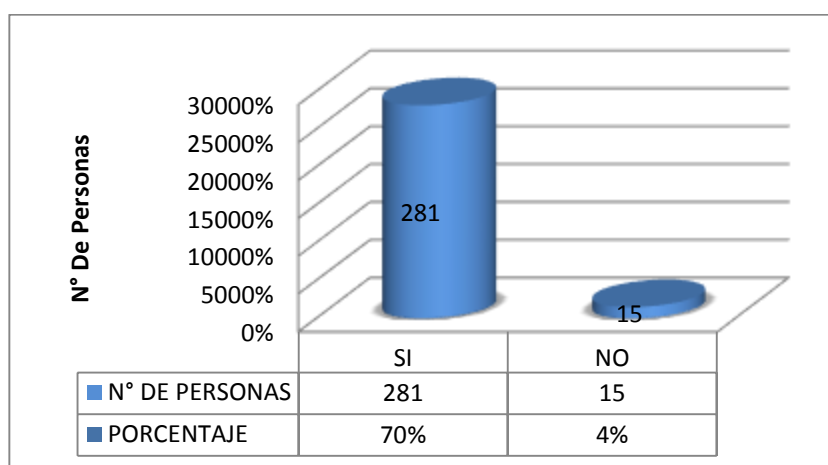


Elaborado por: Las autoras.

11. ¿Recomendaría usted comprar calzado fabricado en Quisapincha?

El 96% de los encuestados nos indicaron que si recomendarían el calzado fabricado en Quisapincha y el 4% dijo que no.

Gráfico 3.14 Recomendaría comprar Calzado en Quisapincha



Elaborado por: Las autoras.

3.7 Análisis de campo

De acuerdo a las encuestas y a la investigación de campo realizada se puede concluir que los zapatos elaborados en Quisapincha tienen gran aceptación a nivel general. Las personas entrevistadas fueron de nacionalidad ecuatoriana y también extranjeros, quienes encuentran atractivo el calzado nacional por su precio y durabilidad.

Los clientes que visitan la parroquia para comprar calzado de cuero buscan principalmente que el producto sea de buena calidad dejando en segundo plano la exclusividad, según el 40% de las 296 personas encuestadas que gustan comprar calzado en Quisapincha su durabilidad es de 1 año haciendo uso de ellos diariamente.

Cabe mencionar que el 57% de las 296 personas que prefieren calzado Quisapincha indicaron que volverían a comprar y solo un 4% indicó que no recomendarían a sus conocidos comprar el calzado de Quisapincha ya que encontraron fallas mínimas en el acabado del mismo.

CAPÍTULO 4

4.1 Propuesta de mejora en la producción y comercialización del producto.

Este capítulo contiene el diseño de una mejora en la producción y comercialización, para incrementar las ventas y la productividad del sector artesanal del calzado en parroquia Quisapincha.

En el desarrollo del presente capítulo se ha tomado en consideración la información obtenida en la investigación de campo realizada, para así definir los objetivos de la propuesta, conocer la situación actual mediante un análisis FODA y estructurar un esquema de Marketing Mix para la Comercialización, un análisis de la cadena de valor y Benchmarking la el mejoramiento de la Producción del calzado elaborado en la parroquia Quisapincha.

4.1.1 Análisis de mercado

Los artesanos de la parroquia Quisapincha dedicados a la elaboración y producción de calzado de cuero y artículos de cuero cuentan con el apoyo del Ministerio de Industrias y Productividad que ha creado escenarios apropiados para que la industria se desarrolle bajo estándares de calidad y eficiencia que les permita competir en el mercado de calzado.

4.1.2 Objetivos generales

Identificar las fortalezas del calzado de Quisapincha dentro del mercado, considerando el incremento actual de la demanda a partir del incremento de los aranceles el cual no ha sido explotado en su totalidad, desarrollando un plan de comercialización con el propósito de mejorar y los procesos de producción comercialización dentro de la industria del calzado.

4.1.3 Objetivos específicos

- ✓ Posesionar y potenciar el calzado elaborado en Quisapincha como un producto de calidad.
- ✓ Tener por lo menos un distribuidor en las principales ciudades del territorio ecuatoriano.

- ✓ Atender la demanda interna.
- ✓ Incrementar las ventas a corto plazo.

4.2 Importancia de la propuesta

4.2.1 Importancia para los clientes

La implementación de un plan de comercialización permitirá profundizar en el estudio de las necesidades del mercado meta dando paso a la creación de estrategias que busquen aplicarse para dar solución a las exigencias de los clientes, con la finalidad de lograr un consistente posicionamiento en el mercado, manteniendo estándares de calidad, los cuales permitan alcanzar una ventaja competitiva y fidelidad de los clientes.

4.2.2 Importancia para el País

El calzado de Quisapincha por ser parte del sector artesanal e industrial, al implementar un plan de comercialización el cual permita incrementar sus ventas aportara en los indicadores económicos cifras positivas, favorables al desarrollo del mismo, también es importante mencionar que el calzado que se ofrecerá será 100% nacional lo cual genera un comercio propio y contribuye al desarrollo de la matriz productiva.

4.3 Justificación

Los artesanos de la parroquia Quisapincha son personas emprendedoras, con un amplio conocimiento en la elaboración de calzado y artículos de cuero. Por lo que la competitividad de este arte depende del artesano que pone mística, dedicación y sello propio en cada artesanía que la distingue no solo entre los países sino regiones y comunas.

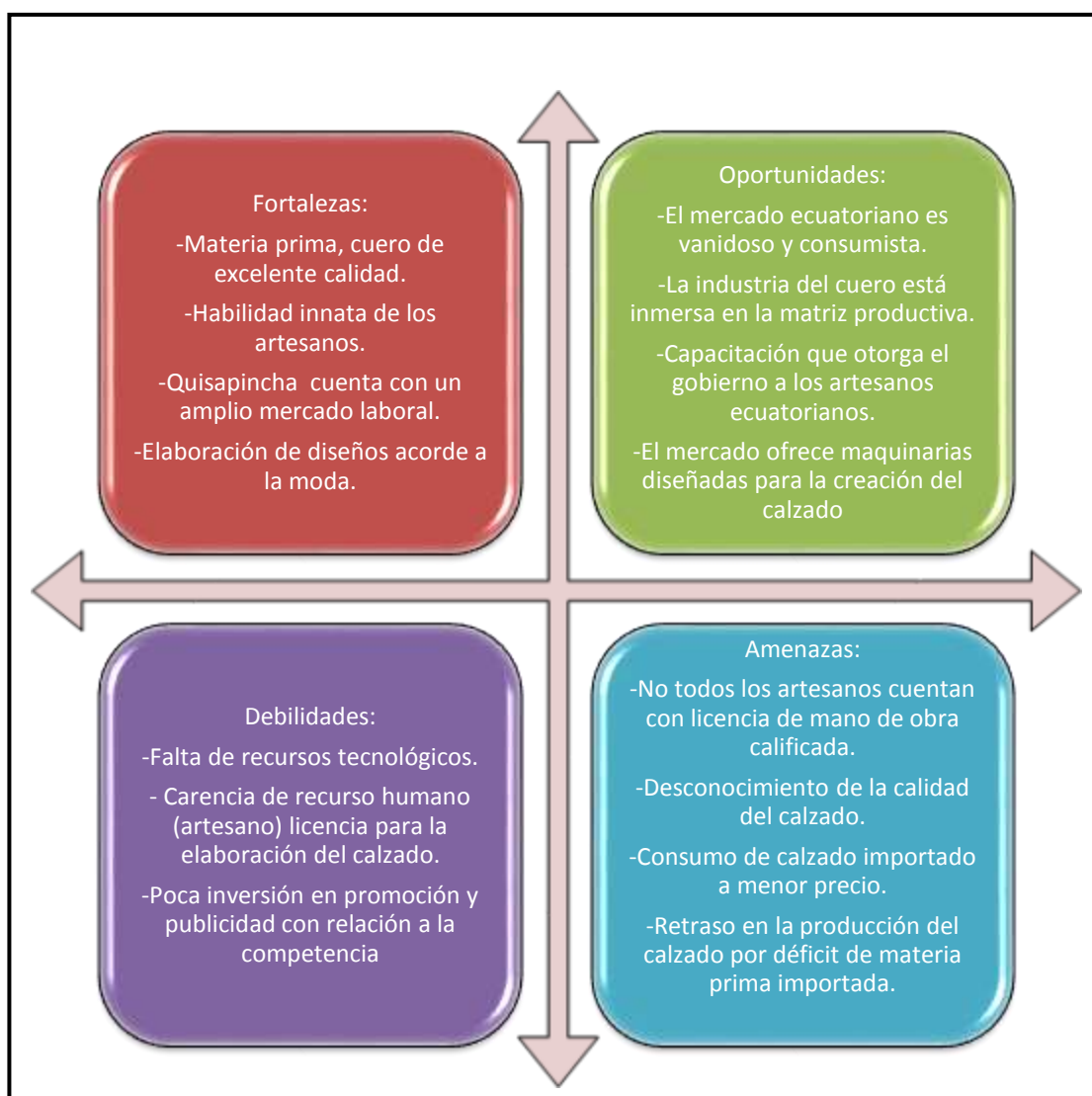
Esta propuesta se justifica por la falta de inversión en maquinaria, déficit de procesos en la producción y poca promoción que se le ha dado al calzado elaborado en la parroquia Quisapincha, lo cual se ha evidencio en el transcurso de la investigación.

Por lo tanto mediante el presente estudio realizado se pretende implementar estrategias que permitan mejorar la Comercialización y Producción del calzado hecho en Quisapincha con el objetivo de incrementar sus ventas.

4.4 Matriz de Análisis F.O.D.A.

En la siguiente matriz se mencionan los aspectos internos (Fortalezas y Debilidades), los aspectos externos (Oportunidades y Amenazas), del sector artesanal del calzado en Quisapincha.

Gráfico 4.1 Análisis F.O.D.A



Elaborado por: Las autoras

4.5 Estrategias de Comercialización

4.5.1 Estrategia de Posicionamiento

Objetivo de la estrategia:

Fortalecer las características del calzado de Quisapincha, para que tenga mayor aceptación en el mercado de calzado.

Entre los siguientes factores tenemos:

- ✓ Elaborar un empaque atractivo: las fundas biodegradables son una excelente alternativa para entregar el producto terminado, lo cual permite ayudar en la conservación del medio ambiente y además son muy novedosas.

Ilustración 4.1 Fundas Biodegradables



Elaborado por: Las autoras.

- ✓ Incluir diseños variados e innovadores: calzado de cuero casual, semi casual, con tiras, que cubran todo el tobillo. En la actualidad no existe gran variedad de modelos.
- ✓ Diseñar marcas innovadoras que hagan referencia al calzado de Quisapincha.

- ✓ Registrar las marcas en Mucho Mejor Hecho en Ecuador con el objetivo que los consumidores identifiquen el producto, también se verían beneficiados de campañas publicitarias conjuntas que fortalezcan la promoción del producto.

Ilustración 4.2 Logo Mucho Mejor Hecho en Ecuador



Fuente: Recuperado el 31 de Julio del 2014 de www.muchomejorecuador.org.ec/

Elaborado por: Las autoras.

4.5.2 Estrategia de Diferenciación

Incentivar a los clientes a través de promociones de venta, para incrementar la demanda del calzado de Quisapincha y tener la preferencia en el mercado.

- ✓ Reconocimiento de la marca.
- ✓ Avance tecnológico. Inversión en maquinaria.
- ✓ Optimo servicio por parte de los artesanos.
- ✓ Participar en diferentes ferias relacionadas con el sector artesanal de calzado para dar a conocer el fino acabado que tiene el calzado de Quisapincha.

Los artesanos de Quisapincha deberían crear una línea de productos y un programa de marketing altamente diferenciador para posesionarse como líder del mercado.

De esta manera muchos consumidores preferirán elegir sus productos por precio y calidad.

4.5.3 Estrategia de Crecimiento

- ✓ Crear alianzas entre el gremio de artesanos y el municipio de Quisapincha con el objetivo de trabajar en conjunto para organizar ferias en otras ciudades del país que aporten con la promoción de sus artesanías, y a la vez promocionar a la parroquia como atractivo turístico.
- ✓ Asociarse con CALTU, fortalecería el sector artesanal de la parroquia debido al fino acabado que tiene su calzado.
- ✓ Abrir nuevos locales en el centro de la ciudad de Ambato. El 40% de los turistas no visitan Quisapincha y solo hacen compras en el centro y sus alrededores.
- ✓ Crear una base de datos donde todos los artesanos registren las ventas mensualmente, esta información serviría como soporte a la hora de tomar decisiones para producir en base a sus pronósticos de ventas.
- ✓ Capacitación a los 80 artesanos que conforman la parroquia Quisapincha .

Ilustración 4.3 Referencia de Afiliación (CALTU)

CALTU
CAMARA DE CALZADO
TUNGURAHUA

Ambato, _____ de 2010

Doctora
Lilia Villavicencio
PRESIDENTA CALTU
Ciudad

De mi consideración:

Yo, _____, portador de la cedula de ciudadanía N°. _____ como Representante Legal de la Fabrica _____, ubicada en _____ en la Provincia de _____, Cantón _____, me dirijo muy comedidamente a Ud., y a los Miembros del Directorio de la prestigiosa Cámara de Calzado de Tungurahua que usted acertadamente dirige, para solicitar que se me acepte como socio, para lo cual me comprometo a cumplir con los requisitos de la misma.

Según de la atención que dará a la presente, le anticipo mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,

GERENTE – PROPIETARIO

Dirección: Av. Gelo Vele s/n Vía Pícalhua Km 2.1/2 y los Canarios (Junto al Parque Troya)
Telefax: (593)3 2850064 Celular: (593)984012971 – (593)992961647
Email: caltuecuador@hotmail.com
Ambato - Ecuador

www.caltuecuador.com

¡Mucho mejor!
ECUADOR

Fuente: Recuperado el 31 de Julio del 2014 de www.caltuecuador.com

Elaborado por: Las autoras

4.6 Marketing Mix

Mediante esta combinación de diferentes variables del Marketing se podrá posicionar el calzado de la parroquia Quisapincha y alcanzar los objetivos comerciales planificados.

Gráfico 13 Marketing Mix



Elaborado por: Las Autoras

4.7 Cadena de Valor

Este modelo teórico propuesto por *Michael Porter* en su libro “La ventaja competitiva” publicado en 1986, distingue dos tipos de actividades dentro de una organización: las primarias y las actividades de apoyo.

Las actividades primarias se dividen en: logística interna, operaciones (producción), logística externa, ventas y marketing, servicios post-venta (mantenimiento). Estas actividades son apoyadas por: dirección de administración, dirección de recursos humanos, desarrollo de tecnología (investigación y desarrollo) y abastecimiento (compras). La cadena de valor es una poderosa herramienta que nos permite categorizar las actividades que den valor agregado al producto final y que éste sea percibido por el cliente. Tiene como objetivo maximizar la creación de valor mientras se minimizan los costos.

Análisis:

Los artesanos de Quisapincha deben conocer la importancia de cada uno de los procesos que conforman la cadena de valor, con la finalidad que el cliente perciba el valor del producto. Se ha identificado que las actividades de soporte como lo indica el (Gráfico 4.1) no han sido desarrolladas por este grupo de artesanos, por lo que se propone implementar maquinarias, capacitar al recurso humano y emplear de buenas prácticas administrativas.

Gráfico 14 Cadena de valor



Elaborado por: Las autoras

4.7.1 Cadena de Abastecimiento Aplicado a Quisapincha

4.7.2 Actividades Primarias

4.7.3 Manejo de la cadena de abastecimiento

Los artesanos de Quisapincha compran lo materia prima para su producción semanal de calzado.

Recomendación

Se debería elaborar un presupuesto de ventas que les permita saber cuál será la producción trimestral según su histórico de ventas, con la finalidad de tener materia prima disponible y agilizar respuesta en los pedidos.

4.7.4 Operaciones

Alrededor de tres artesanos son necesarios para el proceso de producción, los pedidos son ejecutados de forma empírica.

Recomendación

Es necesario que los artesanos trabajen bajo órdenes de pedido que les permita elaborar un registro de los pares producidos y evitar errores en la fabricación, esto contribuirá con el proceso de gestión de inventarios y con todas las actividades relacionadas con la transformación del calzado hasta el producto final.

4.7.5 Distribución

El producto terminado es transportado del taller al local en una camioneta. La venta es realizada directamente del cliente al consumidor.

Recomendación

El buen manejo de las cajas al momento de transportar el producto puede trae

4.7.6 Ventas y Marketing

4.7.6.1 Ventas:

Los locales que ofertan el calzado tienen precios estándares, lo cual les permite una competencia justa.

4.7.6.2 Marketing:

La publicidad realizada por los artesanos de la parroquia se encuentra en mal estado.

Las personas que ofertan el calzado deberían implementar técnicas de ventas que les permitan crear un vínculo entre vendedor y cliente

4.7.7 Actividades Secundarias

4.7.8 Investigación y Desarrollo

Los artesanos asisten a capacitaciones gratuitas otorgadas por el Servicio Ecuatoriano de Capacitación profesional (SECAP), donde actualizan sus conocimientos en temas básicos.

Recomendación

Los dueños de los talleres deberían enviar a sus colaboradores de forma constante a las capacitaciones ya que son ellos

4.7.9 Manejo de recursos humanos

La contratación del personal es informal. No poseen un análisis de puesto de las tareas realizadas.

Recomendación

El proceso de selección de personal ayuda a elegir a personas idóneas para el cargo requerido. El recurso humano debe conocer la misión y visión de la organización. El personal debe ser reconocido si ejecuta se forma óptima su labor. La motivación es esencial para un buen desarrollo del personal.

4.7.10 Administración general

Generalmente el administrador es el dueño del taller, el mismo que se encarga de realizar las compras, cobros a clientes y pagos a proveedores.

Recomendación:

El propietario tiene que tener como objetivo maximizar la utilización de los recursos e implementar nuevas ideas para su negocio, con el fin de crear valor al cliente final y así poder alcanzar las metas deseadas

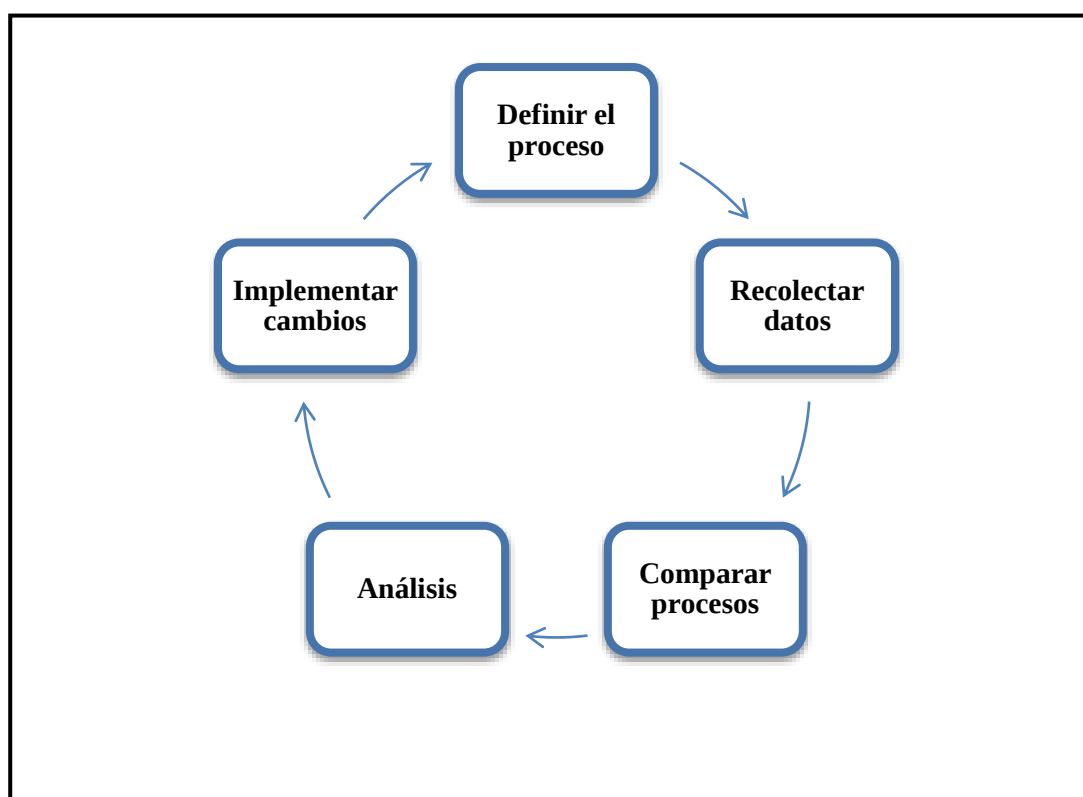
4.6 Benchmarking

De acuerdo con (Spendolini, 2000), Benchmarking es un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones que son reconocidas como representantes de las mejores prácticas, con el propósito de realizar mejoras.

La aplicación de esta herramienta ayudara a los artesanos de calzado de la parroquia Quisapincha, a comparar su proceso productivo con grandes industrias productoras de calzado, ya que permitirá evaluar si los artesanos están desarrollando de forma correctas sus actividades y de esta forma ser más eficientes y eficaces en el mercado.

Además esta herramienta permite tomar decisiones en base a hechos y no de forma empírica, como lo indica el (Gráfico 4.2).

Gráfico 15 Benchmarking



Elaborado por: Las autoras

Conclusión

En el presente trabajo de investigación se concluye lo siguiente:

- ✓ La imposición de las salvaguardias contribuyó con cambios positivos en las ventas de la localidad de Quisapincha.
- ✓ Los artesanos tienen una excelente habilidad para diseñar productos de cuero.
- ✓ El calzado elaborado en Quisapincha se comercializa en mayores proporciones a las provincias tales como: Quito, Cuenca, Guayaquil y Ambato.
- ✓ A partir de las salvaguardias se pretende fomentar un cambio de cultura en los consumidores y que ellos prefieran comprar productos ecuatorianos.
- ✓ Los artesanos de Quisapincha no forman parte de alguna Cámara u Organización que los respalde lo que produce desorganización cuando se trata de tomar medidas que benefician a los productores y se convierte en una desventaja frente a la competencia.
- ✓ Carecen de maquinarias de tecnología avanzada.
- ✓ Según los datos obtenidos los clientes sí prefieren los productos elaborados en Quisapincha porque el cuero que utilizan es de calidad.
- ✓ Según las encuestas realizadas en Quisapincha el calzado tiene un 64% de aceptación en hombres que tienen entre 36 y 40 años de edad quienes gustan de calzado semi-casual. Tienen un nivel de satisfacción muy bueno.

Recomendaciones

- ✓ Una vez analizado la industria de cuero en Quisapincha se ha llegado a la conclusión que el gobierno debería mantener el arancel mixto a las importaciones de calzado para de esta forma proteger a la industria que ha mejorado su producción a partir del 2009.
- ✓ La Cámara de Calzado de Tungurahua debe agremiar también a los diferentes grupos de artesanos que se dediquen a la elaboración de productos de cuero.
- ✓ Los artesanos deben buscar alianzas estratégicas con locales comerciales de las principales ciudades del país para comercializar y promocionar sus productos.
- ✓ Las entidades financieras deben ser un apoyo fundamental para la inversión en tecnología con el fin de mejorar los procesos de producción.
- ✓ Se debe elegir un representante de los artesanos que les ayude a proyectarse con objetivos claros a mediano y largo plazo. Este mismo representante debería de hacer hincapié en que todos los artesanos obtengan su licencia de mano de obra calificada.
- ✓ Se recomienda a los dueños de los talleres motivar a sus colaboradores para que se sientan incentivados a realizar su trabajo con responsabilidad, contribuyendo con el desarrollo de la industria y creando un buen ambiente laboral.

BIBLIOGRAFÍA

Aduana del Ecuador. (s.f.). Recuperado el 23 de Abril de 2014, de Arancel Integrado : <http://sice1.aduana.gob.ec/ied/arancel/index.jsp>

ADUANA DEL ECUADOR, SENA. (2013). *ejecutivo 468 mediante el cual se reforma el Arancel Nacional de Importaciones para textiles, calzados y partes de calzado, lo que se ha implementado en el SICE.* GUAYAQUIL: ADUANA DEL ECUADOR.

ADUANA DEL ECUADOR, SENA. (2013). *ENTES REGULADORES.* GUAYAQUIL.

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2013). *IMPORTACIONES DE ECUADOR HACIA EL MUNDO.* GUAYAQUIL.

Camara Nacional de Calzado. (s.f.). Recuperado el 5 de Mayo de 2014, de <http://www.caltuecuador.com/camara.htm>

Curtiembre Quisapincha. (s.f.). Recuperado el 26 de Febrero de 2014, de Comunidad Virtual del cuero: http://www.cueronet.com/curtiembres/curtiembres_ecuador1.htm

Ecuador, S. N. (2013). www.aduana.gob.ec.

EL UNIVERSO. (MAYO de 2013). *PRODUCCIÓN DE CALZADO EN EL ECUADOR. LAS IMPORTACIONES DE CALZADO EN EL ECUADOR.*

Feria Internacional de Calzado y Componentes Ecuador. (s.f.). Recuperado el 10 de Abril de 2014, de <http://www.ficce.com.ec/>

Finanzas, M. d. (18 de Noviembre de 2013). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.* Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/masQmenos-18-11-2013.pdf>

Google.maps. (2013). *PARROQUIA QUISAPINCHA , PROVINCIA DE TUNGURAHUA.*

INEC. (MARZO de 2011). *BOLETÍN MENSUAL ANÁLISIS SECTORIAL DE MIPYMES.* Recuperado el 29 de OCTUBRE de 2013

INEC. (2013). *LA PRODUCCION NACIONAL DE CALZADO DEPORTIVO.* GUAYAQUIL.

Lazar, S. (2005). *COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.* MEXICO: PERSON EDUCACIÓN.

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR. (2013). *INDUSTRIA DE CALZADO EN EL ECUADOR.* GUAYAQUIL.

Ministerio de Industrias y Productividad. (s.f.). Recuperado el 01 de Mayo de 2014, de <http://www.industrias.gob.ec/ministra-sion-reitera-compromiso-de-apoyo-al-sector-cuero-y-calzado/>

Ministerio de Industrias y Productividad. (s.f.). Recuperado el 02 de Abril de 2014, de <http://www.industrias.gob.ec/ministra-sion-reitera-compromiso-de-apoyo-al-sector-cuero-y-calzado/>

<http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Ecuador/Calzado-polainas-y-articulos-analogos-partes-de-estos-articulos/EC/64>

ANEXOS

Anexos

Anexos 1. Encuesta realizada a clientes



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Tema de Tesis: Incidencia socioeconómica de las barreras arancelarias aplicadas a las importaciones de calzado en la parroquia Quisapincha de Ambato , provincia de Tungurahua y propuesta de mejora en la producción y comercialización del producto.

Objetivo: Identificar mediante esta encuesta cuáles son las preferencias, motivaciones y razones de los clientes a la hora de tomar la decisión de compra y así generar nuevas propuestas en cuanto a diseño, atención, precios y variedad y así ser más efectivos al momento de cubrir el mercado nacional .

Autoras: Jenniffer Maritza Orozco Pico , Ivonne Lissette Salcedo Baldeón.

Tutor: Econ.Ercilia Franco Cedeño .MSC.

Encuesta dirigida a clientes.

Información general:

Edad: () 20-25 () 26-30 () 31-35 () 36-40 () + 40

Sexo: () Masculino () Femenino

Ocupación: ()

Información específica:

1) ¿Qué origen de zapatos compra habitualmente usted?

Nacional () Importado ()

2) ¿A la hora de comprar tiene preferencia por alguna marca?

Si () ¿Cuál? () No ()

3) ¿Gusta Usted comprar calzado nacional?

Si () No ()

4) **¿Con qué frecuencia al año Ud. Compra calzado nacional?**

1 vez () 2 a 3 veces () Más de 3 veces ()

5) **¿Qué tipo de calzado gusta usted Comprar de los ofertados en Quisapincha?**

Zapato Deportivo () Zapato Casual de cuero () Zapato Semi casual ()

6) **Al momento de comprar calzado que aspectos considera Usted que son los más importantes en el siguiente listado:**

	<u>Nada importante</u>	<u>Importante</u>	<u>Muy Importante</u>
Diseño	()	()	()
Precio	()	()	()
Variedad	()	()	()
Calidad	()	()	()
Material	()	()	()
Exclusividad	()	()	()
Otros	()	()	()

7) **¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción :**

Excelente () Muy Bueno () Bueno () Regular ()

8) **¿Volvería a comprar calzado fabricado en Quisapincha?**

Si () No ()

9) **¿En un rango de precios cuánto es lo que Ud. Está dispuesto a pagar por un par de zapatos?**

\$20() \$ 25() \$30() \$40()
Más de \$40()

10) **¿De acuerdo a su experiencia en el uso de este calzado ¿Cuál sería la durabilidad?**

1 año () 2 años () Más de 3 años ()

11) **¿Recomendaría usted comprar calzado fabricado en Quisapincha?**

Si () No ()

Anexos 2.Feria del cuero - parroquia Quisapincha



Anexos 3.Feria Quisapincha- Sra. Sonia zapata artesana



Anexos 4. Variedad de artículos de cuero



Anexos 5. Variedad de artículos de cuero



Anexos 6. Variedad de artículos de cuero



Anexos 7. variedad de artículos de cuero



Anexos 8. Visita a la parroquia Quisapincha



Anexos 9. Parroquia Quisapincha



Anexos 10.Cooperativa 21 de noviembre



The advertisement features a bright green background with a blue wave at the bottom. In the top left corner is a circular logo with the text "21 DE NOVIEMBRE" and "COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO" around a central graphic of a hand holding a dollar bill. To the right of the logo, the text "21 DE NOVIEMBRE" is written in large blue letters, with "COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO" in smaller blue letters below it. In the center, a hand is shown holding a stack of US dollar bills. To the right of the hand is a circular graphic containing the word "Créditos" at the top, an image of a pen and money, and the phrase "Para toda necesidad" at the bottom. Below the hand, the text "APROBADO Inmediatamente en forma" is written in blue. Below this, the word "ÁGIL" is written in large black letters, followed by "y" in blue. Below "y", the word "OPORTUNA" is written in large white letters with a blue outline. At the bottom, the phrase "Seguridad, Rentabilidad y Confianza..." is written in white.

21 DE NOVIEMBRE
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

21 DE NOVIEMBRE
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

Créditos
Para toda necesidad

APROBADO
Inmediatamente
en forma

ÁGIL y
OPORTUNA

Seguridad, Rentabilidad y Confianza...

Anexos 11.Cooperativa 21 de noviembre

21 DE NOVIEMBRE
Cooperativa de Ahorro y Crédito

INVERSION
seguro
en una
Institución
Financiera
Solvente
y Rentable
60, 90, 180 Y 360 DIAS
Pagamos la Mejor Tasa de Interés

AHORROS
Ahorro Futuro
Ahorro 21
Ahorro super 21

CREDITOS
Credipóliza
Credimercado
Emergente
Artesanal, Comercio

NUESTROS SERVICIOS FINANCIEROS

PAGO DEL BONO BONO DEPOSITOS PROMOTIVANDO	PAGO DE CALIFICACIONES PERSONALES Y PROFESIONALES IESS TRANSFERENCIAS INTER BANCARIAS	PAGO DE IMPUESTOS SRI Rise PAGO DE SOAT SOAT MATRICULACIÓN VEHICULAR	ENVÍOS DENTRO Y FUERA DEL PAÍS CORREOS DEL ECUADOR PAGOS DE PANILLAS Cnt
---	--	--	---

Matriz: Quisapincha Barrio el Calvario Telf: 032 772 868
Agencia: Izamba Av. Pedro Vascones y Augusto Salazar tel: 032 452 728

Anexos 12. Propietario de curtiembre en Quisapincha

**CURTIEMBRE
QUISAPINCHA**

*"El mejor cuero para exportación,
vestimenta, calzado, tapicería
para autos y muebles"*

ELIAS CAMACHO
PROPIETARIO

e-mail: curtiembrequisapincha@gmail.com
website: www.curtiembrequisapincha.com

Dirección: Quisapincha
Av. Circunvalación y Cóndor
Domicilio: 03-2772272
Fábrica: 03-2772566
Cel: 087-407810

Anexos 13.Registro de afiliación (CALTU)



**CAMARA DE CALZADO
TUNGURAHUA**

Ambato, _____ de 2010

**Doctora
Lilia Villavicencio
PRESIDENTA CALTU
Ciudad**

De mi consideración:

Yo, _____, portador de la cedula de ciudadanía N°. _____ como Representante Legal de la Fabrica _____, ubicada en _____ en la Provincia de _____, Cantón _____, me dirijo muy comedidamente a Ud., y a los Miembros del Directorio de la prestigiosa Cámara de Calzado de Tungurahua que usted acertadamente dirige, para solicitar que se me acepte como socio, para lo cual me comprometo a cumplir con los requisitos de la misma.

Según de la atención que dará a la presente, le anticipo mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,

GERENTE – PROPIETARIO

Dirección: Av. Gelo Vela s/n Vía Picaihua Km 2 1/2 y los Canarios (Junto al Parque Troya)
Telefax: (593)3 2850064 Celular: (593)084012971 - (593)092961647
Email: caltuecuador@hotmail.com
Ambato - Ecuador



www.caltuecuador.com