

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
INGENIERAS COMERCIALES**

**ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE SALVAGUARDIAS A LA
IMPORTACIÓN DE CALZADO Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO
DEL SECTOR DEL CALZADO EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA EN
EL PERÍODO 2010 - 2012**

**AUTORAS:
CRISTINA ALEXANDRA CISNEROS NAVARRETE
MARCIA JACQUELINE HERAS VELÁSQUEZ**

**DIRECTORA:
MARÍA FERNANDA TAPIA BARRENO**

Quito, febrero del 2015

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Nosotras, autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, febrero del 2015.

(f). _____

Cristina Alexandra Cisneros Navarrete

C.I.: 171735605-7

(f). _____

Marcia Jacqueline Heras Velásquez

C.I.: 1722644612

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación está dedicado a Dios por darme la oportunidad de vivir en su hermosa creación.

A mi padre Gustavo por su tenacidad y lucha insaciable que es un gran ejemplo a seguir, buscando cada día ofrecernos un mejor futuro. Mi madre Teresa porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a lo largo de mi vida. A mi hermano Guillermo, a mi primo Pablo por ser uno de los pilares que le da sentido a mi vida y ganas de lograr el éxito.

Marcia J. Heras V.

Este trabajo de grado está dedicado a mis padres y a mis hermanas, gracias por sus consejos, su apoyo y su confianza.

A mí amada hija Karlita, que con su paciencia y amor motiva cada uno de mis pasos, a mis grandiosas personas que estuvieron pendientes del desarrollo de este proyecto y que durante este tiempo me han enseñado que la recompensa de un trabajo no es lo que obtenemos sino en lo que nos convertimos. ¡Gracias!

Cristina A. Cisneros N.

AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado del esfuerzo conjunto de las dos personas que realizamos el trabajo. Por esto agradecemos a nuestra directora de tesis, Ing. María Fernanda Tapia Barreno, por su apoyo incondicional y la amistad que nos brindó en la elaboración del presente trabajo de investigación, así como a cada uno de nuestros profesores a quienes les debemos gran parte de nuestros conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad Politécnica Salesiana, la cual abre sus puertas a jóvenes como nosotras, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	2
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1 Diagnóstico de situación.....	2
Reseña histórica del calzado en sus inicios en el mundo.....	2
Reseña histórica del calzado en el Ecuador.....	4
Proceso de elaboración y producción del calzado mocasín dama.....	6
Almacenamiento de materiales.....	7
Transporte al área de proceso.....	7
Corte de piezas	8
Unión de piezas	8
Maquinado de corte.....	9
Montaje	10
Pegado tradicional.....	10
Terminado	10
Pigmentado.....	11
Empaque.....	12
Almacenamiento del producto terminado.....	12
Importaciones de calzado en el Ecuador.....	12
1.2 Contextualización del problema de investigación.....	15
El problema de investigación:.....	15
Principales causas:	15
Principales consecuencias o efectos:.....	15
1.3 Formulación del problema de investigación.....	16
1.4 Sistematización del problema de investigación.....	17
1.5 Delimitación.....	17
Temporal.....	17
Espacial.....	17
1.6 Objetivos.....	18
Objetivo general.....	18

Objetivos específicos	18
CAPÍTULO 2	19
MARCO TEÓRICO.....	19
2.1 Conceptos relevantes	19
Barreras arancelarias	19
Balanza de pagos.....	20
Balanza comercial	20
Anti dumping	20
Salvaguardia.....	21
Exportación	22
Importación	22
Incoterms.....	22
FOB (Free On Board).....	23
CIF (Cost, Insurance and Freight).....	24
Aduana	25
Aranceles.....	25
Contrabando	25
Administración.....	26
Estrategia.....	26
Mercado.....	27
Empresa.....	27
Producto	28
Precio.....	28
Promoción	28
Plaza	28
F.O.D.A.....	29
Costo / beneficio	29
Ergonomía.....	29
Innovación.....	30
Diseño	30
Zapato.....	30
Horma.....	31

Forro.....	31
Capellada.....	31
Materia prima.....	31
Plantilla.....	32
Proveeduría.....	32
Curtir.....	32
Molde.....	32
Suela.....	33
Cuero.....	33
Etiqueta.....	33
AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías).....	34
FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia).....	34
ICE (Impuesto a los Consumos Especiales).....	34
IVA (Impuesto al Valor Agregado).....	34
Proteccionismo.....	34
Libre comercio.....	35
2.2 Marco referencial.....	35
Casos de salvaguardias y estrategias para proteger la industria de calzado en países latinoamericanos.....	35
Colombia.....	35
México.....	36
El Salvador.....	37
Tesis de salvaguardia.....	38
2.3 Marco legal.....	38
Aplicación del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.....	39
Registro Oficial jueves 22 de enero del 2009. N° 512. Arancel específico de \$10 por par.....	39
Registro Oficial viernes 15 de enero del 2010. N° 109 (Anexo Resolución 533 COMEXI).....	41
Registro Oficial 29 de enero del 2010. Resolución 538.....	41
Registro Oficial 03 de febrero del 2010. Resolución N° 549.....	42

Registro Oficial 03 de febrero del 2010. N° 135. Arancel mixto de \$6 por par + 10% ad-valorem.....	42
Registro Oficial N° 549. Resolución 566 del 9 de junio de 2010.....	44
Registro Oficial del 14 de julio de 2010. Resolución 578.	44
Reglamento Técnico Ecuatoriano del Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN Número 080 modificado en el año 2013.	45
Objeto.....	46
Campo de aplicación.....	46
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.	46
Capítulo VII Regímenes Aduaneros Sección I, Regímenes de Importación.	47
Reglamento al título de la facilitación aduanera para el comercio, del libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	47
Medidas de defensa comercial.	48
Medidas antidumping.....	49
Medidas de salvaguardia.....	50
Certificación de origen de mercancías	51
CAPÍTULO 3	53
MARCO METODOLÓGICO	53
3.1 Tipo de investigación.....	53
Investigación de campo.....	53
Métodos de investigación.....	53
Diseño de la investigación	54
Población y muestra	54
Tamaño de la muestra	55
Selección de la muestra.....	57
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	59
Tabulación de la encuesta de productores.....	59
Tabulación de la encuesta de comercialización.	67
Técnicas de procesamiento y análisis de datos.	82
Análisis cualitativo.....	82

CAPÍTULO 4	84
INTRODUCCIÓN AL CASO	84
4.1 Análisis interno.....	84
Productores.....	84
Comercializadores.....	85
Importadores	85
Consumidores.....	86
Partida arancelaria del calzado N° 64.	87
Consideraciones generales	95
Acuerdos comerciales más representativos entre Ecuador y el mundo.	96
Análisis de las diferentes resoluciones y los cambios que ha sufrido el arancel mixto.	105
Análisis Externo.....	108
Análisis y desarrollo de la matriz FODA.....	111
CONCLUSIONES	114
RECOMENDACIONES	116
LISTA DE REFERENCIAS	117

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Evolución del calzado.	3
Tabla 2. Antecedentes del calzado en el Ecuador	5
Tabla 3. Registro Oficial jueves 22 de enero del 2009. N° 512 (Resolución 466 COMEXI).....	40
Tabla 4. Registro oficial del 3 de febrero del 2010 N° 135. (Resolución 550 COMEXI).....	43
Tabla 5. Resolución N° 466.	44
Tabla 6. Resolución 578.....	45
Tabla 7. Clasificación y descripción de partidas y subpartidas arancelarias.	46
Tabla 8. Asociaciones de comercializadores ubicadas de la provincia de Tungurahua.	56
Tabla 9. Material que utiliza como materia prima para la producción del calzado. ..	59
Tabla 10. Tipo de calzado que más se produce.....	60
Tabla 11. Materia prima, materiales e insumos, nacionales e importados.....	61
Tabla 12. Cantidad de calzado que se produce al mes.	63
Tabla 13. Fortalezas del sector productivo del calzado.	64
Tabla 14. Frecuencia de renovación de activos fijos.	65
Tabla 15. Costo de fabricación del calzado.	66
Tabla 16. Tipo de calzado que más comercializa.	67
Tabla 17. Género de mayor consumo de calzado.	68
Tabla 18. Cualidades consideradas al adquirir calzado.	69
Tabla 19. Preferencia del consumidor ecuatoriano.	70
Tabla 20. Publicidad en el sector del calzado.	71
Tabla 21. Tipo de material que el cliente prefiere en calzado.	72
Tabla 22. Lugar donde los comercializadores adquieren el calzado.....	73
Tabla 23. Países que importan a minoristas en Tungurahua.	74
Tabla 24. Uso de calzado con mayor frecuencia.....	75
Tabla 25. Características consideradas al adquirir calzado.....	76
Tabla 26. Preferencia de calzado nacional o importado.	77
Tabla 27. Frecuencia de adquisición de calzado	78
Tabla 28. Rango de tallas con mayor uso en calzado	79

Tabla 29. Inversión trimestral promedio en calzado	80
Tabla 30. Desconocimiento de empresas productoras de calzado	81
Tabla 31. Partida arancelaria del calzado y sus partes N° 64.	88
Tabla 32. Régimen de integración arancelaria a través de los acuerdos comerciales	97
Tabla 33. Análisis resoluciones arancel mixto.....	106
Tabla 34. Balanza comercial del calzado en Ecuador (2008- 2012).....	108
Tabla 35. Análisis FODA sector calzado, Provincia de Tungurahua.	112

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Sandalia de cuero judía de 72 d.C	2
Figura 2. Proceso de producción del calzado.....	6
Figura 3. Almacenamiento de material elaborar calzado.....	7
Figura 4. Transportar la materia prima área de producción.	7
Figura 5. Corte de piezas con moldes de diferentes diseños.....	8
Figura 6. Unión de piezas de cada calzado.	8
Figura 7. Grabado y perforado del calzado de acuerdo al diseño.	9
Figura 8. Montaje del calzado y numeración.	10
Figura 9. Pegado de suelas con químicos.....	10
Figura 10. Terminado del calzado y control de calidad.....	11
Figura 11. Pigmentación del calzado de acuerdo al diseño.	11
Figura 12. Codificación del calzado para almacenarlo.	12
Figura 13. Importaciones Ecuador – Mundo 2008 – 2012.....	14
Figura 14. Causas y efectos de la producción y comercialización sector calzado en Tungurahua.	16
Figura 15. Provincias de mayor producción de calzado.	17
Figura 16. Número de empresas registradas desde el año 2005 al 2013 en Ecuador. 55	
Figura 17. El cuero es la materia prima más utilizada en la producción de calzado. 59	
Figura 18. Tipo de calzado que más produce.....	60
Figura 19. Listado de materiales e insumos nacionales e importados	62
Figura 20. Cantidad de calzado que se produce al mes.....	63
Figura 21. Fortalezas del sector del calzado	64
Figura 22. Periodo de cambio de activos fijos	65
Figura 23. Costo de fabricación del calzado.	66
Figura 24. Tipo de calzado que más se comercializa.....	67
Figura 25. Género de mayor consumo de calzado.	68
Figura 26. Cualidades consideradas cuando se adquiere el calzado.	69
Figura 27. Preferencia del consumidor nacional.....	70
Figura 28. La publicidad y su influencia en la comercialización del calzado.....	71
Figura 29. Material por el que optan los clientes en el calzado.	72
Figura 30. Lugar de adquisición de los comercializadores.....	73

Figura 31. Países de los que importa calzado a minoristas en Tungurahua.....	74
Figura 32. Calzado que usa con mayor frecuencia.	75
Figura 33. Consideraciones al adquirir calzado	76
Figura 34. Preferencia de calzado nacional o extranjero	77
Figura 35. Frecuencia de adquisición de calzado.....	78
Figura 36. Tallas de calzado que más usa el cliente	79
Figura 37. Monto de dinero que invierte el cliente en calzado.....	80
Figura 38. Desconocimiento de empresas productoras de calzado.....	81
Figura 39. Balanza Comercial del Calzado – Ecuador 2008 – 2012	108

ANEXOS

Anexo 1. Pasos para importar	122
Anexo 2. Formato de encuestas	124
Anexo 3. Comparativo importación de calzado en el mundo.	130
Anexo 4. Comparativo exportaciones de calzado en el mundo.	131

RESUMEN

La demanda de un producto de calidad ha sido primordial en los últimos años en el consumidor nacional. Por ello los comerciantes de la Provincia de Tungurahua, iniciaron la importación del calzado en el Ecuador, ocasionando que exista una mayor venta del producto extranjero, perjudicando al mercado nacional.

Por ello, el Gobierno Nacional a fin de proteger un importante subsector del Código de la Producción, abrió una brecha de oportunidades para las pequeñas y medianas empresas y el sector artesano principalmente, con la aplicación de una salvaguardia por balanza de pagos, arancel específico de \$10 por cada par de calzado importado más el 10% de Ad-valorem.

La presente investigación trata el análisis de los cambios efectuados en las salvaguardias, así como el impacto en el crecimiento del sector del calzado en la provincia de Tungurahua.

El trabajo investigativo muestra además un análisis comparativo entre los diferentes tipos de calzado, según su clasificación arancelaria, ya que varía el valor de la salvaguardia según los tratados y acuerdos internacionales con el mundo; así como la evolución de los cambios efectuados a través de los años en las medidas tomadas por el Gobierno Nacional, protegiendo al productor ecuatoriano.

ABSTRACT

The demand for a quality product has been paramount in recent years on the national consumer. Why traders from the province of Tungurahua, started the import of footwear in the Ecuador, resulting in that there is a greater sale of foreign product, hurting the domestic market.

Therefore, the national Government in order to protect an important subsector of the production code, opened a gap of opportunities for SMEs and the craft sector mainly with the application of a safeguard for balance-of-payments, fee \$10 per pair of imported footwear-specific plus 10% Ad valorem.

This research is the analysis of changes made to the safeguards, as well as it impacted on the growth of the sector of footwear in the province of Tungurahua.

The research work shows also a comparative analysis between different types of footwear, according to their tariff classification, since it varies the value of safeguarding according to treaties and international agreements with the world; as well as the evolution of changes made over the years in the measures taken by the national Government, protecting the Ecuadorian producer.

INTRODUCCIÓN

Las importaciones de calzado en el Ecuador han tenido altas y bajas en los últimos años debido a cambios constantes en el arancel de aduanas y las salvaguardias colocadas por el Gobierno Nacional como medida para incentivar la producción nacional.

La presente investigación trata el análisis de los cambios efectuados en las salvaguardias, así como el impacto en el crecimiento del sector del calzado en la provincia de Tungurahua.

El trabajo investigativo inicia con la historia del calzado en nuestro país y la evolución que se ha dado en cuanto a modelos y diseños por medio del proceso de elaboración del calzado. También se menciona lo antecedentes de las importaciones del producto, la formulación del problema de investigación y los objetivos.

En el marco teórico se recopiló los principales conceptos de comercio exterior, administración de empresas tales como: salvaguardias, aranceles, importaciones, exportaciones entre otros, además definiciones en cuanto al calzado, materiales y marroquinería. En cuanto al marco referencial, cuenta con casos similares de países que el gobierno busco alternativas para el crecimiento del sector del calzado, en cuanto al marco legal se refiere, se integró diferentes resoluciones que giraron en torno al arancel mixto dadas por el Ministerio de Comercio Exterior.

En el análisis se recopiló información utilizando técnicas de investigación realizadas a productores, comercializadores e importadores de calzado en Tungurahua; obteniendo resultados estadísticos; además, se realizó una comparación entre los diferentes aranceles, salvaguardias, porcentajes de los diferentes impuestos por tipo de calzado, y de los diferentes países de donde se importa la mercadería.

La investigación termina con las conclusiones y recomendaciones donde se indica si ha existido efectividad o fracaso del arancel mixto para el sector del calzado en Tungurahua.

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Diagnóstico de situación.

Reseña histórica del calzado en sus inicios en el mundo.

Existen evidencias que nos enseñan que la historia del zapato comienza a partir del año 10.000 a.C., o sea, al final del periodo paleolítico (pinturas de esta época en cuevas de España y sur de Francia, hacen referencia al calzado).

Entre los utensilios de piedra de los hombres de las cuevas, existen diversas de estas que servían para raspar las pieles, lo que indica que el arte de curtir el cuero es muy antiguo. En los hipogeos (cámaras subterráneas utilizadas para entierros múltiples) egipcios, que tiene la edad entre 6 y 7 mil años, fueron descubiertas pinturas que representaban los diversos estados de la preparación del cuero. Las sandalias de los egipcios eran hechas de paja, papiro o entonces de fibra de palmera.

En Roma el calzado indicaba la clase social y, los cónsules por ejemplo usaban zapatos blancos, los senadores zapatos marrones prendidos por cuatro cintas negras de cuero atadas con dos nudos, y el calzado tradicional de las legiones eran los botines que descubrían los dedos (Estrella, 2007, pág. 35).



Tabla 1.

Evolución del calzado.

ÉPOCA	AÑOS	CALZADO
PREHISTORIA	10000 a.C	Se trabaja modelos de cuero muy básicos ya que mayormente se camina descalzo.
PRE ROMANO	5000 a.C	Los modelos de calzado son una especie de sandalia llamada cubre pie, se usa cuero y cordón.
GRECO ROMANO	200	El calzado indicaba clase social por eso los cónsules usaban zapatos blancos, los senadores marrones con cuerdas de cuero y las legiones botas cubre dedos.
PALEOCRISTIANO	Milán 313	Aparecen extensos ciclos de ilustraciones de la sagrada escritura es decir calzado en forma de biblia
ROMÁNICO	Francia siglo XI y XII	Zapatos de cuero totalmente cerrados sin nada de marroquinería ya que se apega mucho al sentimiento religioso opresivo
EDAD MEDIA	XII al XIV	Arte gótica es decir de cuero con forma de punta que llegaba hasta el tobillo.
RENACIMIENTO	XV	Eran realizados por diseñadores se da inicio a la conjugación de colores y formas que se consideraban obras de arte.
BARROCO	1715 – 1774	La materia prima era más refinada de piel o brocado con tacón alto. Usaban lazos, hebillas, piedras preciosas.
NEOCLASICISMO	XVIII	Los zapatos con lazos resurgen, adicionando el alta escala la marroquinería. El calzado masculino para esta época también sufre transformaciones en cuanto a color, diseño y forma.
IMPRESIONISMO	XX	Se realiza calzado con pedrería de tela bordada, aunque el auge de esta época fueron las botas ya sea de tacón o sencillo.
EXPRESIONISMO	Mediados XX	Se opta por el calzado que ofrezca mayor comodidad antes que por moda. Es decir vuelve el calzado sin tacón y con muy poca marroquinería.
DADAÍSMO	Década 20	Después de la primera guerra mundial mientras las faldas subían los pies brillaban con tacones y tiras sexis.
EXPRESIONISMO ABSTRACTO	Décadas de los 40, 50 y 60s.	Debido al avance en la industria y descubrimientos, algunos diseñadores empezaron a incluir ropa y accesorios de materiales brillantes, plástico, las pieles falsas, la tecnología avanza.
ARTE SINTÉTICO	Década de los 70s	Se usa mucho la ilusión óptica para darle luminismo y movimiento a la obra. Es decir el zapato en área superior tiene un color pero de base o plataforma puede tener otro u otros.

ÉPOCA	AÑOS	CALZADO
POSMODERNISMO	Década de los 80 y 90s	Libertad absoluta para el diseñador, rechazo absoluto de todo tipo de moda. Calzado elegante con objetos irrelevantes. Los colores que más se usan son el blanco y el negro.

Nota: La tabla muestra una reseña de la evolución del calzado a través de los años.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.

Reseña histórica del calzado en el Ecuador.

En lo que al Ecuador se refiere, según los historiadores tanto los hombres como las mujeres incas que poblaban territorio ecuatoriano, usaban sandalias con suela de cuero o de sogá, atadas con tiras de cuero o lana llamadas “usutas”.

Luego con la llegada de los españoles se inician las manufacturas de artículos de cuero como zapatos, sillas de montar, pastas para libros, ropa, etc.

A medida que la elaboración de cueros ha ido evolucionando en el Ecuador, la ciudad que se ha caracterizado por el desarrollo artesanal es Ambato, que en la década de los setenta dio un gran paso, transformando a algunos de los pequeños talleres de la ciudad, en empresas que producían calzado resistente y durable aunque no de moda.

En los años ochenta con el inicio del proceso de globalización, las empresas con capacidad y calidad industrial incursionan en el mercado internacional iniciando el proceso de liberación comercial del país, ya que en los años setenta se había adoptado el modelo de sustitución de las importaciones. En los noventa por su parte, se forman asociaciones, escuelas de capacitación, gremios, organismos de cooperación; pero el proceso de globalización trae consecuencias negativas para este sector poco desarrollado.

Al inicio de la década de los 2000, el sector del calzado se vio afectado debido al atraso tecnológico, la baja provisión de insumos por la disminución de la productividad ganadera y la baja calidad del cuero para la elaboración del calzado, así como por la importación de calzado asiático a muy bajo precio (Fajardo, 2012, pág. 54).

Tabla 2.

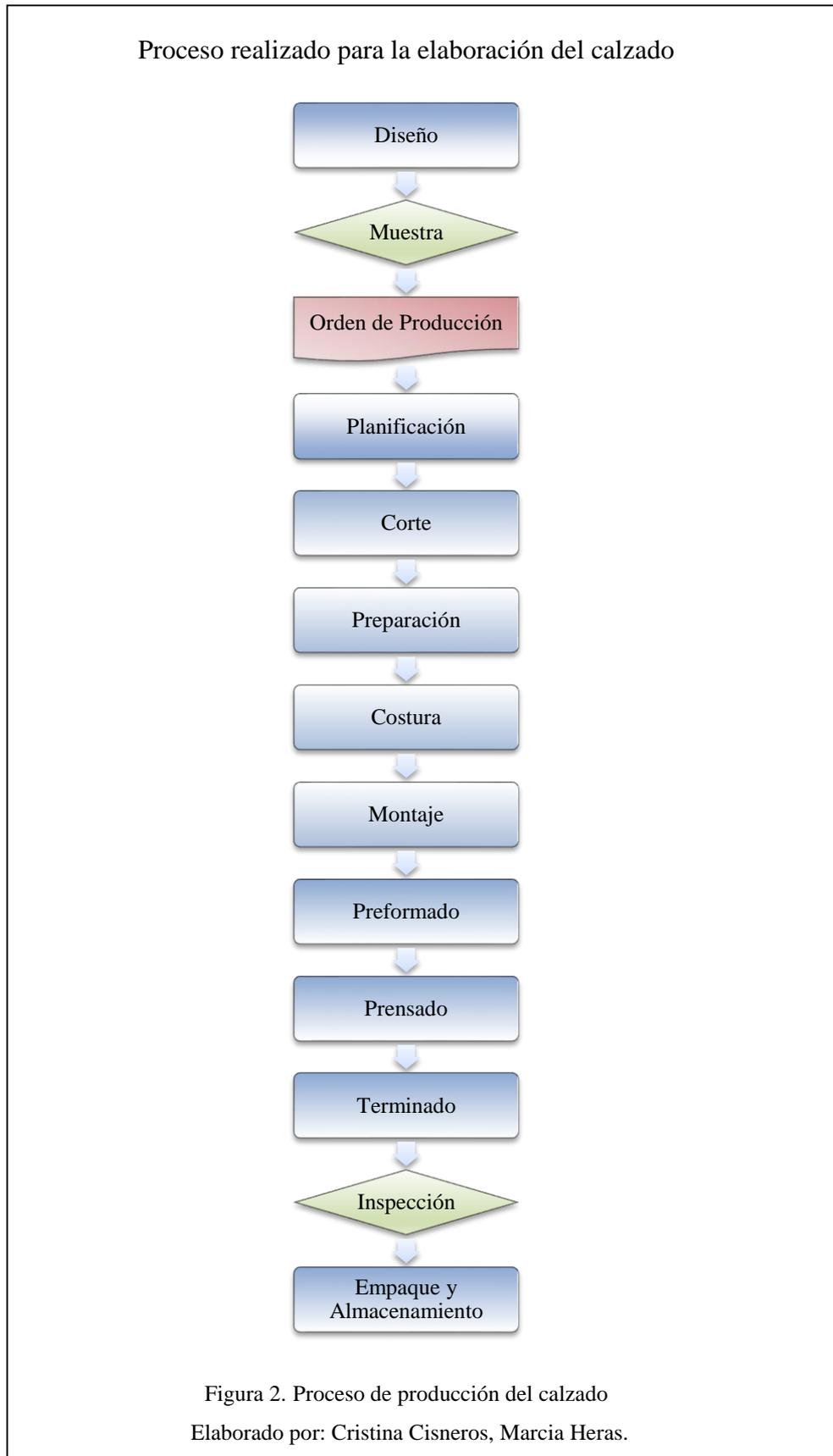
Antecedentes del calzado en el Ecuador

AÑOS	INCIDENCIA
1990- 1993	Auge de ventas principalmente sector norte del país
1994	Problemas de Ecuador – Perú
1995 – 1999	Recuperación del sector incremento de fabricantes
2000	Estancamiento por la dolarización
2001 – 2004	Crecimiento y desarrollo en baja escala
2005	Apoyo del MIC (MIPRO) con programas de mejora y productos innovadores.
CALZADO LIWI	Desarrolla productos para atender problemas del pie, especialmente del diabético
2006 – 2008	Ingreso del calzado asiático – destruye la industria nacional
2009	Salvaguarda por balanza de pagos – mejoramiento del sector.
2010	Arancel mixto permanente – sigue crecimiento del sector
2011	Empresas siguen creciendo y miran el futuro con optimismo.
2011	<ul style="list-style-type: none"> • Centro de diseño en Ambato • Desarrollo de programas de capacitación en asociatividad, marketing y ventas a través del Ministerio de Industrias y Productividad. • Capacitación y asistencia técnica para mejorar la calidad, moda y tendencia a través del Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO) A pequeños y medianos empresarios especialmente propietarios y operarios.
2012	<ul style="list-style-type: none"> • Créditos para los fabricantes de calzado desde 50.000 a 100.000 dólares para adquirir nueva tecnología, materiales. (CFN). • Proyectos exporta fácil y exporta PYME en beneficio de los productores. • Proveer el desarrollo de capacidades del talento humano del sector artesanal en la competencia de diseño y producción de calzado ergonómico (cuero y calzado) a través del MIPRO.

Nota: Se visualiza los diferentes cambios a nivel comercial que presenta el sector de calzado en Ecuador.

Fuente: Cámara de Calzado de Tungurahua

Proceso de elaboración y producción del calzado mocasín dama.



El proceso de fabricación del calzado no ha variado significativamente a lo largo del tiempo, la elaboración se realiza con máquinas mecánicas y la actividad artesanal, dependiendo del tipo de calzado, mocasín, sandalias, botas, zapatillas, etc., el proceso de fabricación es básicamente el mismo (Cisneros, 2014).

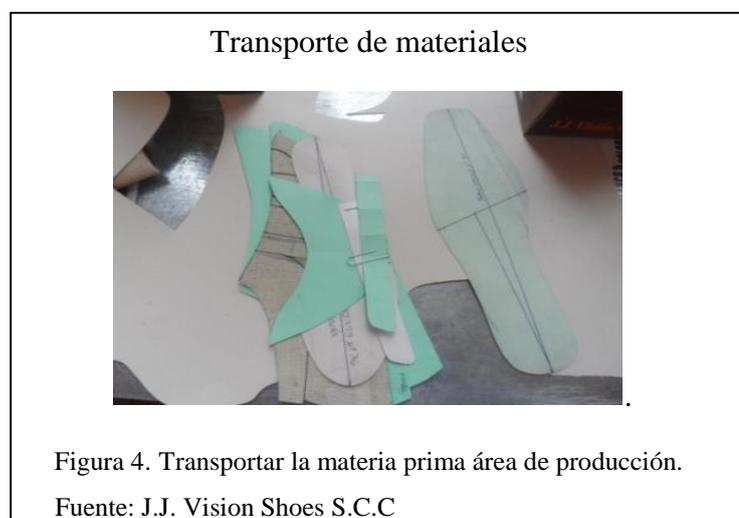
Almacenamiento de materiales.

La elaboración de calzado, se inicia con la recepción de la materia prima, cuero, suelas, y de los insumos, pegantes, tintas, bóntex, etc., se clasifican y ordenan según el tipo y acondicionamiento.



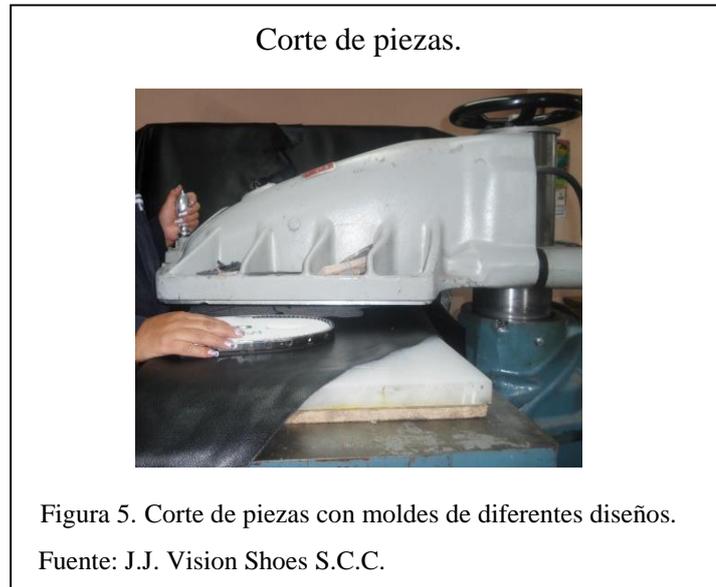
Transporte al área de proceso.

Los materiales seleccionados se transportan al área de producción según la orden del pedido.



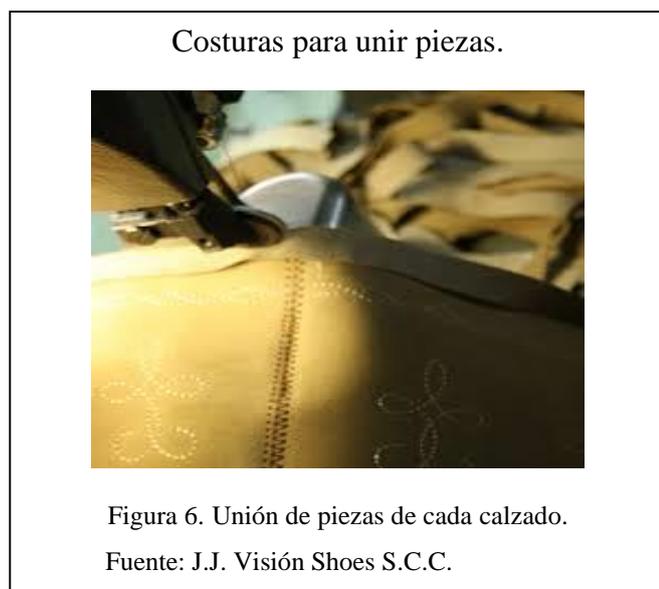
Corte de piezas

Se realiza mediante moldes denominados troqueles, de acuerdo con la medida que se requiera para dar forma al cuero, según el modelo diseñado en una actividad que pueda ser externa a la empresa.



Unión de piezas

Se reúnen las piezas de un lote para su posterior elaboración. Cada zapato lleva de 7 a 12 piezas según el modelo (Cisneros, 2014).



Maquinado de corte

Se requieren varios procesos:

- Foliado: es la impresión en los forros de la clave, número de lote, modelo número de par, tamaño o medida del calzado.
- Grabado: impresión de la marca en la plantilla.
- Perforado: en algunos casos se lleva a cabo de acuerdo al diseño.
- Encasquillar: El casquillo es lo que le da fuerza y forma a la puntera del zapato para darle mayor consistencia.

Perforado con fisto.



Figura 7. Grabado y perforado del calzado de acuerdo al diseño.

Fuente: J.J. Vision Shoes S.C.C.

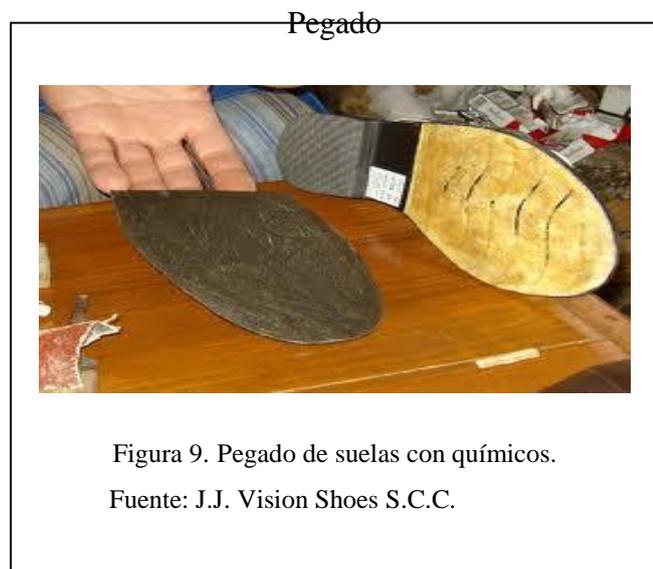
Montaje

Se selecciona la horma de acuerdo a la numeración y modelo, fija la planta a base de clavos y cemento, se utiliza una máquina especial para presionar y que quede bien realizado y conformado el zapato. Se montan puntas y talones. Después se asienta el corte perfectamente en la horma (Cisneros, 2014).



Pegado tradicional

Las suelas se adquieren ya hechas, se limpian con químicos activadores, se ha de pegar la suela al corte ya cardado. Para el pegado de la suela se incrementa la temperatura en una máquina especial que pega a presión la suela durante 30 segundos.



Terminado

Se pegan las plantilla se pintan los cantos de suelas y forros, se realiza el lavado del corte y forros con jabón especial; se desmancha el zapato de residuos del proceso productivo.

Terminado.



Figura 10. Terminado del calzado y control de calidad
Fuente: J.J. Vision Shoes S.C.

Pigmentado

Esto se realiza con el objeto de uniformizar el color, el tenis se retoca con laca para darle brillo, lo cual se realiza con cepillos giratorios (Cisneros, 2014).

Pigmentado



Figura 11. Pigmentación del calzado de acuerdo al diseño.
Fuente: J.J. Vision Shoes S.C.C.

Empaque

Se imprime el número de modelo, número, color y se guarda el producto en cajas de cartón.



Almacenamiento del producto terminado.

Se clasifica el calzado y se almacena por modelo, color y número (Cisneros, 2014).

Importaciones de calzado en el Ecuador.

Con la aplicación de la dolarización oficial en el Ecuador y la desaparición consiguiente de las devaluaciones, la manufactura ecuatoriana empezó a soportar una competencia de todo tipo de bienes importados, muchos de los cuales tenían una protección importante en sus países de origen.

Un sector particularmente afectado fue el del calzado, el cual tuvo que soportar la competencia china y de los países vecinos a tal extremo que para el año 2008, de cada 10 pares de zapatos vendidos en el Ecuador, más de 8 pares eran importados.

Pero además, la producción nacional de calzado se veía notablemente afectada por los precios del calzado importado, así tenemos que el costo implícito de importación de un par de zapatos chinos era de 1 dólar con

22 centavos (\$ 1,22). Ciertamente, a ese valor se vuelve imposible sostener la producción.

Estos antecedentes provocaban la seria advertencia de que si no se tomaban medidas protectivas urgentes, la producción nacional de zapatos en el corto plazo desaparecería provocando efectos especialmente desfavorables en toda la cadena productiva, en la cual particularmente se encuentra el cuero.

En términos de valores las importaciones de calzado se redujeron por sobre el 55%, mientras que en volúmenes disminuyeron en más del 70%, todo gracias al arancel de 10 dólares a la importación de cada par de zapatos (Jacome, 2010, pág. 32).

El sector del calzado a nivel de todo el país, perdió espacio por el ingreso del calzado en su mayoría chino y brasileño, teniendo así que reducir su personal.

Los compradores aducían que el calzado nacional cada vez está más costoso, Abelino Estrada sindico Aprocal (Asociación de Productores de Calzado del Guayas), explica que eso depende de quienes lo ponen en las perchas, ya que ellos como productores entregan a precios de mayoristas que iban desde los \$5 hasta los \$25 o \$30 en el caso de las sandalias (Expreso, 2010).

Las importaciones del calzado en el periodo 2008 – 2012 mantenían una tendencia creciente hasta el año 2008. Para el año 2009, con las medidas de salvaguardia aplicada por el Comercio Exterior e Inversiones COMEXI, la cantidad importada cayo significativamente en aproximadamente un 68%. En el año 2008 el valor importado fue de 138.246,88 miles de dólares, mientras que en el 2009 fue de 44.756,19 miles de dólares. Uno de los principales proveedores es China y su calzado se caracteriza por tener precios bajos lo que afectó a los productores nacionales ya que no podían competir con precios que estaban por debajo de sus costos de producción; Brasil es otro de los

países que cuentan con producto de buena calidad, diseños novedosos y altos precios (Fajardo, 2012, pág. 75).



Como podemos observar en la figura 16, las importaciones en el periodo 2008 al 2012 presenta variaciones, especialmente en el 2008 y el 2009, tiempo en el que se implementa las medidas de salvaguardia con la aplicación del arancel específico, en el año 2009 hay la disminución de al menos 3'000.000de dólares. Pero al pasar los años 2010 al 2012 se puede observar que hay un importante ascenso de más de 4'000.000 de dólares en la cantidad de calzado importado que ingresan al país a partir del año 2008.

1.2 Contextualización del problema de investigación.

El problema de investigación:

- ✓ La disminución o aumento de la producción de calzado en la provincia de Tungurahua en los años 2008 al 2012 con la aplicación de las salvaguardias a la importación de calzado.

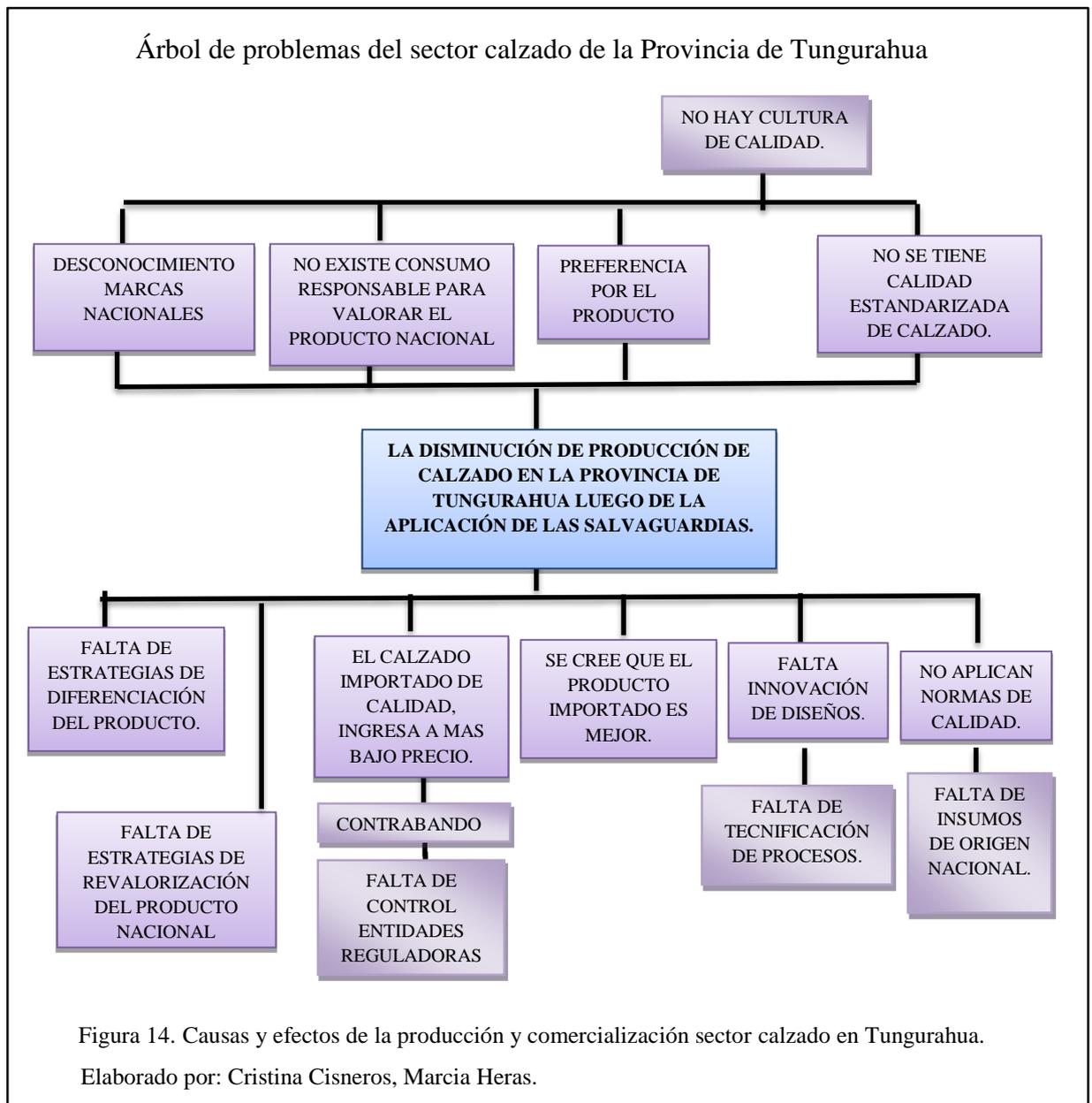
Principales causas:

- ✓ El consumidor ecuatoriano no tiene conocimiento de las marcas nacionales de calzado, mayormente consume las marcas que conoce a nivel internacional.
- ✓ El consumidor nacional no valora el producto nacional, no es responsable cuando adquiere el calzado, busca más características de moda y a un valor más elevado que el que nos ofrece el mercado informal.
- ✓ El ecuatoriano prefiere el producto importado.
- ✓ El calzado de Tungurahua no cuenta con calidad de calzado estandarizado.
- ✓ El productor nacional no conoce los efectos que han producido las salvaguardias en el mercado nacional.

Principales consecuencias o efectos:

- ✓ Esto se da especialmente porque el productor ecuatoriano no conoce estrategias para la diferenciación del producto.
- ✓ La falta de estrategias a nivel país para revalorizar el producto nacional, un consumidor que sea más leal y responsable con el desarrollo del sector.
- ✓ Preferencia por el calzado importado, de baja calidad y alto precio.
- ✓ El contrabando es otro de los grandes problemas que da pie al ingreso de calzado al Ecuador, especialmente por los países cercanos, existe falta de control por parte de las entidades reguladoras como el Servicio de Rentas Internas y la Comunidad Andina de Naciones.
- ✓ Falta de innovación del calzado nacional, no cuentan con tecnificación de procesos, el calzado no es competitivo en el mercado ecuatoriano.

- ✓ Falta de aplicación de normas de calidad, principalmente por la falta de capacitación en procesos de fabricación de calzado, es importante también mencionar que se da por la falta de insumos de origen nacional.



1.3 Formulación del problema de investigación.

¿Por qué existe un crecimiento reducido de la producción del sector de calzado en la Provincia de Tungurahua a pesar de la implementación de las salvaguardas?

Existen otros efectos en el mercado producido por la salvaguarda.

1.4 Sistematización del problema de investigación.

¿Qué genera no establecer estándares de calidad en el sector de calzado?

Genera la falta de compromiso por parte del sector hacia el cliente para satisfacerlo.

¿Cuál es la razón para que un cliente prefiera el calzado importado?

No se desarrollan estrategias de revalorización del calzado nacional.

1.5 Delimitación.

Temporal.

La investigación empezó a realizarse en el mes de julio del 2013, y tiene como fecha tentativa de término el mes de diciembre del 2014, donde se habrá concluido el proceso de recopilación, análisis y estructuración de todos los datos e información importante y necesaria que se encuentre conformando nuestra tesis.

Espacial.

En la Provincia de Tungurahua, ya que es la provincia que más se dedica a la producción y comercialización de calzado en mayor escala.



Contenido.

Análisis de la aplicación de salvaguardas a la importación de calzado y su influencia en el desarrollo del sector de calzado en la Provincia de Tungurahua. Por tanto podemos observar el avance social y económico de este nicho del calzado.

1.6 Objetivos.

Objetivo general

Analizar las salvaguardias a la importación de calzado que el Gobierno Nacional colocó y su influencia en el desarrollo del sector del calzado en la provincia de Tungurahua.

Objetivos específicos

- Recopilar información de las principales fuentes bibliográficas relacionadas al sector del calzado en la Provincia de Tungurahua.
- Analizar las salvaguardias a la importación de calzado para conocer los efectos que estas produjeron en el desarrollo del sector calzado en Tungurahua.
- Verificar las principales marcas de calzado ecuatoriano y también visualizar las diferencias que se generan con el calzado importado.
- Analizar los principales motivos por los cuales el consumidor ecuatoriano no adquiere el calzado nacional.
- Investigar la estandarización del calzado y sus regularizaciones en cuanto a la calidad del calzado.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

En el siguiente listado están considerados los conceptos más importantes dentro de la industria de calzado.

2.1 Conceptos relevantes

- ✓ “Intercambio de bienes y servicios entre países, que busca la satisfacción de los mercados” (Gerstemberg, 1991).
- ✓ “Promueve acrecentar la producción y el comercio de bienes y servicios, permitiendo al mismo tiempo la utilización óptima de los recursos mundiales de conformidad con el objetivo de un desarrollo sostenible” (Villavicencio, 2010).
- ✓ Es un intercambio que existe entre dos naciones al exportar (vender), e importar (comprar) sus productos.

Barreras arancelarias

- ✓ “Políticas de tipo proteccionista que algunos países utilizan para dificultar la importación o exportación de determinados productos por medio de la aplicación de impuestos” (Gerstemberg, 1991).
- ✓ “Tarifas aplicables a los principales productos de importación de un sector determinado frente a mercados de importación de dicho sector” (Buestán, 2012).
- ✓ Son leyes que se imponen para proteger al producto nacional ya sea en el caso de las importaciones o de las exportaciones.

Balanza de pagos

- ✓ Cuando los países comercian se realizan transacciones financieras entre empresas o consumidores de diferentes naciones se exportan e importan productos y servicios, se intercambian donaciones monetarias, se hacen inversiones a lo largo de un periodo de tiempo, existe un flujo constante de dinero hacia adentro y hacia afuera de un país. (Philip, 2010).
- ✓ “La balanza de pagos de una nación presenta una visión general de su posición económica internacional y es una medida económica importante utilizada a corto plazo” (Lamb, 2008).
- ✓ Son todos los movimientos que se realizan a nivel internacional a nivel monetario ya sean para conocer el flujo de dinero entre países.

Balanza comercial

- ✓ La relación entre las importaciones y las exportaciones. Si un país importa más bienes de los que exporta tiene una balanza comercial desfavorable, mientras que si por el contrario son mayores los bienes que exporta a los que importa su balanza comercial es favorable (Philip, 2010).
- ✓ La balanza comercial forma parte de la balanza de pagos de un país. Esta balanza solo incluye las importaciones y exportaciones de mercancías, es decir, que no contempla la prestación de servicios entre países, ni la inversión o movimiento de capitales (Organización Mundial Comercio, 1994).
- ✓ Es la relación entre las importaciones y exportaciones de un país cuyo resultado se manifiesta en un déficit (saldo negativo) o superávit (saldo positivo).

Anti dumping

- ✓ “Las medidas antidumping son el derecho condicional a adoptar medidas para corregir los efectos de distorsión causados por una práctica de empresas privadas denominada dumping” (Vergara, 2010).

- ✓ “Mitiga el efecto de exportar un producto a un mercado extranjero a un precio inferior al que aplica normalmente en el mercado de su propio país” (Villavicencio, 2010).
- ✓ Es una medida de protección cuando el precio de exportación es menor al precio del mercado interno.

Salvaguardia

- ✓ Las 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 (Lobejon, 2001).
- ✓ Las medidas de salvaguardia se definen como medidas “de urgencia” con respecto al aumento de las importaciones de determinados productos cuando esas importaciones hayan causado o amenacen causar un daño grave a la rama de producción nacional del Miembro importador. Esas medidas, que en general adoptan la forma de suspensión de concesiones u obligaciones, pueden consistir en restricciones cuantitativas de las importaciones o aumentos de los derechos por encima de los tipos consolidados (Organización Mundial Comercio, 1994).
- ✓ Son medidas de protección que se imponen cuando la producción de un país se ve amenazada por el alto índice de ingreso de productos elaborados en otros países, mismos que si se los puede realizar dentro del país. Estas medidas son de suspensión para que no se de tanta facilidad al ingreso de producto extranjero.

Exportación

- ✓ “Venta que se realiza más allá de las fronteras arancelarias de donde está situada la empresa” (Gerstemberg, 1991).
- ✓ “Bienes producidos en un país y que son vendidos a otros. Venta de productos y otros bienes a clientes del exterior” (Rosemberg, 1994).
- ✓ Son aquellos bienes y servicios que se venden a otro país ayudando a si al crecimiento de un país.

Importación

- ✓ “Compra e introducción a un país de productos fabricados en otro u otros países” (Gerstemberg, 1991).
- ✓ Adquisición de bienes y servicios en el exterior. Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del régimen de importación al que se haya sido declarado (Rosemberg, 1994).
- ✓ Son los bienes y servicios que compramos en el exterior ya que a nivel nacional no los encontramos en el mercado.

Incoterms

- ✓ Los Incoterms son los términos comerciales internacionales que definen y reparten claramente las obligaciones, los gastos y los riesgos del transporte internacional y del seguro, tanto entre el exportador y el importador. Estos términos son reconocidos como estándares internacionales por las autoridades aduaneras y las cortes en todos los países (Lobejon, 2001).
- ✓ Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y

cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa (ProEcuador, 2010).

- ✓ Son términos establecidos a nivel internacional para regular las distintas obligaciones y los derechos que tienen tanto el comprador (importador) como el vendedor (exportador) refiriendo por medio de estas los distintos gastos y riesgos que corren al momento de transportar una mercadería.

Los incoterms cuentan con los siguientes conceptos:

- EXW: En fábrica (Ex Works).
- FCA: Franco transportista (Free Carrier).
- CPT: Transporte pagado hasta (CarriagePaid To).
- CIP: Transporte y seguro pagados hasta (Carriage and InsurancePaid to).
- DAT: Entregada en Terminal (Delivered At Terminal).
- DAP: Entregada en el lugar convenido (Delivered At Place).
- DDP: Entregada. Derechos pagados (DeliveredDutyPaid).
- FAS: Franco al costado del buque (Free AlongsideShip).
- FOB: Franco a bordo (Free On Board).
- CFR: Coste y flete (Cost and Freight).
- CIF: Coste, seguro y flete (Cost, Insurance and Freight).

FOB (Free On Board)

“Franco a Bordo” significa que el exportador entregará la mercancía a bordo del buque designado por el importador, en el puerto de embarque convenido (en la forma habitual en dicho puerto). También es posible que el exportador obtenga la mercancía ya entregada en estas condiciones (a bordo del buque), como en los casos de materias primas, u otras mercancías asociadas a ventas en cadena.

- Este término sólo se puede emplear con medios de transporte marítimo y por vías navegables de interior.

- Si la mercancía se transporta en contenedor, este término debería reemplazarse por el FCA, ya que en ese caso, normalmente, el exportador entrega la mercancía en la terminal de contenedores, antes de que sea embarcada.
- En la versión “Incoterms 2000”, la entrega se produce cuando la mercancía supera la borda del buque (y no cuando ya está colocada a bordo). El término “borda del buque” normalmente se interpreta como la línea imaginaria perpendicular al costado del buque.

CIF (Cost, Insurance and Freight)

“Coste, Seguro y Flete” significa que el exportador entrega la mercancía a bordo del buque designado, de acuerdo con las prácticas (operativa) del puerto. También es posible que el exportador obtenga la mercancía ya entregada en estas condiciones para su transporte hasta destino.

- ✓ Este término sólo se puede emplear con medios de transporte marítimo y por vías navegables de interior.
- ✓ La transferencia de la asunción de riesgos (en puerto de embarque) y de costes (en puerto de destino) del exportador al importador se produce en diferentes lugares.
- ✓ Es importante que en el contrato se especifique el puerto de embarque de la mercancía (no sólo el puerto de destino) ya que es ahí donde el exportador transmite el riesgo al importador.
- ✓ Resulta asimismo conveniente especificar el punto de entrega, dentro del puerto de destino convenido, ya que el exportador asume los costes hasta ese punto.
- ✓ El riesgo, asumido por el importador, de pérdida o daño de la mercancía durante el transporte estará cubierto por el seguro que ha de contratar el exportador. No obstante, este último sólo está obligado a adquirir un seguro con una cobertura mínima, por lo que si el importador desea ampliarla, será él quien asuma los costes adicionales.

- ✓ El exportador puede tener que satisfacer los costes de descarga de la mercancía en el puerto de destino si así lo recoge el contrato de transporte que ha formalizado; a menos que las partes (exportador e importador) hayan acordado otra cosa (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012).

Aduana

- ✓ “Órgano de la administración con oficinas en las fronteras encargadas de vigilar y registrar el paso de las personas y bienes a través de dichos límites su tarea principal es cobrar los derechos e impuestos a las mercancías importadas” (Rosemberg, 1994).
- ✓ “Dirige las operaciones de comercio exterior donde se aplicarán controles precisos por medio de la gestión de riesgo, velando por el respeto al ordenamiento jurídico y por el interés fiscal” (Vergara, 2010).
- ✓ Es un ente que busca proteger a una población por medio del cuidado de sus fronteras para que no ingresen personas o productos sin sus debidas autorizaciones.

Aranceles

- ✓ “Conjunto de impuestos que gravan la importación y exportación de bienes y/o servicios” (Rosemberg, 1994).
- ✓ “Es un impuesto de un gobierno sobre bienes que entran en sus fronteras. Los aranceles pueden utilizarse como impuestos generados de beneficios o para desalentar la importación de bienes o para ambas razones” (Philip, 2010).
- ✓ Son los impuestos que se gravan a todos los bienes y servicios que serán importados o exportados.

Contrabando

- ✓ “Ingreso o salida clandestina de mercancías del territorio aduanero” (Economía48, 2012)
- ✓ “Comercio o producción de géneros prohibidos por las leyes a los productores o mercaderes particulares ya que tienen la apariencia o es ilícito” (Sordo, 1990).
- ✓ Movilización de mercancías extranjeras dentro de zona secundaria sin el documento que acredite la legal tenencia de las mismas, siempre y cuando no pueda justificarse el origen lícito de dichas mercancías dentro de las 72 horas posteriores al descubrimiento, salvo prueba en contrario (Vergara, 2010).

Administración

- ✓ “De latín ad (hacia, dirección, tendencia) y minister (subordinación u obediencia), significa aquel que realiza una función bajo el mando de otro, es decir, aquel que presta un servicio a otro” (Gallardo, 2012).
- ✓ “Es un proceso o forma de trabajo que comprende la guía o dirección de un grupo de personas hacia metas u objetivos organizacionales” (Lyman, 2006).
- ✓ Es dirigir una organización y un grupo de personas que buscan alcanzar los objetivos y las metas que ayuden a que la empresa crezca de manera eficaz y eficiente.

Estrategia

- ✓ Proviene del griego estrategia, fusión de dos palabras: tratos, ejército y agein conductor guía. Es la suma de elecciones realizadas por una organización determina si tendrá posibilidades de ganar en el mercado, es decir, obtener clientes y superar a sus competidores (Gallardo, 2012).
- ✓ Estrategia es el conjunto de metas y las políticas principales para alcanzar dichas metas, establecidas de manera que definan en que negocios está o debiese estar la empresa, el tipo de organización que es o que debiese ser, y la

naturaleza de la contribución económica y no económica que busca realizar a sus acciones, empleados, clientes y a la comunidad (Mintzberg, 1993).

- ✓ Son reglas o normas que se establecen para alcanzar los objetivos por medio de un camino seguro donde se deben tomar buenas elecciones para obtener los resultados esperados.

Mercado

- ✓ “Área geográfica donde se utiliza o consume cierto producto o servicio” (Gerstemberg, 1991).
- ✓ “Ámbito económico en donde se exterioriza la oferta y la demanda de las mercaderías y servicios” (Bravo, 2000).
- ✓ Es un lugar tangible o intangible donde se ofrece un bien o un servicio por medio de varios canales de distribución.

Empresa

- ✓ “Es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes/ servicios que al ser vendidos producirán una renta que beneficia al empresario, al estado y a la sociedad en general” (Zapata, 2011).
- ✓ Organización destinada a la producción y comercialización de bienes / servicios, su objetivo es el lucro por esto existen cuatro categorías agrícolas, industriales, comerciales, y financieras cada una de ellas tienen su modo de funcionamiento (Chiavenato & Idalberto, 2006).
- ✓ Es una entidad que se dedica a producir o comercializar un bien o un servicio puede ser esta con fines de lucro o sin él generando un beneficio social o económico a una nación.

Producto

- ✓ Se define como producto a todo aquello que sea favorable o desfavorable que una persona recibe en un intercambio. Un producto puede ser un bien tangible o intangible (Lamb, 2008).
- ✓ “Artículo o mercancía que casi siempre es tangible. Rendimiento o beneficio” (Bravo, 2000).
- ✓ Es un bien que puede ser tangible o intangible que sirve esencialmente para satisfacer una necesidad del ser humano, ofreciendo un beneficio para su vida.

Precio

- ✓ Es lo que un comprador da a cambio para obtener un producto. Suele ser el más flexible de los cuatro elementos de la mezcla del marketing ya que cambia con mayor rapidez. Los vendedores elevan o bajan los precios con más frecuencia y facilidad que lo pueden cambiar otras variables. El precio representa una importante arma competitiva y resulta fundamental para la organización (Lamb, 2008).

Promoción

- ✓ Incluye ventas personales publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas. El papel de la promoción consiste en fomentar intercambios mutuamente satisfactorios con los mercados meta mediante la información, educación, persuasión y recuerdo de los beneficios de una compañía o producto (Lamb, 2008).

Plaza

- ✓ “Las estrategias de distribución se aplican para hacer que los productos se encuentren a disposición en el momento y el lugar en que los consumidores deseen” (Gerstemberg, 1991).

- ✓ Es la distribución física que se refiere a todas las actividades de negocios relacionados con el almacenamiento y transporte de materias primas o productos terminados. Haciendo que los productos lleguen en condiciones de uso a los lugares designados cuando se necesita (Lamb, 2008).

F.O.D.A

- ✓ “Análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de una organización que tiene como fin encontrar un nicho de mercado estratégico que se pueda explotar” (Cenzo, 2009).
- ✓ Elegir un modelo de negocios, estrategias que alineen las fortalezas y debilidades de una organización con las oportunidades y amenazas ambientales externas para adoptar estructuras organizacionales que los sistemas de control para implantar las estrategias que elige la organización (Philip, 2010).
- ✓ Es la identificación de las diferentes fortalezas, oportunidades que tiene una empresa en una sociedad buscando el cambio para minimizar sus debilidades y amenazas tomando en consideración que estas ayudan a la organización a crecer y al mejoramiento continuo.

Costo / beneficio

- ✓ “Técnica diseñada para ofrecer al gobierno balances de pérdidas y ganancias en términos monetarios de programas de política pública. Un programa estará justificado si los beneficios son superiores a los costes” (Rosemberg, 1994).
- ✓ “Técnica que permite valorar inversiones teniendo en cuenta aspectos, de tipo social y medioambiental, que no son considerados en las valoraciones puramente financieras” (Zapata, 2011).
- ✓ Es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto o inversión puede generar y muestra cuanto obtengo de ganancia por cada dólar invertido.

Ergonomía

- ✓ “Del griego ergon (trabajo) y nomos (uso) es la ciencia que estudia los ritmos y métodos de trabajo en el intento de mejorar la adaptación del hombre al proceso de trabajo” (Chiavenato & Idalberto, 2006).
- ✓ Es la búsqueda del hombre para mejorar su calidad de vida por medio del mejoramiento de las cosas que usa para sentirse cómodo pero cuidando de su integración social.

Innovación

- ✓ “Proceso constante de renovación de tecnología, de formas de pensar del personal para verse reflejado en el desarrollo y la salida de nuevos productos que están influenciados por cambio de la sociedad” (Sordo, 1990).
- ✓ Aplicación para generar diferentes sensaciones y emociones. Estudio técnico y práctico de los materiales y sus usos más idóneos.

Diseño

- ✓ “Es la creatividad y la diferenciación gracias al estudio de tendencias, la construcción de cuadros de inspiración y desarrollo de una idea a partir de diferentes fuentes de inspiración (cine, literatura, arte...)” (Mintzberg, 1993).
- ✓ “Trazo o delineación descripción de un bosquejo de una cosa” (Sordo, 1990).
- ✓ Es el modelo del calzado que de ser aprobado por el cliente, ingresa como un orden de producción, previo un estudio de ergonomía e investigación de materiales nuevos de acuerdo a la temporada, precio, tendencia y estilo.

Zapato

- ✓ “Es un objeto que sirve para cubrir el pie no debe pasar del tobillo con la parte inferior de suela y lo demás será de piel, fieltro o paño” (Sordo, 1990).
- ✓ “Es una prenda de vestir que cubre, abriga y protege el pie” (Buestán, 2012).
- ✓ Es una adaptación en morfología y a la fisiología del pie, asegurando su protección.

Horma

- ✓ “Molde con el que se fabrica o forma una cosa principalmente los que usan los zapateros y los sombrereros también pueden ser las piezas articuladas que sirven para evitar que se deforme el calzado” (Sordo, 1990).
- ✓ “Es una copia exacta en madera o plástico del pie humano, una de sus funciones es sustituir el pie durante la confección del zapato para actuar como superficie de trabajo” (Buestán, 2012).
- ✓ Es la herramienta que refleja la orientación de la moda y los requisitos estéticos en cuanto al modelo del zapato elegido para diseñar.

Forro

- ✓ “Abrigo, defensa resguardo o cubierta con que se reviste una cosa por la parte inferior o exterior” (Sordo, 1990).
- ✓ Pieza de cuero, tafilete, o material sintético que se adhiere al cuero para mayor confort.

Capellada

- ✓ “Cubre al pie de los elementos externos evitando así que pequeños objetos vayan a parar entre el medio del pie y la base superior del calzado” (Buestán, 2012).
- ✓ Pieza de cuero principal y más grande que soporta todo el diseño del calzado.

Materia prima

- ✓ “Es aquel material que una industria o fábrica necesita emplear en sus labores aunque provenga de otras operaciones industriales” (Sordo, 1990).
- ✓ Materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo.

- ✓ La materia prima son los elementos que se transforman e incorporan en el producto final.

Plantilla

- ✓ “Suela sobre la cual los zapateros arman el calzado pieza de tela, corcho o palma con que interiormente se cubre la planta del calzado” (Sordo, 1990).
- ✓ “Las plantillas sirven para equilibrar y distribuir la carga que deben soportar nuestros pies, que muchas veces debido a determinadas condiciones o hábitos se encuentra desequilibrada, ocasionando distintos problemas articulares” (Buestán, 2012).
- ✓ Pieza de cuero o material sintético entre el cuerpo del calzado y el pie, cuya función es la de evitar un roce duro o brusco con los materiales de la suela.

Proveeduría

- ✓ “Prevenir, juntar y tener prontos los mantenimientos u otras cosas necesarias para un fin. Disponer, resolver dar salida a un negocio” (Sordo, 1990).

Curtir

- ✓ “Adobar, aderezar las pieles, endurecer o torzar” (Sordo, 1990).
- ✓ “Proceso por el cual se estabiliza el colágeno de la piel mediante agentes curtientes minerales o vegetales, transformándola en cuero industrial” (Buestán, 2012).
- ✓ Preparar y tratar las pieles para convertirlas en cuero.

Molde

- ✓ “Pieza en la que se hace un hueco, figura que en solido quiere darse a la materia fundida que en él se vacía” (Sordo, 1990).

- ✓ Son piezas en metal, laminas gruesas o troqueles que llevan características de modelos específicos como costuras, adornos, y marcas que determinan el tipo de diseño.

Suela

- ✓ “Cuero vacuno curtido parte de un calzado. Pieza de cuero con que se remienda el calzado y que cubre la planta desde el enfranque a la punta” (Sordo, 1990).
- ✓ “Es la parte del calzado que entra en contacto directo con el terreno, debe presentar buenas características de resistencia a la abrasión para garantizar durabilidad y agarre” (Buestán, 2012).
- ✓ Debe ser resistente pero no demasiada rígida para no oponerse al desarrollo del paso.

Cuero

- ✓ “Pellejo que cubre la carne de los animales mismo del que después de curtido y preparado se da uso para los diferentes productos en que las industrias lo convierten” (Sordo, 1990).
- ✓ “Están constituidos por un tejido fibroso y elástico y una vez industrializados, dan un corte y granos finos, de buenas características como para destinarlos a confecciones finas” (Buestán, 2012).
- ✓ Los cueros y pieles difieren en su estructura según sean las condiciones de vida del animal, la edad, el sexo, estación del año y sobre todo de la crianza recibida.

Etiqueta

- ✓ Comprende cualquier marbete, expresión, marca, imagen u otro material descriptivo o gráfico que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado, marcado en relieve o huecograbado o adherido al producto y que lo identifica, y caracteriza (Registro Oficial N°10 Resolución 13105, Art.1, 2013).

- ✓ Es la herramienta de control cuyo objetivo es la de informar al consumidor las características reales del bien que se oferta, así como la calidad y precio justo.

AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías)

- ✓ Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador. Porcentaje variable según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la Importación).

FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)

- ✓ Impuesto que administra el INFA. 0.5% se aplica sobre la base imponible de la Importación.

ICE (Impuesto a los Consumos Especiales)

- ✓ Administrado por el SRI. Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen.

IVA (Impuesto al Valor Agregado)

- ✓ “Administrado por el SRI. Corresponde al 12% sobre: Base imponible ADVALOREM + FODINFA + ICE” (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012).

Proteccionismo

- ✓ “Medida de política económica que tiende a proteger la economía nacional de un país contra los peligros que podrían derivarse de una total libertad de importaciones” (Osorio, 2009).
- ✓ Doctrina económica que concede sentido económico a las fronteras políticas de los Estados nacionales y se muestra partidaria de proteger las producciones nacionales de la competencia extranjera por medio de los derechos de la aduana y demás restricciones a las importaciones (Economía48, 2012).

- ✓ Tiene como eje central cuidar los recursos de un país a través de medidas, como las salvaguardias, a fin de proteger los sectores importantes: el empleo, la mano de obra, la equidad de comercio y los estándares de la calidad de vida.

Libre comercio

- ✓ El libre comercio son tratados en los que los países incurren para que la mercancía circule de país en país sin que existan restricciones en los países y a nivel arancelario.

2.2 Marco referencial

Casos de salvaguardias y estrategias para proteger la industria de calzado en países latinoamericanos.

En esta ocasión realizaremos un enfoque de los países que han tenido que adoptar medidas de protección para así salvaguardar el producto que se realiza en cada uno de los países, para esto citaremos a dos países que se encuentran en vías de desarrollo gracias a las medidas adoptadas, aun cuando factores como el precio bajo o el contrabando han atacado a los productores en gran escala.

Colombia

- Promulgación del Decreto 074, que busca imponer aranceles mixtos a la importación de confecciones y calzado que llegan al país con precios inferiores a los costos reales de producción, poniendo en desventaja a los productores nacionales, Contrabando y competencia desleal.
- Trabajo conjunto con el Programa de Transformación Productiva (PTP), en el diseño de un plan de negocios para mejorar su competitividad y convertirlo en un sector de talla mundial.
- El gobierno evalúa mecanismos que garanticen la disponibilidad de materia prima de calidad (cuero crudo y wet blue) para la producción nacional de calzado y marroquinería.
- Realizan en distintas regiones del país ruedas de negocios, denominadas “Compre Colombiano”.

“Este trabajo ha servido para construir una línea base de su situación tanto en Colombia como en el mundo, con el fin de proponer acciones encaminadas a cerrar las brechas productivas de los eslabones de la cadena” (Díaz, 2013).

México

El gobierno federal, a través de la Secretaría de Economía- de Hacienda y Crédito Público, las cámaras que agrupan a la industria del calzado, acordaron impulsar un conjunto de acciones para proteger la industria nacional fabricante de calzado, ante posibles afectaciones que pudieran causar las importaciones de mercadería original de China. A continuación se presentan las acciones tomadas:

- Monitoreo eficiente de las importaciones. Con el apoyo de las cámaras de calzado, la Secretaría de Economía (SE) y el Servicio de Administración Tributaria (SAT), darán seguimiento a la información sobre las importaciones de calzado de manera periódica y con el menor rezago posible. De esta manera, se estará en posibilidad de actuar de manera rápida y expedita en apoyo de la industria nacional.
- Medidas de salvaguardia. Cuando el sector observe un aumento importante y súbito de las importaciones de origen chino, la SE usarán sus herramientas y la valiosa e indispensable información de la industria para restringir temporalmente las importaciones.
- Combate de manera firme a las prácticas desleales de comercio internacional. Para ello, se ha reducido el número de requisitos para iniciar una investigación con lo que se ha logrado aumentar los procedimientos.
- Coordinación de acciones para combatir la subfacturación. Se implementó el programa piloto de precios de alerta para algunas fracciones de calzado, con el objeto de contener la subvaluación de las importaciones.
- Combate de manera frontal al contrabando. Junto con el SAT y las cámaras del sector se actuará para combatir la subvaluación.

- Incrementar la productividad del sector donde se encuentra la mayor concentración de empresas de calzado, Guanajuato y Jalisco representa el 85% de toda la producción de calzado a nivel nacional.
- Importante y fácil acceso al crédito que impulse las ventas a través de programas y compras del gobierno (Ferrari, 2011).

El Salvador

La industria nacional de calzado se encuentra en un ámbito competitivo intenso; en la cual las pequeñas y medianas empresas se esfuerzan por mantener su participación en el mercado interno, compitiendo con productos importados principalmente de origen asiático que se caracterizan por sus bajos precios y, asimismo, estas se enfrentan con la competencia desleal (contrabando, comercio informal, triangulación de productos, etc.); paralelamente, se observan las empresas exportadoras quienes han logrado recuperar cuota de mercado internacional, en parte por los beneficios otorgados en los tratados de libre comercio y por insertarse a los procesos de la cadena de valor industrial a escala global.

De las estrategias para fomentar el sector de calzado:

- Analizar las tendencias y los inminentes cambios estructurales de la industria, dados por la dinámica de los mercados, los cambios tecnológicos y los riesgos implícitos en un ambiente de menor certeza y volatilidad que se experimenta a escala global.
- Creciente interés en el cuidado de la salud y bienestar.
- Se incrementará el uso de la tecnología para optimizar la producción.
- Una condicionante para el buen desempeño del sector es regirse gradualmente a los estándares y certificaciones internacionales.
- Especialización y fragmentación de la cadena productiva global: Incrementa subcontrataciones transfronterizas.
- El tema de asociatividad y los programas de encadenamientos productivos regionales se vuelve una estrategia más relevante para desarrollar economías de escala.

- Mejoras en el proceso de abastecimiento para incrementar la eficiencia y reducir costos. Otra tendencia marcada, es el surgimiento de los nuevos modelos de negocios fomentados por el uso de las tecnologías de información y comunicación (TICs) para mejorar las eficiencias en la gestión de la cadena de suministro y para responder eficazmente a la dinámica de los mercados.

El análisis de este entorno y su vigilancia es trascendental para alinear la estrategia competitiva de las empresas y del sector en sí con las realidades y potencialidades del mercado (Recinos, 2011).

Tesis de salvaguardia

Con el objetivo de formar una comparación también tomamos una tesis de similares características que lleva por título Análisis de los efectos de la imposición de un arancel específico en el sector del calzado casual en la provincia del Azuay en el periodo 2000-2011, que pertenece a la Economista Gabriela Fajardo.

En el año 2009, la crisis mundial que afectó al Ecuador sumado a otros factores llevó al gobierno a imponer barreras arancelarias a la entrada de productos extranjeros, medida que trajo consecuencias a importadores, fabricantes nacionales y consumidores.

Esta investigación analiza los efectos de estas barreras arancelarias en el sector del calzado.

El primer capítulo estudia los conceptos teóricos necesarios para el análisis de los efectos originados por la medida, el capítulo dos analiza la industria la industria del calzado en el Ecuador y el tercer capítulo se centra en el análisis del impacto que producen las medidas. Entre otros, los efectos de la medida fueron: disminución de la importación del calzado; incremento de la producción y consumo de producto nacional (Fajardo, 2012).

2.3 Marco legal

El Dr. Xavier Abad, presidente subrogante del COMEXI, en la Resolución N° 550 menciona que, de conformidad con el numeral 5 del artículo 261 de la Constitución de

la República del Ecuador, la política económica, tributaria, aduanera, arancelaria, de comercio exterior entre otras, son competencias exclusivas del Estado Central y, que el artículo 305 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que: “La creación de aranceles y fijación de sus niveles son competencia exclusiva de la Función Ejecutiva.

Aplicación del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

Registro Oficial jueves 22 de enero del 2009. N° 512. Arancel específico de \$10 por par.

Artículo 1. Establecer en la salvaguardia por balanza de pagos, la aplicación general y no discriminatoria a las importaciones provenientes de todos los países, incluyendo aquellos con los que el Ecuador tiene acuerdos comerciales vigentes que reconocen las preferencias arancelarias, con el carácter temporal y por periodo de un año en los siguientes términos:

- a) Aplicar un recargo ad-valorem, adicional al arancel nacional para las importaciones de mercancías que consta en el Anexo 1.
- b) Aplicar un recargo específico, adicional al arancel nacional para las importaciones de mercancías que consta en el Anexo 2.
- c) Establecer cuotas, limitando el valor de las importaciones de mercancías, en los términos que constan en el Anexo 3.

La aplicación de esta salvaguardia por balanza de pagos incluye el establecimiento de una excepción de la aplicación del programa de liberación vigente en el marco de la Comunidad Andina, así como las preferencias arancelarias acordadas en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y en los acuerdos de complementación económica y de alcance parcial, suscritos por el Ecuador. Por lo tanto, a estas importaciones se aplicara no solo esta salvaguardia, sino también el arancel nacional vigente (Registro Oficial N° 512 Resolución 466, Art. 1, 2009).

Tabla 3.

Registro Oficial jueves 22 de enero del 2009. N° 512 (Resolución 466 COMEXI).

N°	Medida	NANDINA	Descripción	Recargo Arancelario US \$/par
SECTOR CALZADO				
1	Arancel específico 10 US \$ por par	6401100000	Calzado con puntera metálica de protección.	10
2	Arancel específico 10 US \$ por par	6401920000	Que cubra el tobillo sin cubrir la rodilla.	10
3	Arancel específico 10 US \$ por par	6401990000	Los demás.	10
4	Arancel específico 10 US \$ por par	6402120000	Calzado de esquí y calzado para la práctica de <<snowboard>> (tabla para nieve).	10
5	Arancel específico 10 US \$ por par	6402190000	Los demás.	10
6	Arancel específico 10 US \$ por par	6402200000	Calzado con la parte superior de tiras o bridas fijas a la suela por tetones (espigas).	10
7	Arancel específico 10 US \$ por par	6402910000	Que cubra el tobillo	10
8	Arancel específico 10 US \$ por par	6402910000	Con puntera metálica de protección.	10
9	Arancel específico 10 US \$ por par	6402999000	Los demás.	10
10	Arancel específico 10 US \$ por par	6403120000	Calzado de esquí y calzado para la práctica de <<snowboard>> (tabla para nieve).	10
11	Arancel específico 10 US \$ por par	6403190000	Los demás.	10
12	Arancel específico 10 US \$ por par	6403200000	Calzado de suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasan por el empeine y rodean el dedo gordo.	10
13	Arancel específico 10 US \$ por par	6403400000	Los demás calzados, con puntera metálica.	10

Nota: Los productos que forman parte de la ley y el importe que se cobrara al ingreso al Ecuador.

Fuente: Resolución 466 COMEXI

Elaborado por Cristina Cisneros, Marcia Heras.

El Pleno del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, en sesión de 3 de febrero del 2010, aprobó el Informe Técnico No. 024, que recomienda aplicar un nuevo tipo de arancel para los productos importados del sector calzado, el cual consiste en un arancel mixto.

Registro Oficial viernes 15 de enero del 2010. N° 109 (Anexo Resolución 533 COMEXI).

Que el pleno del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI), en sesión de 22 de diciembre del 2009, conocido el informe presentado por el Banco Central del Ecuador (BCE) y el Informe Técnico del Grupo ad-hoc del COMEXI;

En ejercicio de las facultades que le confiere el Artículo 11 de la Ley de Comercio exterior e Inversiones Resuelve:

Artículo 1. Reducir en un 10% todos los recargos arancelarios establecidos por concepto de Salvaguardia por Balanza de Pagos, mediante las resoluciones 466, 468, 487 y 524 del COMEXI, a partir del 23 de enero del 2010. Esto significa que el arancel específico establecido en \$10 baja a \$9 por par de zapatos importados.

Artículo 2. Disponer que, durante los próximos seis meses contados a partir de la vigencia de esta resolución, el Grupo ad-hoc del COMEXI informe cada sesenta días al Consejo sobre la evolución de la salvaguardia por balanza de pagos, con el objeto de determinar la conveniencia o no de incrementar el porcentaje de desgravación señalado en el artículo primero de la resolución (Registro Oficial N°109 Resolución 533, Art. 1 y 2, 2010).

Registro Oficial 29 de enero del 2010. Resolución 538.

Mediante resolución 466 del COMEXI, publicada en el suplemento oficial 512 Artículo primero Aclarar que la Resolución 466 del COMEXI y sus reformas, se vigentes hasta que el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones las derogue expresamente.

Artículo 2. Derogar del artículo primero de la Resolución 466 del COMEXI, la siguiente frase "... y por el periodo de un (1) año..."

Artículo 3. Los cupos otorgados en las subpartidas que se encuentren detalladas en el anexo III de la resolución 487 y demás Acuerdos vigentes

relacionados con dichas subpartidas que no hayan sido utilizados en su totalidad hasta el 22 de enero de 2010 continuaran vigentes y deberán ser respetados por parte de la Corporación Aduanera Ecuatoriana hasta que estos se agoten. A las importaciones que se excedan de los cupos otorgados se aplicara el recargo arancelario correspondiente (Cely, Registro Oficial N° 538 Resolución 466, Art. 2 y 3, 2010).

Registro Oficial 03 de febrero del 2010. Resolución N° 549.

Que en pleno del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI), en sesión de 3 de febrero de 2010, conoció el informe que sugiere establecer un calendario de desgravación un calendario de desgravación de la medida de Salvaguardia por Balanza de Pagos y monitorear su evolución;

En ejercicio de las facultades que le confiere el artículo 11 de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones. ´

- a) A partir del 23 de marzo de 2010, incrementar el porcentaje de reducción en un 30% adicional a lo establecido en el artículo uno de la resolución 533 del COMEXI.
- b) A partir del 23 de mayo de 2010, el porcentaje de reducción señalado en el literal a. Se incrementara en un 30% adicional
- c) A partir del 23 de julio de 2010, el porcentaje de reducción señalado en el literal b. Se incrementara en un 30% adicional.

El calendario detallado se implementara en base de las evaluaciones mensuales sobre el comportamiento de la Balanza de Pagos que deberá presentar el grupo AD-HOC del COMEXI al Pleno Consejo (Fajardo, 2012, pág. 54).

Registro Oficial 03 de febrero del 2010. N° 135. Arancel mixto de \$6 por par + 10% ad-valorem.

Que el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, en sesión de 3 de febrero de 2010, aprobó el Informe Técnico N° 024 que recomienda aplicar un nuevo tipo de arancel para los productos importados del sector del calzado el cual

consiste en un arancel mixto: en ejercicio de sus facultades que le confiere el artículo 11 de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones.

Artículo 1. Emitir dictamen favorable para reformar el Anexo 1 del Decreto Ejecutivo 592, publicado en el Registro Oficial 191 de 15 de octubre de 2007 en los siguiente términos (Registro Oficial N° 135 Resolución 550, Art. 1, 2010) .

Tabla 4.

Registro oficial del 3 de febrero del 2010 N° 135. Resolución 550 COMEXI.

Cod. Nandina	Descripción	Un. Fis.	% Arancel ad-varolem	% Arancel específico
6401100000	Calzado con puntera metálica de protección.	1 par	10%	USD 6/POR PAR
6401920000	Que cubra el tobillo sin cubrir la rodilla.	1 par	10%	USD 6/POR PAR
6401990000	Los demás.	1 par	10%	USD 6/POR PAR
6402120000	Calzado de esquí y calzado para la práctica de <<snowboard>> (tabla de nieve).	1 par	10%	USD 6/POR PAR
6402190000	Los demás.	1 par	10%	USD 6/POR PAR
6402200000	Calzado con la parte superior de tiras o bridas fijas a la suela por tetones (espigas).	1 par	10%	USD 6/POR PAR
6402910000	Que cubra el tobillo sin cubrir la rodilla.	1 par	10%	USD 6/POR PAR
6402991000	Con puntera metálica de protección.	1 par	10%	USD 6/POR PAR
6402999000	Los demás.	1 par	10%	USD 6/POR PAR
6403120000	Calzado de esquí y calzado para la práctica de <<snowboard>> (tabla de nieve).	1 par	10%	USD 6/POR PAR
6403190000	Los demás.	1 par	10%	USD 6/POR PAR

Nota: La tabla muestra que productos que disminuyeron su costo de 10 a 6 dólares.

Fuente: Resolución 466 COMEXI.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.

Donde dice:

Tabla 5.

Resolución N° 466.

Código NANDINA	Subp. Arian	Designación de la Mercadería	Un. Fis	Adv %	Arancel Específico	Nota Explicativa
6406.10.00	0,00	Partes superiores de calzado y sus partes, excepto los contrafuertes y punteras duras.	1 par	10%	USD 6 POR PAR	Solamente para las partes superiores de calzado "capelladas".
6406.99.00	0,00	Los demás.	1 par	10%	USD 6 POR PAR	

Nota: Dentro del registro oficial tenemos la tabla donde muestra otro de las partes que disminuyen su costo.

Fuente: Resolución 466 COMEXI.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.

Registro Oficial N° 549. Resolución 566 del 9 de junio de 2010.

La resolución 566 del 9 de junio del 2010 resuelve los siguientes Artículos:

Artículo 1. Reducir en un 30% adicional todos los recargos arancelarios establecidos por concepto de salvaguardia por Balanza de Pagos, impuestos a partir de la Resolución 466 del COMEXI y sus posteriores modificaciones.

Artículo 2. El Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración deberá realizar las notificaciones correspondientes a los organismos internacionales competentes del contenido de la presente resolución.

Artículo 3. La reducción de los recargos arancelarios prevista en el Art.1 se aplicara a las mercancías embarcadas con destino a Ecuador, a partir de la fecha de emisión de esta resolución (Resolución 566, Art. 1,2 y 3, 2010).

Registro Oficial del 14 de julio de 2010. Resolución 578.

Que el consejo de Comercio Exterior e Inversiones, en sesión de 14 de julio de 2014, conoció y aprobó el informe Técnico N° 073 SCI – MIPRO, en el que recomienda reformar el Arancel Nacional de Importaciones aclarando el cobro de aplicación del arancel mixto para dos sub-partidas de calzado y estableciendo un arancel mixto para la importación de bienes clasificados en varias sub-partidas del capítulo 98.

En ejercicio de las facultades que le confiere el artículo 11 de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones y el artículo 15 de la Ley Orgánica de Aduanas (Resolución N° 578, Art. 1, 2010).

Debe decir:

Tabla 6.

Resolución 578

Código NANDINA	Subp. Arian	Designación de la Mercadería	Un. Fis	Adv %	Arancel Específico	Observaciones
6406.10.00	0,00	Partes superiores de calzado y sus partes, excepto los contrafuertes y punteras duras	U	10%	USD 3 POR UNIDAD	
6406.99.00	0,00	Los demás	U	15%		Solamente partes superiores de calzado y sus partes, excepto contrafuertes, punteras, polainas, cambrillón y taloneras
6406.99.01	0,00	Los demás	U	10%	USD 3 POR UNIDAD	

Nota: Muestra la disminución que sufren varios productos 3 dólares.

Fuente: Resolución 578 COMEXI.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.

Reglamento Técnico Ecuatoriano del Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN

Número 080 modificado en el año 2013.

Otra de las estrategias, por parte de las autoridades nacionales para impulsar y proteger a la industria de calzado ecuatoriano, es la aplicación seria de la RTE INEN 080:2013 (Reglamento Técnico Ecuatoriano del Instituto Ecuatoriano de Normalización Número 080 modificado en el año 2013).

Fabricantes e importadores deben obtener el certificado de inspección, emitido por una entidad acreditada por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano

(OAE). Además, en el caso de los importadores se hará una inspección, muestreo al lote de productos en destino al producto nacional una revisión y muestreo serán en la empresa fabricante, a fin de otorgar al producto calidad o información real de los insumos y materiales utilizados en su elaboración (Registro Oficial N°10 Resolución 13105, Art.1, 2013).

Objeto

Este reglamento técnico ecuatoriano establece los requisitos para el etiquetado de calzado, sea de fabricación nacional o importada, que se comercialice en el país.

Campo de aplicación

Este reglamento técnico ecuatoriano se aplica a los productos clasificados en el Arancel Nacional de Importaciones, dentro de las partidas y subpartidas arancelarias que se detallan a continuación:

Tabla 7.

Clasificación y descripción de partidas y subpartidas arancelarias.

Capítulo 64	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos.
64.01	Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera.
64.02	Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico.
64.03	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.
64.04	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.
64.05	Los demás calzados.

Nota: Abarca una pequeña descripción de cada una de las sub-partidas del capítulo 64

Fuente: R.T.E INEN.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

Capítulo VII Regímenes Aduaneros Sección I, Regímenes de Importación.

Artículo 147. Importación para el consumo. Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una zona especial de desarrollo económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras (Registro Oficial N°351, Art. 147, 2011).

Reglamento al título de la facilitación aduanera para el comercio, del libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Artículo 2. Definiciones Para efecto de la aplicación del Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio del COPCI y este reglamento se establecen las siguientes definiciones:

- w) Derechos Arancelarios. Son Tributos al Comercio Exterior y pueden ser: ad-valorem, específicos o mixtos.
- x) Derechos Arancelarios Ad-valorem. Son los establecidos por la autoridad competente, consistentes en porcentajes que se aplican sobre el valor de las mercancías;
- y) Derechos Arancelarios Específicos. Son los establecidos por la autoridad competente, consistentes en recargos fijos que se aplican en base a determinadas condiciones de las mercancías, como por ejemplo: peso, unidades físicas, dimensiones, volumen, entre otros;
- z) Derechos Arancelarios Mixtos.-Son los establecidos por la autoridad competente, consistentes en derechos arancelarios ad-valorem y derechos arancelarios específicos que se aplicarán conjuntamente.
- ss) Operador de Comercio Exterior Toda aquella persona natural o jurídica, nacional o extranjera que interviene en el tráfico de mercancías, medios de transporte y personas sometidas al control aduanero (Registro Oficial N°452, Art. 2, 2011).

Medidas de defensa comercial.

Medidas antidumping, derechos compensatorios y salvaguardias.

Artículo 52. Competencia para aprobar y adoptar las medidas de defensa comercial. El comité de comercio exterior es el organismo competente para aprobar y adoptar medidas de defensa comercial, previo conocimiento del informe que al respecto presente la auditoría Investigadora para los casos previstos en el artículo 88 del Código de la Producción, Comercio e Inversiones y tengan relación con medidas antidumping, derechos compensatorios, salvaguardias u otras que sean reconocidos por los tratados y convenios internacionales vigentes en el Ecuador (Registro Oficial N° 435, Art. 52, 2011).

Artículo 53. Autoridad Investigadora. La unidad administrativa constituida en el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración será la autoridad investigadora en materia de defensa comercial, para efectos de lo que determina el Art 75 del Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones y este reglamento.

Es responsabilidad del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, incorporar en su presupuesto operativo anual los recursos financieros necesarios para la contratación del personal y demás actividades operativas.

La Autoridad Investigadora pondrá en conocimiento del COMEX los informes sobre las medidas de defensa comercial según lo determinado en el Código y en el presente reglamento. Para la elaboración de dichos informes, la Autoridad investigadora deberá considerar los análisis de daño o amenaza de daño a una rama de producción nacional, proporcionados por los ministerios sectoriales y demás instituciones públicas, de acuerdo al ámbito de sus competencias (Registro Oficial N° 435, Art. 53, 2011).

Artículo 54 Obligaciones internacionales del Estado. Cuando deban realizarse investigaciones encaminadas a determinar el daño o la amenaza de daño y la imposición de derechos antidumping, medidas de salvaguardias, o imposición

de derechos compensatorios, los procedimientos a aplicar se sujetarán en lo que corresponda, a los tratados y convenios internacionales vigentes sean estos bilaterales, subregionales, regionales o multilaterales sin perjuicio de las disposiciones establecidas en el presente reglamento y en las resoluciones que para el efecto expida el Comité de Comercio Exterior (Registro Oficial N° 435, Art. 54, 2011).

Medidas antidumping.

Artículo 55. Aplicación de un derecho antidumping. Podrá aplicarse un derecho antidumping a todo producto objeto de dumping, cuya importación en el Ecuador cause daño o amenaza de daño a la producción nacional.

Artículo 56. Determinación de la existencia de dumping. Se considerará que un producto es objeto de dumping cuando su precio de exportación es menor que el valor normal con el que se comercializa un producto idéntico o similar, en el mercado interno del país de origen o de exportación, en condiciones comerciales normales, comparados en un mismo nivel de comercialización.

Se entiende por operaciones comerciales normales aquellas que reflejen condiciones de mercado en el país de origen y que se hayan realizado habitualmente, o dentro de un periodo representativo, entre compradores y vendedores independientes, no vinculados, sobre el producto idéntico o similar sujeto a dumping.

Artículo 57. País de origen. El país de exportación será normalmente el de origen. No obstante, podrá ser un país intermediario, excepto cuando por ejemplo, los productos transiten simplemente por el país o no sean producidos en el mismo o bien cuando no exista un precio comparable a dichos productos en dicho país.

Artículo 58. Producto similar. A efectos del presente reglamento, se entenderá por "producto similar" un producto que sea idéntico es decir, igual en todos los aspectos al producto de que se trate, o, a falta del mismo, otro producto que,

aunque no sea igual en todos los aspectos, tenga características muy parecidas a las consideradas del producto considerado (Registro Oficial N° 435, 2011).

Medidas de salvaguardia

Artículo 82. Adopción y aplicación de medidas de salvaguardia. El COMEX, de oficio a petición de parte interesada, podrá adoptar una medida de salvaguardia provisional o definitiva a un producto o grupo de productos en territorio si, como resultado de una investigación, ha determinado que las importaciones de ese producto o grupo de productos en territorio nacional han aumentado en tal cantidad, en términos absolutos o en relación con la producción nacional, y se realizan en condiciones tales que causan o amenazan causar un daño grave a la rama de la producción nacional que produce bienes similares o directamente competidores.

Las medidas de salvaguardia se aplicaran al producto importado independientemente de la fuente de donde proceda.

Artículo 86. Aplicación de medidas de salvaguardia. Las medidas de salvaguardias, provisionales, y definitivas, solo se aplicarán en la cuantía y durante el periodo que sea necesario, para prevenir la amenaza de daño o reparar el daño o reparar el daño grave y facilitar el reajuste.

Artículo 88. De las medidas provisionales. Durante el trámite de la investigación y en circunstancias críticas en las que cualquier demora entrañaría un perjuicio grave, se pondrá aplicar una medida de salvaguardia provisional; para lo cual la autoridad investigadora, elaborara un informe técnico preliminar que contenga todos los factores pertinentes de carácter objetivo y cuantificable, que permitan evaluar la pertinencia de la aplicación de la medida y su posible impacto sobre el mercado doméstico.

Artículo 90. Salvaguardia definitiva para llegar a una determinación respecto de la imposición de las medidas de salvaguardia definitivas, la autoridad Investigadora deberá remitir al COMEX el correspondiente informe técnico final respecto de que el aumento de las importaciones ha causado o amenaza

causar daño grave, a efecto de que este apruebe la aplicación de medidas de salvaguardia así como la cuantía de las mismas.

Artículo 124. De las medidas de protección de la balanza de pagos. El Comité de Comercio Exterior podrá adoptar medidas de carácter comercial de acuerdo a los procedimientos contemplados en tratados y acuerdos comerciales internacionales ratificados por el Ecuador, con la finalidad de salvaguardar su posición financiera exterior y el equilibrio de su balanza de pagos (Registro Oficial N° 435, 2011).

Certificación de origen de mercancías

Artículo 135. Ámbito de regulación. El ámbito de esta normativa se refiere a la verificación y certificación de origen de las mercancías de exportación, en cuanto a las responsabilidades de la autoridad competente y de las entidades habilitadas, los procedimientos de declaración y certificación, el control que se debe ejercer y los procedimientos a seguir en casos de divergencia.

Para el caso de las mercancías de importación la vigilancia y verificación del cumplimiento de las reglas de origen corresponde a la autoridad aduanera nacional, independientemente del régimen aduanero al que se importen según las disposiciones del presente reglamento.

Artículo 137. Funciones y responsabilidades de la Autoridad Gubernamental Competente Tienen las siguientes funciones:

- a) Comprobar y supervisar el cumplimiento de las reglas de origen por parte de los productores y/o exportadores en función de los convenios internacionales suscritos y tomar acciones administrativas y penales que correspondan en caso de incumplimiento.
- b) Expedir certificados de origen preferenciales y no preferenciales que amparen las exportaciones de las mercancías ecuatorianas (Registro Oficial N° 435, 2011).

CAPÍTULO 3

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de investigación.

Vamos a aplicar una investigación tipo descriptiva – explicativa; descriptiva porque la investigación detalla diversos elementos de las salvaguardias y la importación de calzado, conociendo a mayor profundidad el problema en cuestión y articulado con los componentes investigados, estableciendo de esta manera comportamientos concretos que se da dentro de las empresas que producen y comercializan calzado actualmente. Por otro lado, aplicamos un estudio explicativo, donde encontramos las razones o causas que ocasionan la mayor parte de la importación de calzado, explicando las condiciones de éste, analizando sus causales, y logrando así contribuir al desarrollo del conocimiento científico.

Investigación de campo

La investigación de campo se realizará mediante la aplicación de encuestas, al ser considerada una técnica mucho más fácil de utilizar en el sector del calzado, debido a la informalidad en la que se maneja.

La encuesta proporcionará las respuestas a los objetivos planteados.

Métodos de investigación

Siendo nuestra investigación considerada como un aporte de índole científico, hemos aplicado los métodos de investigación cualitativo y de análisis, considerando así la síntesis de diversos estudios relacionados con nuestro problema central, desarticulando todo en sus partes y reunificación acorde a nuestros diversos objetivos y causas.

El método de análisis, nos permite poder extraer lo principal dentro de un conjunto de conceptos, para poder estructurar lo relevante, y relacionado con nuestro problema central. Método de investigación cualitativa, ya que analizaremos los diversos datos recolectados en base a un estudio.

Diseño de la investigación

La salvaguardia a la importación de calzado, mediante el arancel mixto, es una estrategia de protección para el productor nacional de calzado, cuyo objetivo es beneficiar a los pequeños productores, sin embargo, su aplicación sigue siendo cuestionada debido a la poca información detallada y el desconocimiento de sus resultados, por ello, la investigación se llevará a cabo con datos de la Institución propulsora del arancel mixto, Cámara de Calzado Tungurahua (CALTU) y que además, representa a la provincia donde se concentra la mayor cantidad de empresas productoras y comercializadoras de calzado a nivel nacional.

Considerando el objetivo antes mencionado, en el presente trabajo de tesis se propone analizar el impacto de la aplicación de dicha salvaguardia, sus resultados y los efectos que se han obtenido, mediante una encuesta que nos permitirá obtener información real de las personas que ejercen esta actividad tanto productiva, comercial y la aceptación del consumidor final.

Población y muestra

El estudio de la importación de calzado, se llevará a cabo en la provincia de Tungurahua, con datos solicitados a la CALTU.

Hay que considerar que al ser instituciones del estado hay que seguir un proceso para obtener la información y al seguir este proceso el tiempo de respuesta depende de las autoridades de los Ministerios.

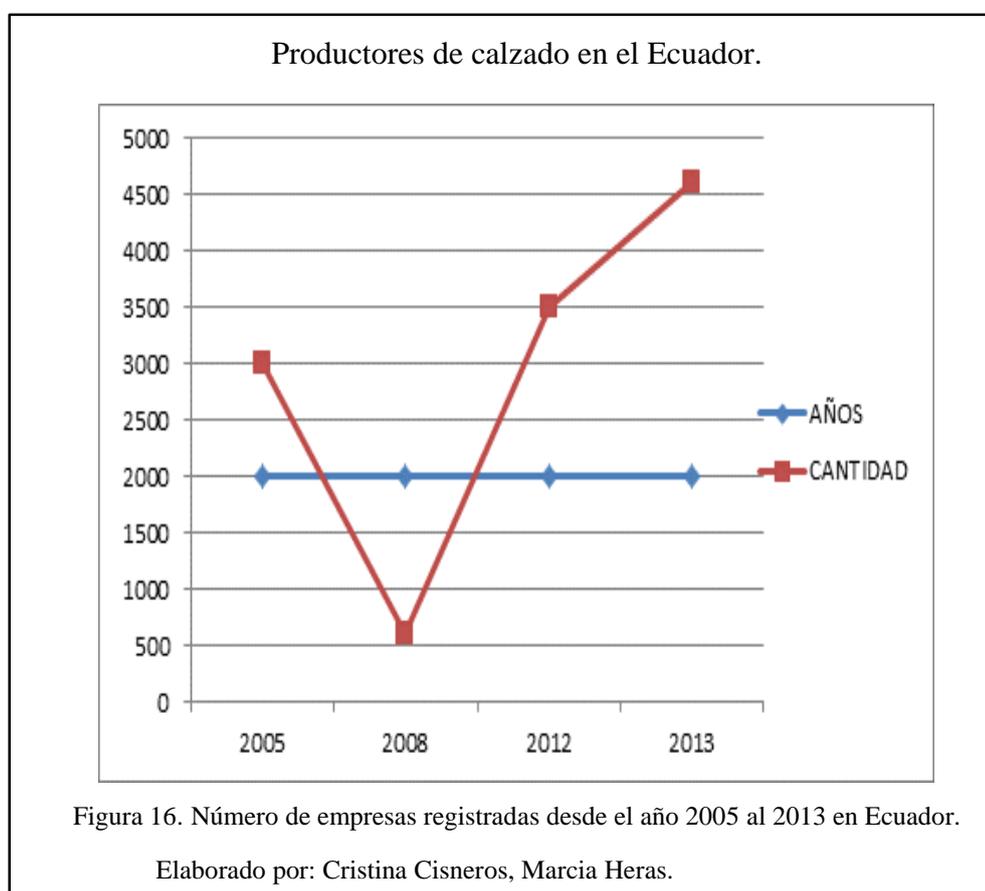
Pero para conocimiento del lector, la población que se ha seleccionado para aplicar el muestreo es el número total de asociaciones, uniones u organizaciones de producción y comercialización de calzado registradas en la Provincia de Tungurahua.

El tipo de muestreo seleccionado es el aleatorio simple con selección aleatoria, porque del total de la población que se obtiene, se escogerá al azar las empresas o instituciones a las que se realizará la encuesta sin ningún orden en particular.

Tamaño de la muestra

Mediante oficios se solicitó a entidades como: Ministerio de Productividad (MIPRO), Superintendencia de Compañías, Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC), Servicio de Rentas Internas (SRI), información de las empresas productoras y comercializadoras existentes de calzado en la Provincia de Tungurahua, obteniendo únicamente datos de las empresas registradas como Pymes y grandes empresas. Sin embargo, dichas entidades nos confirman extraoficialmente, que la industria de calzado en Tungurahua se constituye en su mayoría por artesanos y pequeños negocios familiares que ejercen su actividad de manera informal.

La CALTU, nos proporcionó la siguiente información:



En la entrevista realizada a la Presidenta de la CALTU, Dra. Lilia Villavicencio, menciona que en el Ecuador, hasta el año 2013, hay alrededor de 4600 representantes del sector calzado, del cual el 50% se encuentra asentado en la provincia de Tungurahua, de acuerdo a la información estadística que tiene la CALTU.

Según la información obtenida a través de la CALTU, la provincia de Tungurahua cuenta con 2250 representantes del sector del calzado entre productores – comercializadores, productores – importadores y comercializadores, información de la cual no se encuentra ningún registro verificable, ya que el sector maneja de forma hermética sus datos, especialmente por el temor que tienen a las normas regulatorias de los entes de control.

Tabla 8.

Asociaciones de comercializadores ubicadas de la provincia de Tungurahua.

Nº	ASOCIACION	REPRESENTANTE
1	Asociación 5 de Junio	Ángel Guerrero
2	Asociación Juan Cajas	Nelson Ochoa
3	Asociación Unicalza	Lisandro López
4	Asociación Calzarte	Victor Panimboza
5	Asociación Aprocalza	Nelson Aldás
6	Asociación Calzafince	Rafael Ortiz

Nota: Asociaciones representativas de calzado en la provincia de Tungurahua

Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.

La cantidad que se menciona, 2250 representantes de la industria del calzado. De acuerdo a la información proporcionada por la CALTU nosotros dividimos los sectores que se dedican al calzado de la siguiente forma:

- Productores – Comercializadores
- Comercializadores - Importadores

La división antes mencionada se da porque los productores no comercializan su producto al por mayor sino que lo realizan principalmente al minoreo ya sea en sus propios almacenes cuanto en plazas.

En cuanto a los comercializadores e importadores Lilia Villavicencio nos comenta que en la mayoría de las empresas que se dedican a la venta del calzado no lo hacen únicamente de calzado que sea producido por ecuatorianos la mayoría de ellos adquieren calzado de todas aquellas empresas que decidan ofrecer a estas empresas para que vendan el calzado sea cual fuere su origen es decir que los comercializadores venden producto nacional y extranjero sin problema lo único que les incentiva es tener mayores beneficios económicos.

Para la determinación del tamaño de la muestra se utilizó el algoritmo de cálculo clásico del muestreo aleatorio simple de proporciones desagregado así:

Tamaño de muestra (n): método de las proporciones

$$n = \frac{P \times Q \times N \times Z^2}{E \times 2(N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Fijación de la muestra

Datos cálculo de la muestra:

n= Tamaño muestra

N= Tamaño población

Z = Parámetro

P = Variable de diseño

Q = Variable negativa

E= Error máx. Permisible

Selección de la muestra

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. Mientras que según CALTU, hasta este año están registrados 4 500 productores, a escala nacional; entre grandes, medianos y artesanos. De esta cantidad, el 50% pertenecen a la provincia de Tungurahua y se encuentran divididas de la siguiente manera:

Cálculo de la Muestra:

n= Tamaño muestra

N= 2250

P= 0,50

Q= 0,50

Z = 1,96

E = 0,05

$$n = \frac{0.50 \times 0.50 \times 2250 \times 1.96^2}{0.05 \times 2(2250 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{0.50 \times 0.50 \times 2250 \times 3.8416}{0.0025 \times (2249) + 3.8416 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{2160.90}{6.5829}$$

n= 329

Obtenemos una muestra ajustada de 329, a la cual se realizó las siguientes encuestas.

Siendo a las 329 a las que dividimos en dos grupos

Productores – Comercializadores 164 encuestas

Comercializadores – Importadores 164 encuestas

Cálculo de la Muestra para consumidores:

Por tanto es eminentemente importante para nosotros obtener datos que nos brinden los consumidores en cuanto a satisfacción y conocimiento del producto es por ello que para obtener una muestra tomamos la población que habita en la provincia de Tungurahua.

$$n = \frac{0.50 \times 0.50 \times 542583 \times 3.8416}{0.0025 \times (542583 - 1) + 3.8416 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{521096.71}{6.58291357.415}$$

n = 383 Obtenemos una muestra ajustada de 383 (Anexo 2)

Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

A continuación se indican los resultados y el análisis de las preguntas realizadas en las encuestas realizadas en la Provincia de Tungurahua.

Tabulación de la encuesta de productores.

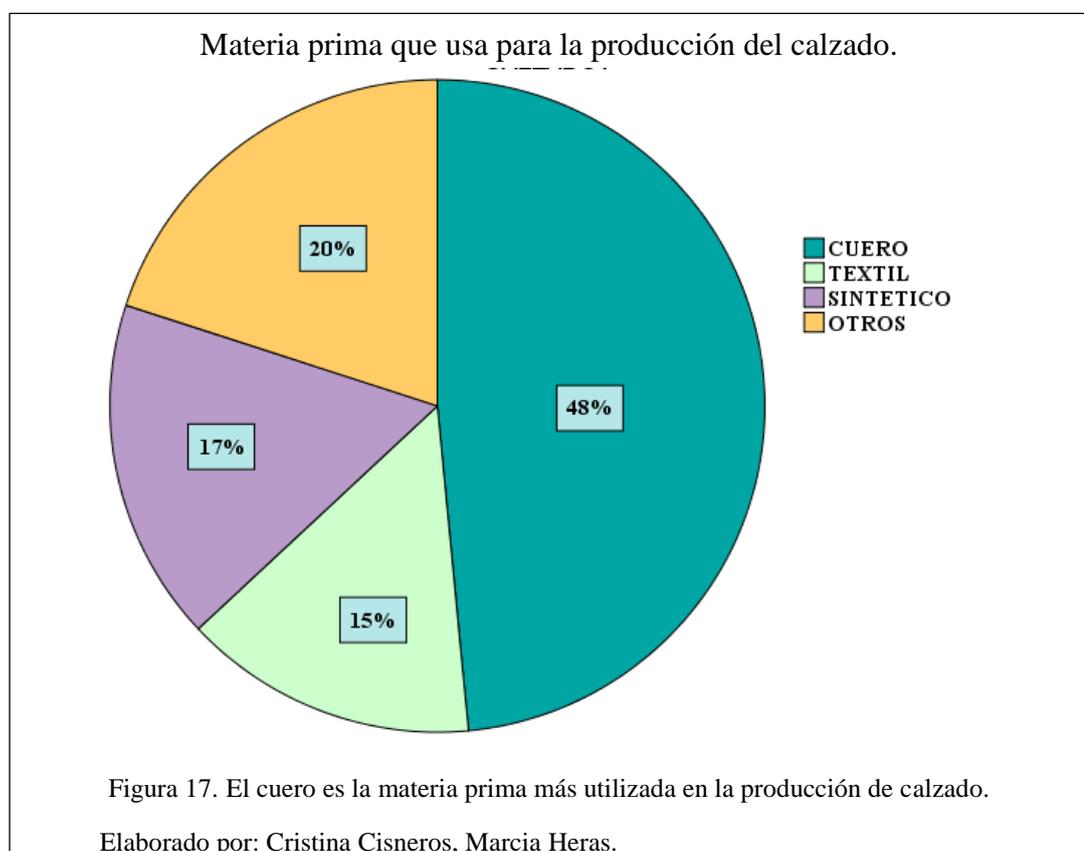
Tabla 9.

Material que utiliza como materia prima para la producción del calzado.

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CUERO	80	48,5	48,5	48,5
TEXTIL	24	14,5	14,5	63,0
SINTÉTICO	28	17,0	17,0	80,0
OTROS	33	20,0	20,0	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Nota: se realiza la tabulación de los principales materiales para la producción del calzado.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de resultados

Como se puede ver en la pregunta 1 en la industria del calzado prevalece el uso del cuero como materia prima con un 48%, el sintético con un 17%, el textil con un 15% y el 20% (caña, caucho).

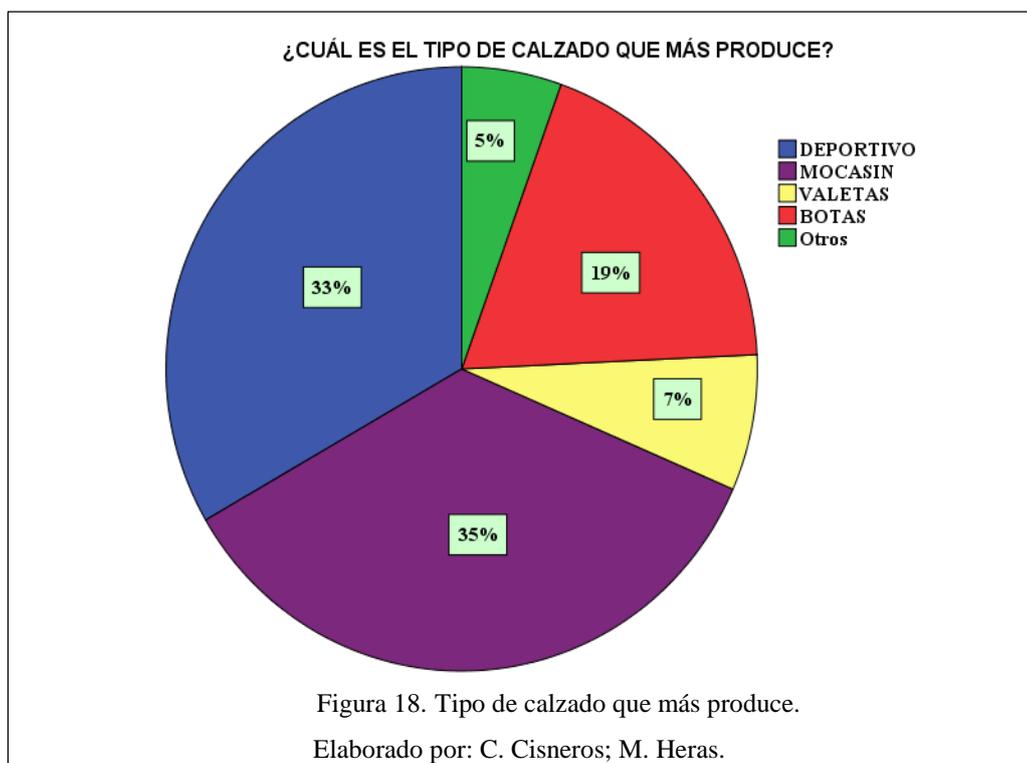
Tabla 10.

Tipo de calzado que más se produce.

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
DEPORTIVO	55	33,3	33,3	33,3
SANDALIA	3	1,8	1,8	35,2
TACO	6	3,6	3,6	38,8
MOCASÍN	58	35,2	35,2	73,9
VALETAS	12	7,3	7,3	81,2
BOTAS	31	18,8	18,8	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Nota: a través de la tabulación se visualiza que el calzado que más se produce es el deportivo.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de resultados

En la pregunta 2. La producción de calzado en la provincia de Tungurahua elabora en un 35% calzado mocasín, el 33% se dedica al calzado deportivo, 19% produce botas, el 7% corresponde a valetas (muñecas) y tan solo el 5% se dedica a la elaboración de tacos – sandalias.

Tabla 11.

Materia prima, materiales e insumos, nacionales e importados.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Cuero – Sintético	20	12,1	12,1	12,1
Suelas	22	13,3	13,3	25,5
Hilos	17	10,3	10,3	35,8
Hebillas	17	10,3	10,3	46,1
Pegantes	18	10,9	10,9	57,0
Bóntex	18	10,9	10,9	67,9
Contrafuertes	18	10,9	10,9	78,8
Forros	18	10,9	10,9	89,7
Reactivadores	17	10,3	10,3	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Nota: se hace referencia a los materiales que son de procedencia ecuatoriana y los que son importados
Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.

DEL SIGUIENTE LISTADO DE MATERIA PRIMA, MATERIALES E INSUMOS,
SEÑALE CON UNA X LOS NACIONALES O M SI SON IMPORTADOS.

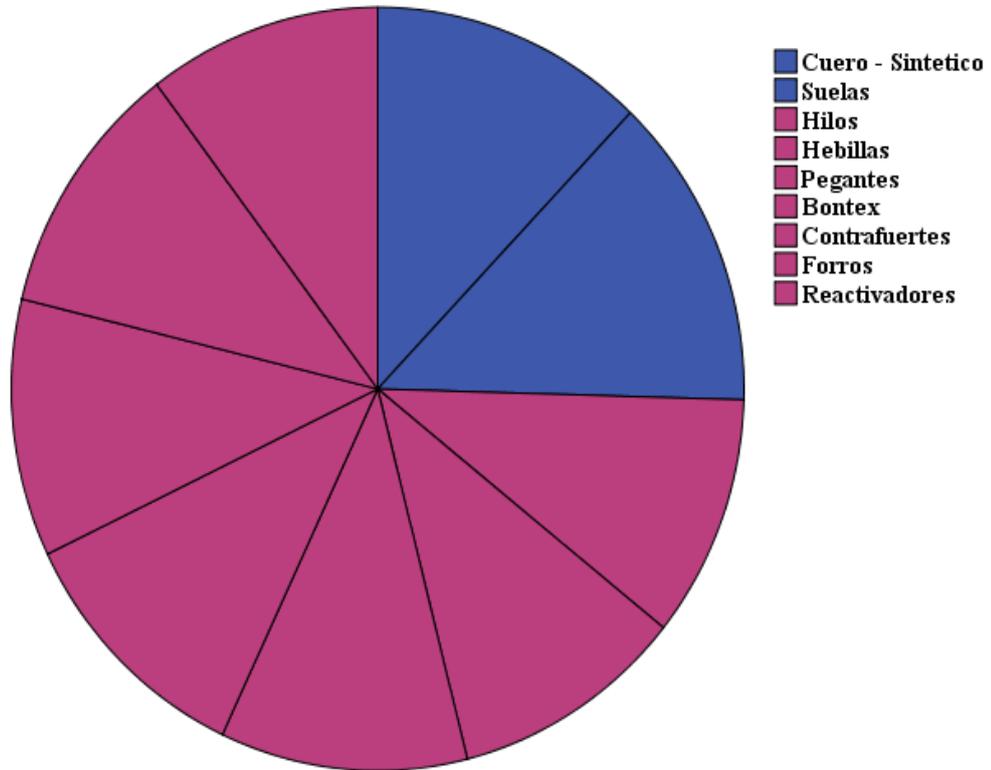


Figura 19. Listado de materiales e insumos nacionales e importados
Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.

Interpretación de resultados

En la pregunta 3, se puede observar que en un 75% de la materia prima y de los insumos son importados mientras que el 25% son nacionales.

El 75% de los materia prima y de los insumos tales como: hebillas, pegantes, bóntex, contrafuertes, forros y reactivos son importados. En su mayoría estos proceden de Brasil, Colombia, Perú y México.

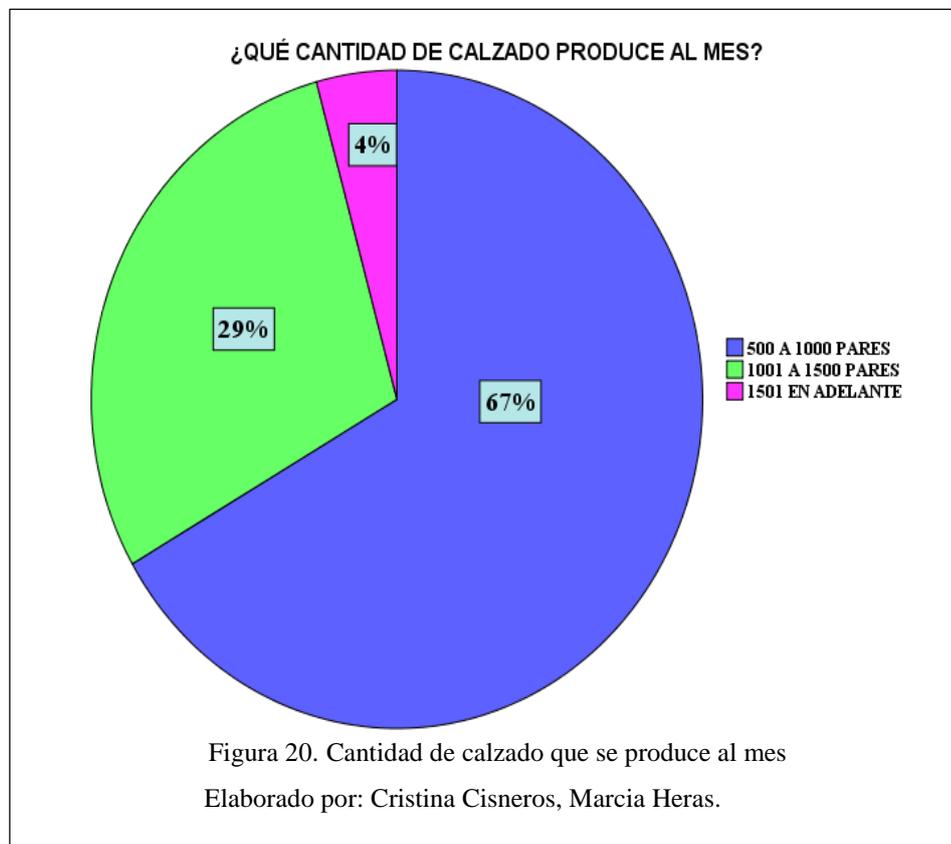
Tabla 12.

Cantidad de calzado que se produce al mes.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
500 A 1000 PARES	110	66,7	66,7	66,7
1001 A 1500	48	29,1	29,1	95,8
1501 EN	7	4,2	4,2	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Nota: se presenta la cantidad de calzados fabricados mensualmente.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de Resultados

En la pregunta 4 podemos observar que la producción mensual de calzado en un 67% produce de 500 a 1000 pares al mes, 29% produce de 1001 a 1500 pares, y un 4% produce de 1501 en adelante.

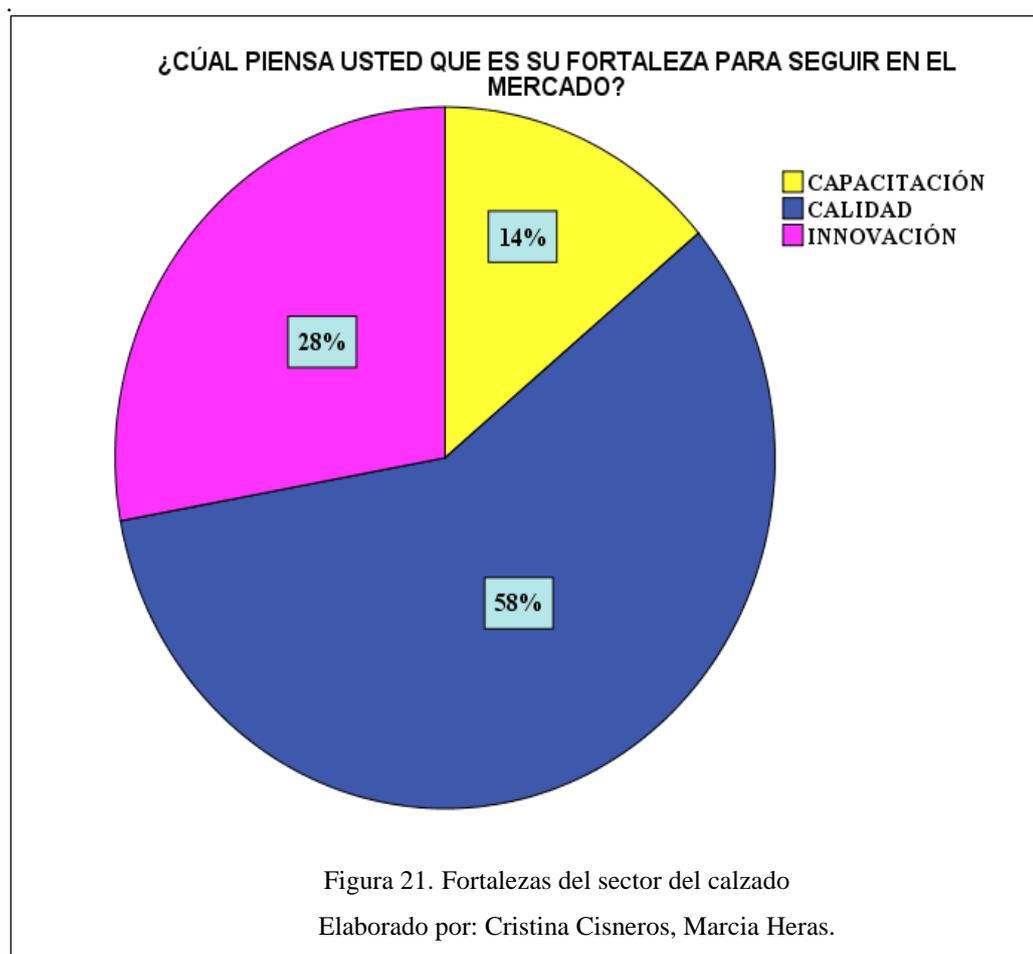
Tabla 13.

Fortalezas del sector productivo del calzado.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
CAPACITACIÓN	23	13,9	13,9	13,9
CALIDAD	96	58,2	58,2	72,1
INNOVACIÓN	46	27,9	27,9	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Nota: se precisa conocer que es lo que productor prefiere mantener en su calzado para obtener mayor utilidad.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de resultados

En la pregunta 5 podemos observar que el 58% de los productores encuestados apuestan a la calidad como su mayor fortaleza para mantenerse en el mercado, un 28% priorizan lo que viene a ser la innovación y apenas el 14% se fomentan en la capacitación.

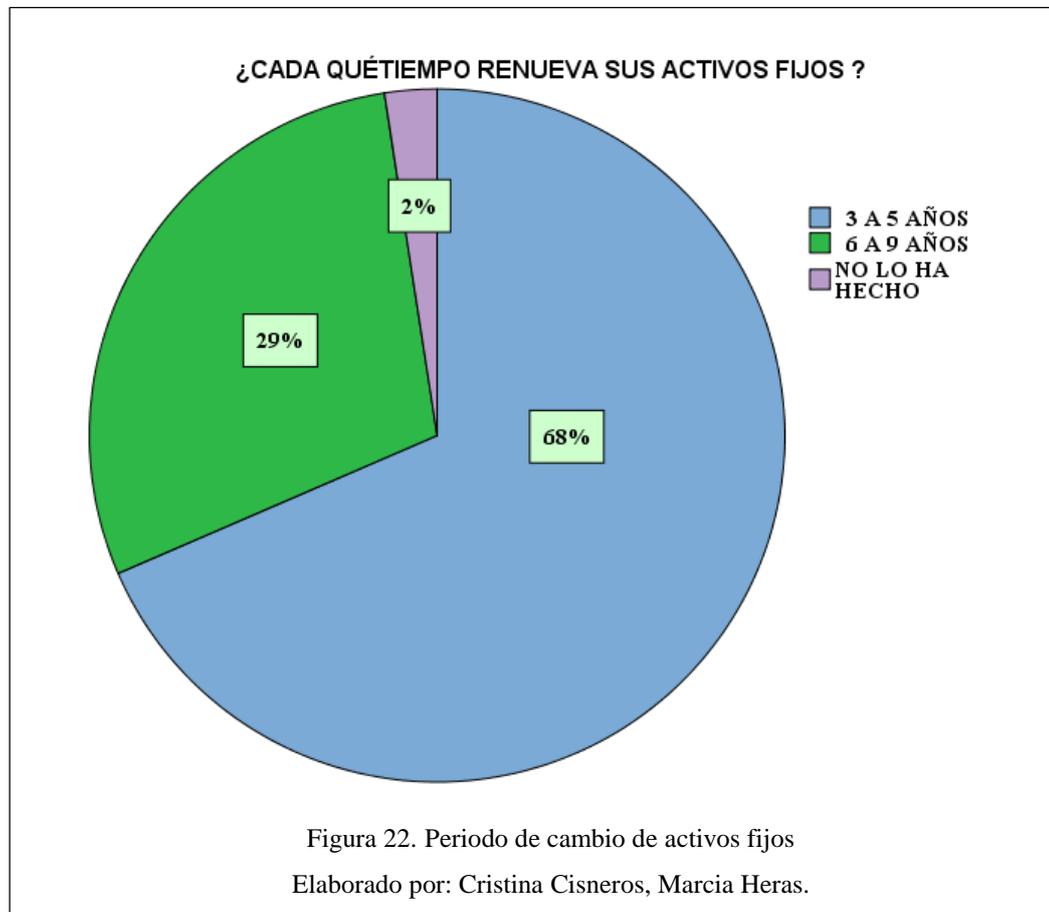
Tabla 14.

Frecuencia de renovación de activos fijos.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
3 A 5 AÑOS	113	68,5	68,5	68,5
6 A 9 AÑOS	48	29,1	29,1	97,6
NO LO HA HECHO	4	2,4	2,4	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Nota: nos muestra el lapso de tiempo con el que cambian los activos fijos en sus diferentes empresas.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de resultados

En la pregunta 6 podemos observar que el productor de calzado se encuentra en constate renovación de sus activos fijos tal es así que un 68% los renuevan en un plazo máximo de 3 a 5 años mientras que un 29% lo hacen en un periodo de 6 a 9 años y apenas un 2% no lo ha hecho por dos causas son nuevas en el mercado.

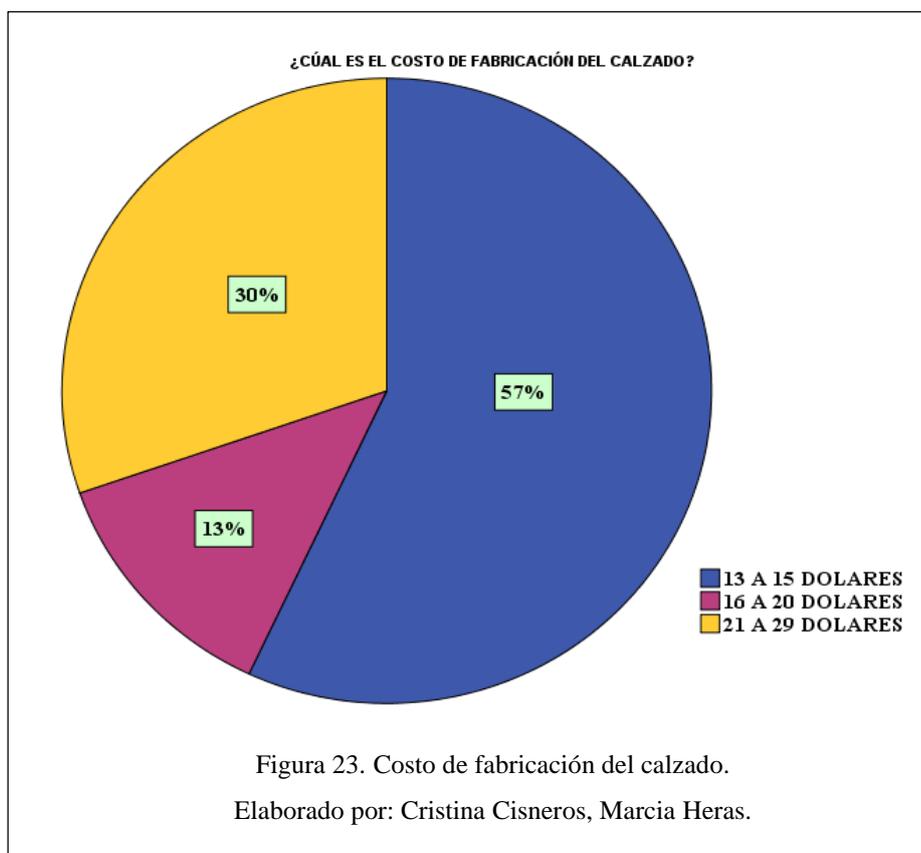
Tabla 15.

Costo de fabricación del calzado.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
13 A 15 DÓLARES	94	57,0	57,0	57,0
16 A 20 DÓLARES	21	12,7	12,7	69,7
21 A 29 DÓLARES	50	30,3	30,3	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Nota: se identificó el costo promedio en el que se comercializa el calzado en Tungurahua.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de resultados

En la pregunta 7 podemos observar que, en cuanto a los costos de producción del calzado, en un 57% nos manifestaron que varía de un 13 a 15 dólares por par, un 30% tiene un costo de fabricación entre los 16 a 20 dólares por par y el 13% supera de los 21 a 29 dólares por par.

Tabulación de la encuesta de comercialización.

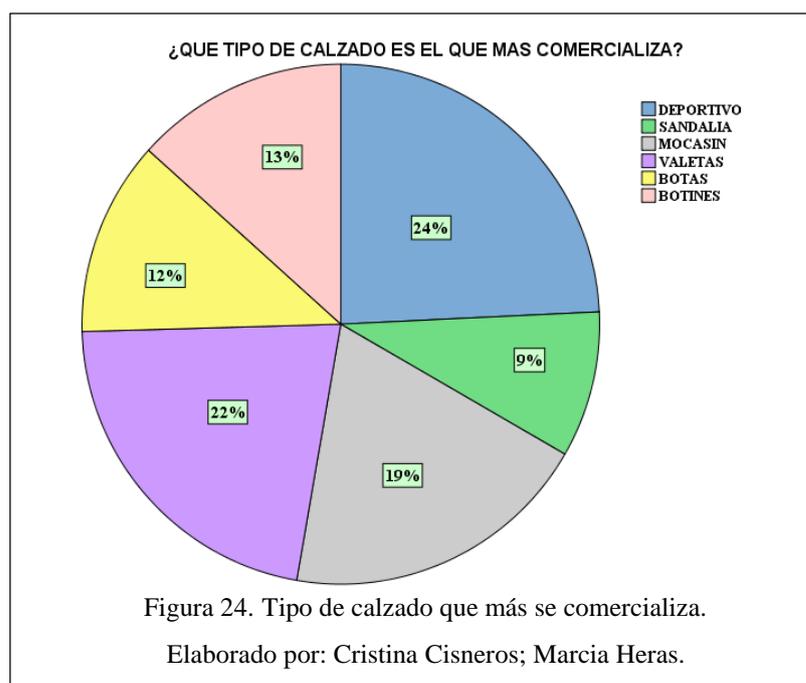
Tabla 16.

Tipo de calzado que más comercializa.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
DEPORTIVO	40	24,2	24,2	24,2
SANDALIA	15	9,1	9,1	33,3
MOCASÍN	32	19,4	19,4	52,7
VALETAS	36	21,8	21,8	74,5
BOTAS	20	12,1	12,1	86,7
BOTINES	22	13,3	13,3	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Nota: el tipo de calzado que mayormente se comercializa es el deportivo de acuerdo a la encuesta.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de Resultados

En la pregunta 1 podemos observar que el 24% comercializa calzado deportivo, el 22% se dedica a lo que es valetas, un 19% comercializa mocasín, 12% botas, 13% botines y un 9% en sandalias.

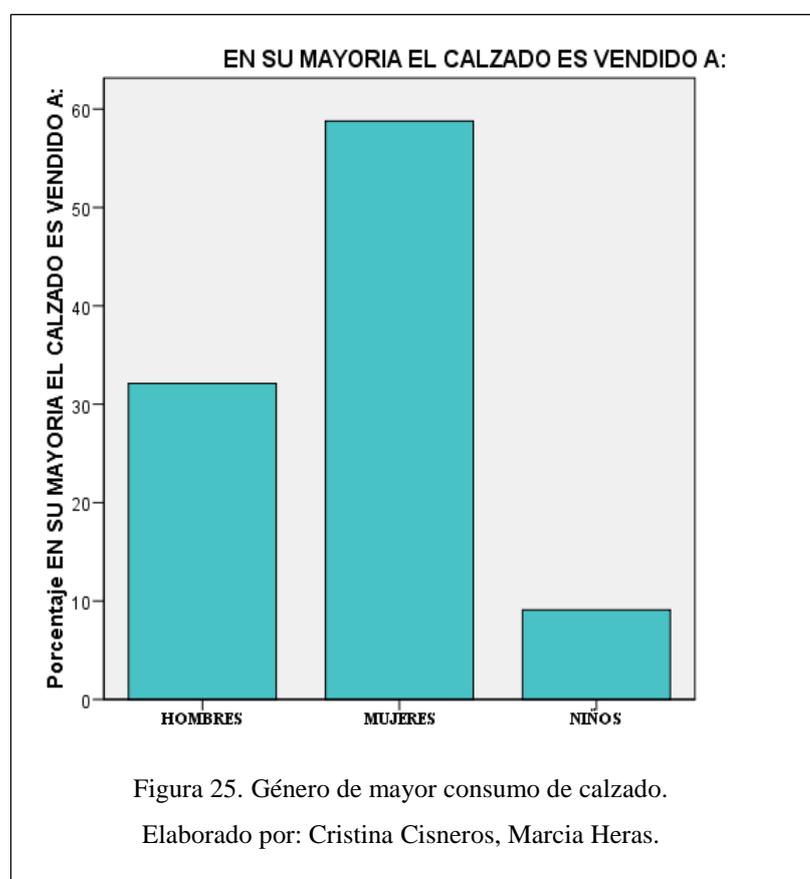
Tabla 17.

Género de mayor consumo de calzado.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
HOMBRES	53	32,1	32,1	32,1
MUJERES	97	58,8	58,8	90,9
NIÑOS	15	9,1	9,1	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Nota: el género femenino es el mayor consumidor de calzado al año.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de resultados

En la pregunta 2 podemos observar que el 59% de calzado es vendido a mujeres, mientras que el 32% lo consume los hombres y apenas un 9% lo consumen los niños.

Las mujeres tienden a consumir más calzado por cuestión de moda que los hombres.

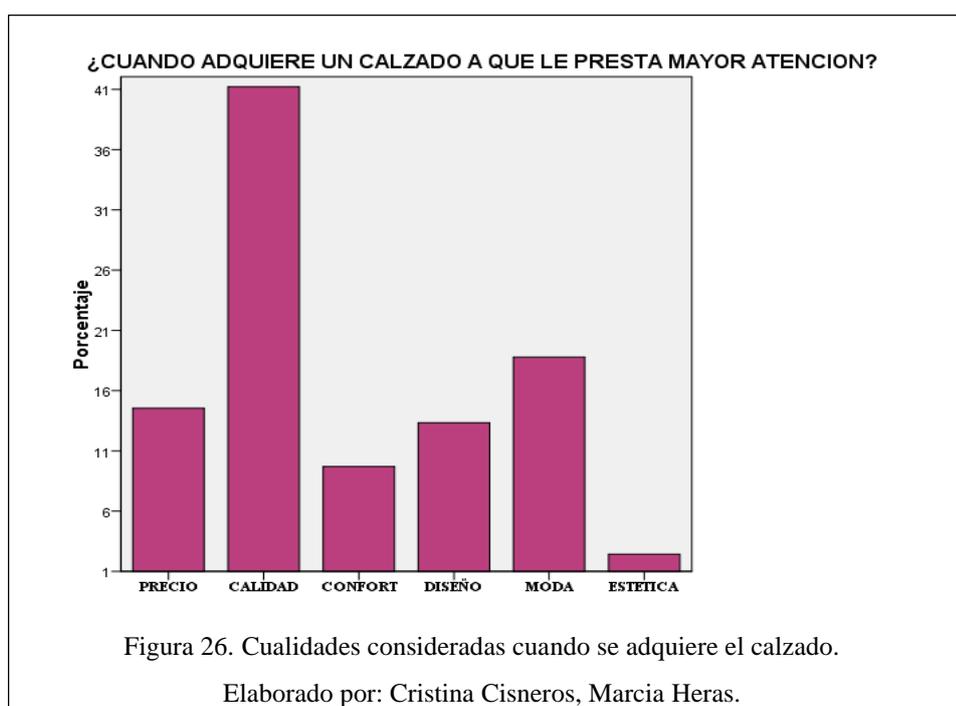
Tabla 18.

Cualidades consideradas al adquirir calzado.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
PRECIO	24	14,5	14,5	14,5
CALIDAD	68	41,2	41,2	55,8
CONFORT	16	9,7	9,7	65,5
DISEÑO	22	13,3	13,3	78,8
MODA	31	18,8	18,8	97,6
ESTÉTICA	4	2,4	2,4	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Nota: en la mayoría de comercializadores a que ítem le prestaron más atención al momento de comprar.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de resultados

En la pregunta 3 podemos observar que el comercializador a la hora de vender prefiere ofrecer el 41% de calidad, el 19% por moda, 15% precio, 13% diseño, 10% confort y el 2% estética.

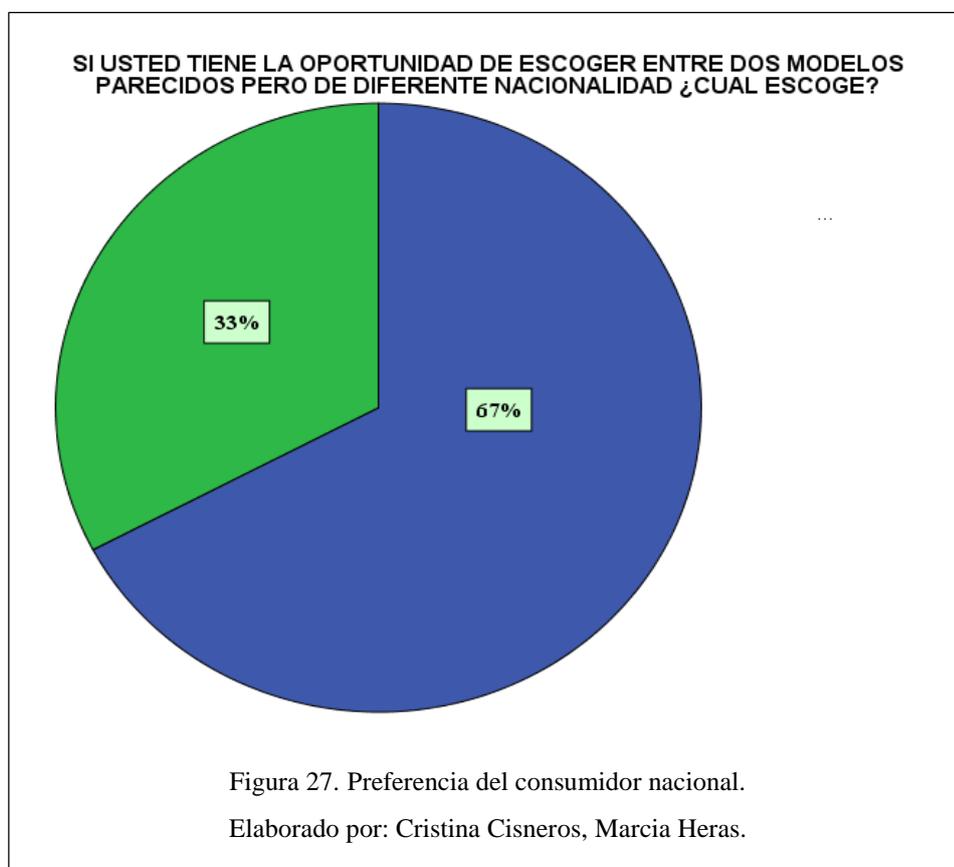
Tabla 19.

Preferencia del consumidor ecuatoriano.

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NACIONAL	111	67,3	67,3	67,3
EXTRANJERO	54	32,7	32,7	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Nota: el calzado que prefiere el consumidor al momento de comprar.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras



Interpretación de resultados

En la pregunta 4 podemos observar que el 67% prefiere el producto nacional, mientras el 33% prefiere producto extranjero.

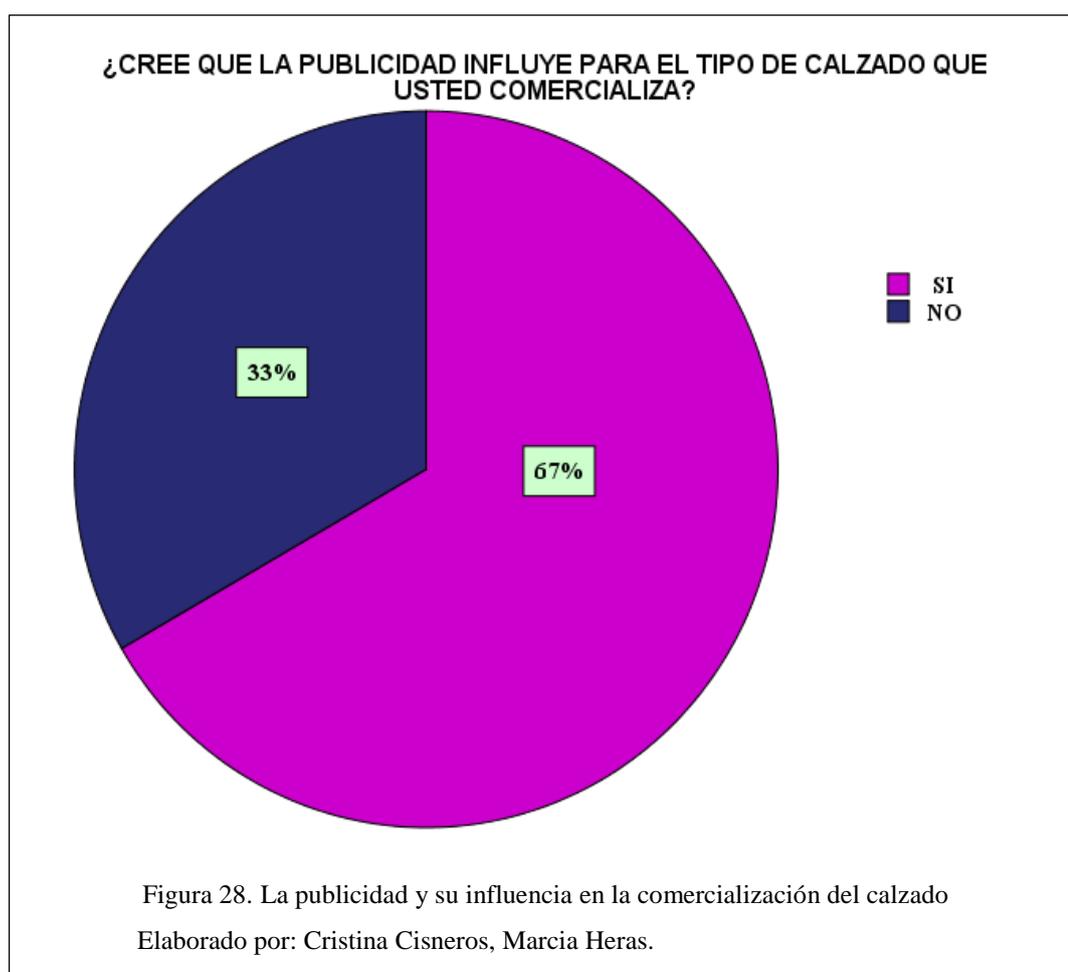
Tabla 20.

Publicidad en el sector del calzado.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
SÍ	110	66,7	66,7	66,7
NO	55	33,3	33,3	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Nota: Influencia de las campañas publicitarias en el momento de comercializar el producto.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de Resultados

En la pregunta 5 podemos visualizar que el 67% de los encuestados Si creen que la publicidad influye en la comercialización del calzado mientras que el 33% dice que no influye.

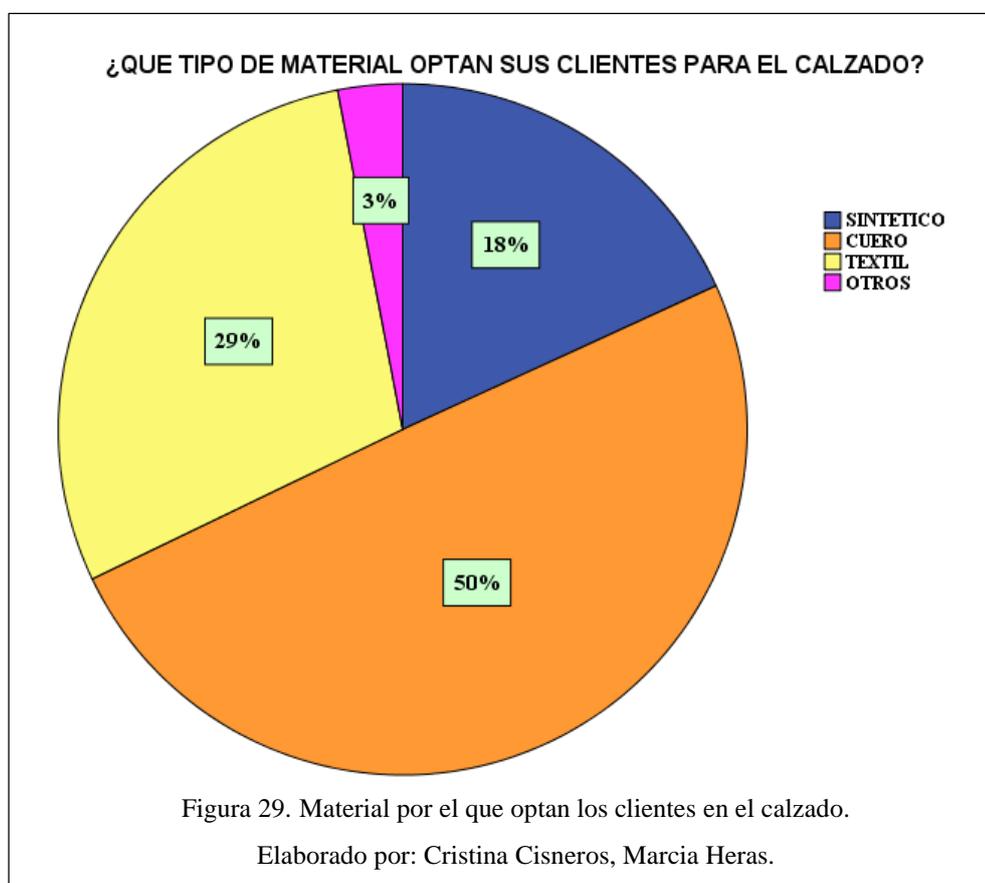
Tabla 21.

Tipo de material que el cliente prefiere en calzado.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
SINTÉTICO	30	18,2	18,2	18,2
CUERO	82	49,7	49,7	67,9
TEXTIL	48	29,1	29,1	97,0
OTROS	5	3,0	3,0	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Nota: Material que se expende con mayor facilidad en el sector del calzado es el cuero.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de resultados

En la pregunta 6 podemos observar que el 50% de clientes optan por el cuero, el 29% textil, el 18% sintético y un 3% por otros.

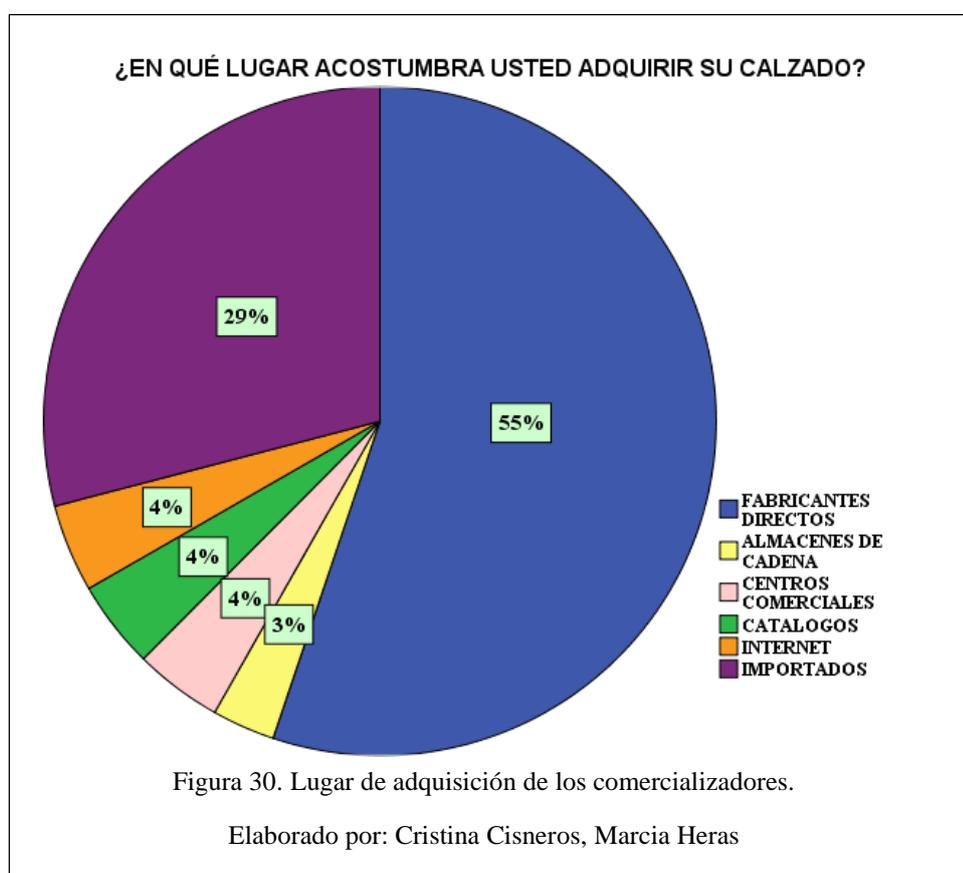
Tabla 22.

Lugar donde los comercializadores adquieren el calzado.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
FABRICANTES DIRECTOS	91	55,2	55,2	55,2
ALMACENES DE CADENA	5	3,0	3,0	58,2
CENTROS COMERCIALES	7	4,2	4,2	62,4
CATÁLOGOS	7	4,2	4,2	66,7
INTERNET	7	4,2	4,2	70,9
IMPORTADOS	48	29,1	29,1	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Nota: con mayor frecuencia el calzado los comercializadores adquieren a los fabricantes el calzado.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de resultados

En la pregunta 7 podemos observar que el 55% de comercializadores prefiere el calzado adquirir al fabricante directo, el 29% es importado, un 4% por internet, 4% catálogos, 3% almacenes de cadena y un 4% centros comerciales.

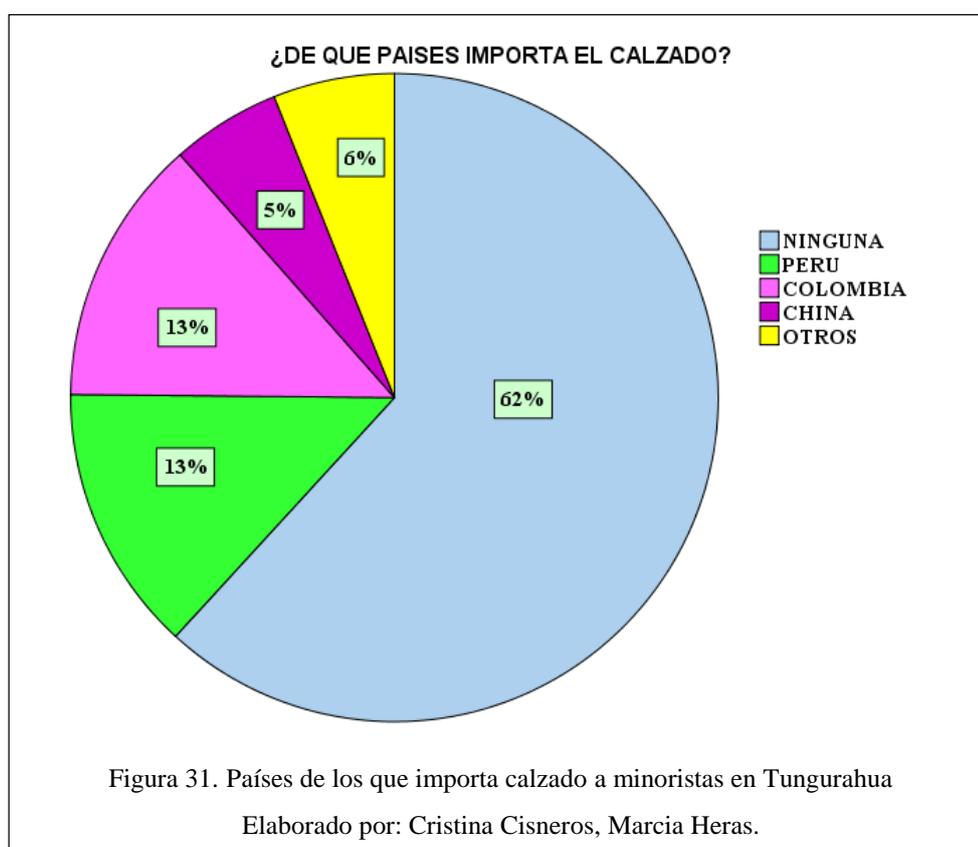
Tabla 23.

Países que importan a minoristas en Tungurahua.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
NINGUNA	102	61,8	61,8	61,8
PERU	22	13,3	13,3	75,2
COLOMBIA	22	13,3	13,3	88,5
CHINA	9	5,5	5,5	93,9
OTROS	10	6,1	6,1	100,0
Total	165	100,0	100,0	

Nota: los países de los que en su mayoría se importa son los que se encuentran en los alrededores

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras



Interpretación de resultados

En la pregunta 8 se puede observar que el 62% de comercializadores no importa calzado de ningún lugar, el 13% lo hace del Perú, el 13% de Colombia, 5% de China y un 6% de otros países como Brasil.

Tabulación de los clientes consumidores.

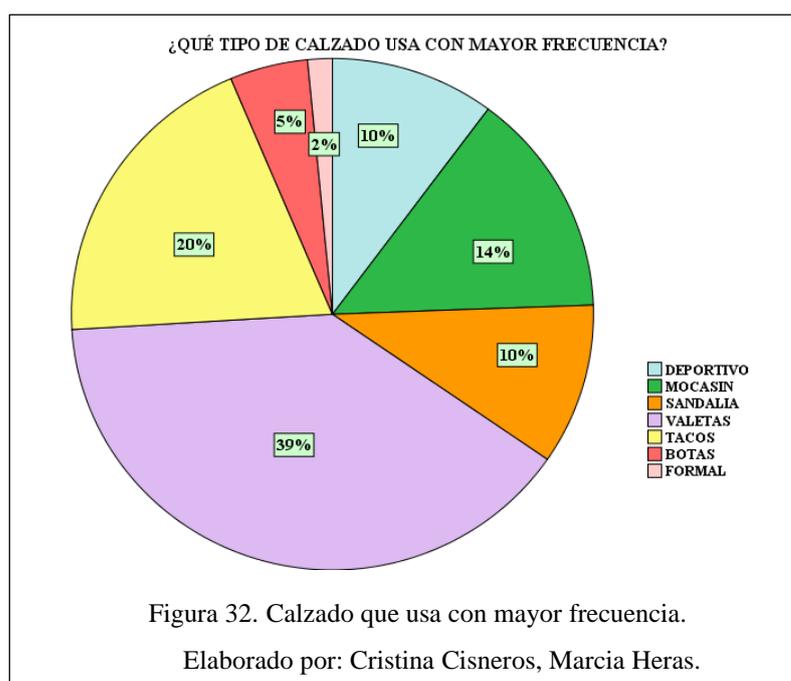
Tabla 24.

Uso de calzado con mayor frecuencia.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
DEPORTIVO	40	10,2	10,2	10,2
MOCASÍN	56	14,2	14,2	24,4
SANDALIA	40	10,2	10,2	34,6
VALETAS	155	39,4	39,4	74,0
TACOS	77	19,6	19,6	93,6
BOTAS	19	4,8	4,8	98,5
FORMAL	6	1,5	1,5	100,0
Total	393	100,0	100,0	

Nota: la población en Tungurahua prefiere las valetas y calzado de taco.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de resultados

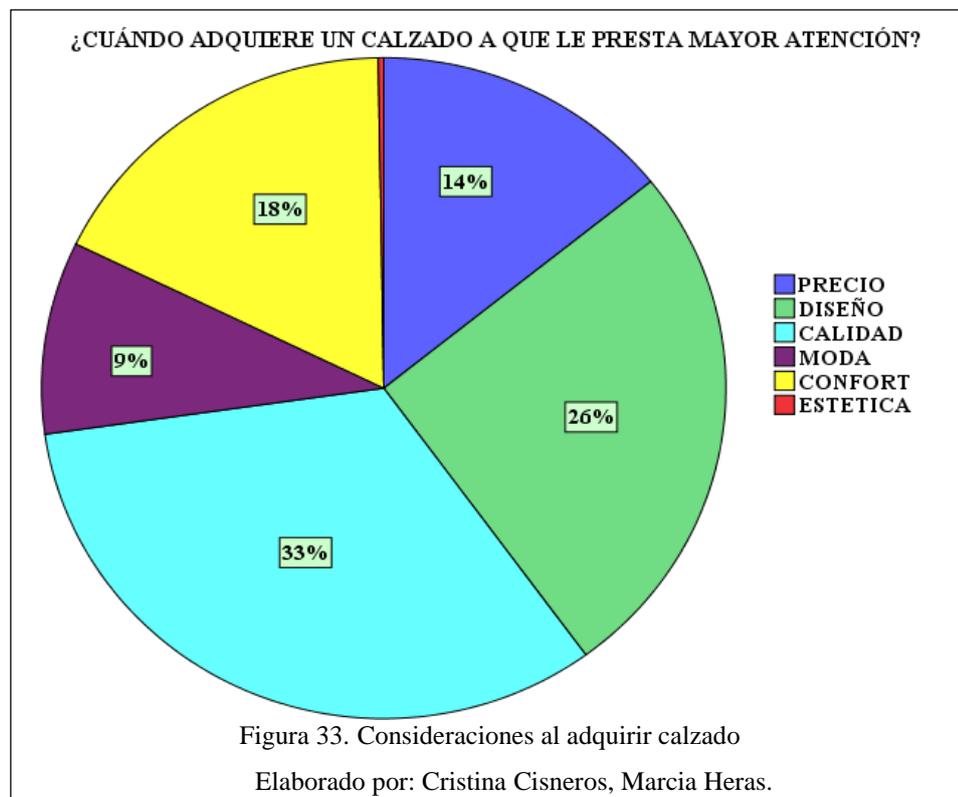
En la pregunta 1 de la encuesta al consumidor podemos observar que el 39% de clientes usan con más frecuencia calzado valetas, 20% adquieren tacos, 14% mocasín, el 10% sandalias, 10% deportivo – urbano, un 5% botas y un 2% formal.

Tabla 25.

Características consideradas al adquirir calzado

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
PRECIO	56	14,2	14,2	14,2
DISEÑO	101	25,7	25,7	39,9
CALIDAD	129	32,8	32,8	72,8
MODA	37	9,4	9,4	82,2
CONFORT	69	17,6	17,6	99,7
ESTETICA	1	,3	,3	100,0
Total	393	100,0	100,0	

Nota: al adquirir un calzado se le pone atención en varios parámetros, el más relevante es la calidad
Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de resultados

En la pregunta 2 de la encuesta al consumidor podemos observar que el momento de comprar el cliente se fija en un 33% en la calidad del zapato, 26% en el diseño, 18% en el confort, 14% precio, un 9% en la moda y un 0.30% en la estética del calzado.

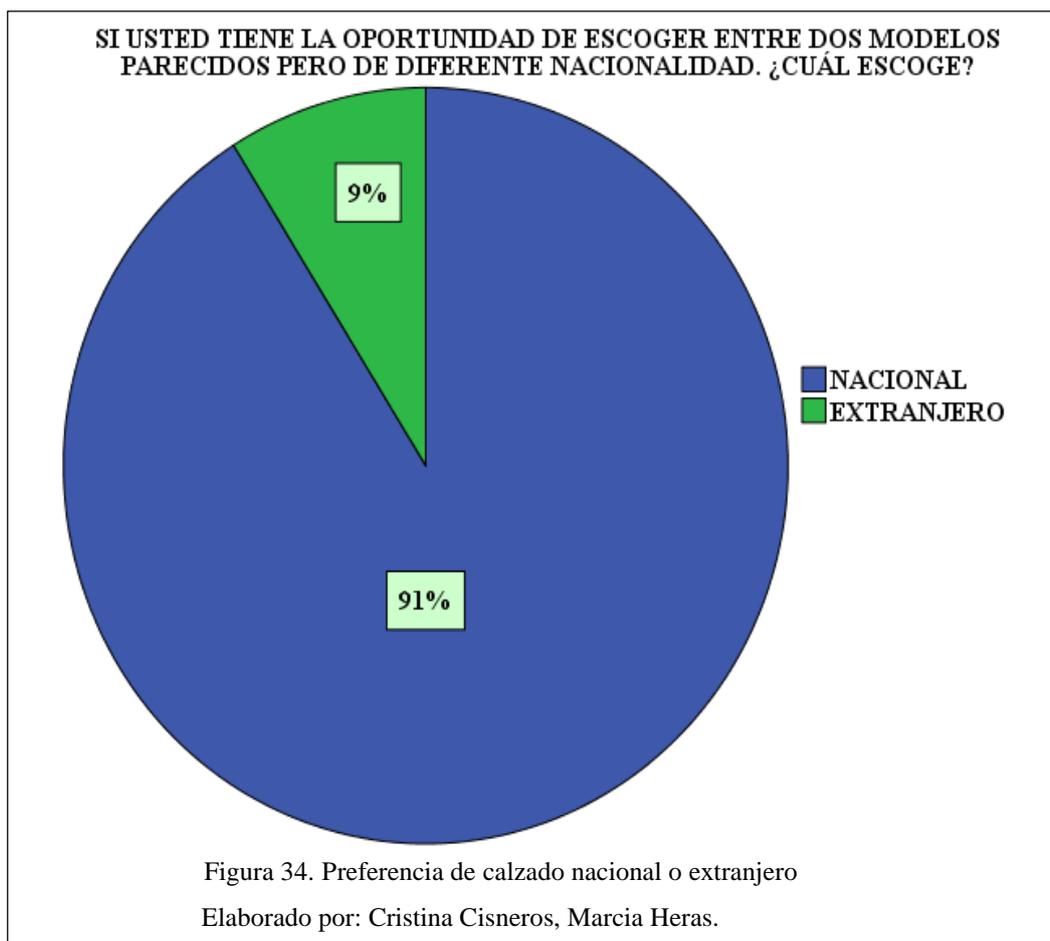
Tabla 26.

Preferencia de calzado nacional o importado.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
NACIONAL	358	91,1	91,1	91,1
EXTRANJERO	35	8,9	8,9	100,0
Total	393	100,0	100,0	

Nota: las preferencias de los clientes en cuanto a la nacionalidad del calzado.

Elaborado por: Cristina Cisneros; Marcia Heras.



Interpretación de resultados

En la pregunta 3 de la encuesta al consumidor podemos observar que un 91% de los consumidores consumen producto nacional mientras que el 9% prefieren el producto extranjero.

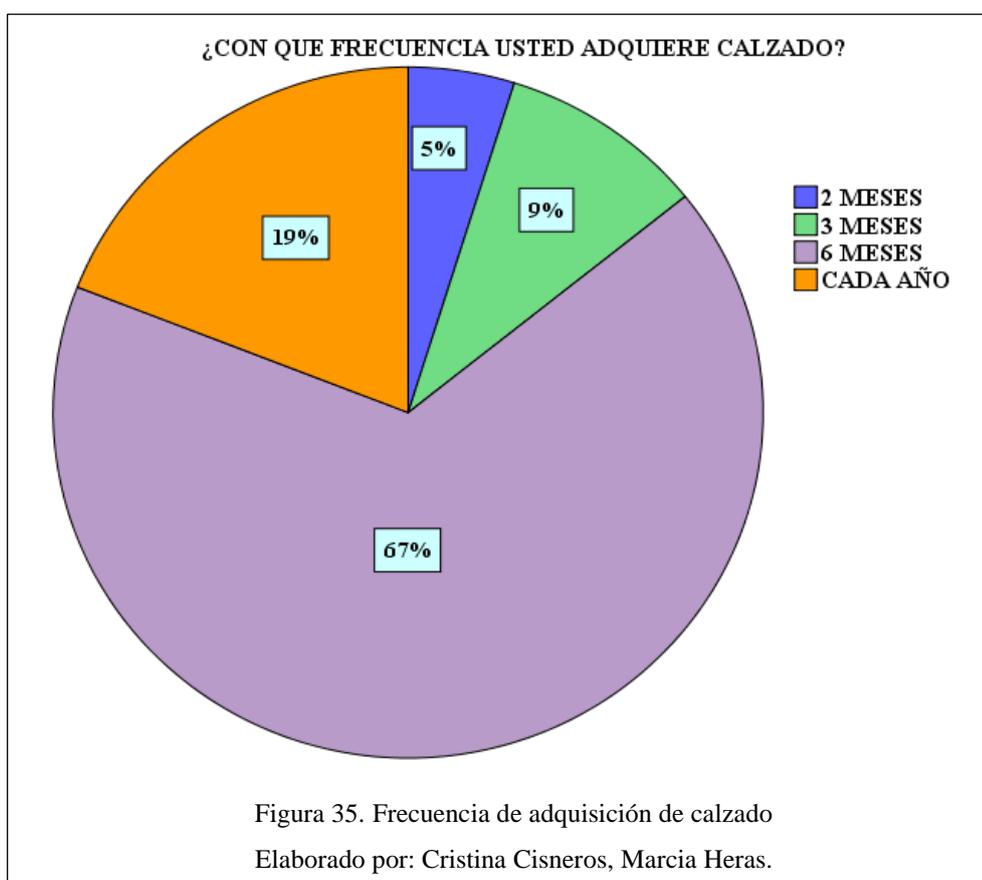
Tabla 27.

Frecuencia de adquisición de calzado

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
2 MESES	19	4,8	4,8	4,8
3 MESES	37	9,4	9,4	14,2
6 MESES	262	66,7	66,7	80,9
CADA AÑO	75	19,1	19,1	100,0
Total	393	100,0	100,0	

Nota: Nos muestra la frecuencia entre 2 a un año en la que el cliente adquiere calzado.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de resultados

En la pregunta 4 de la encuesta al consumidor podemos observar que el 67% adquieren calzado cada 6 meses, el 19% lo hace cada año, 9% cada 3 meses y el 5% lo hace cada 2 meses.

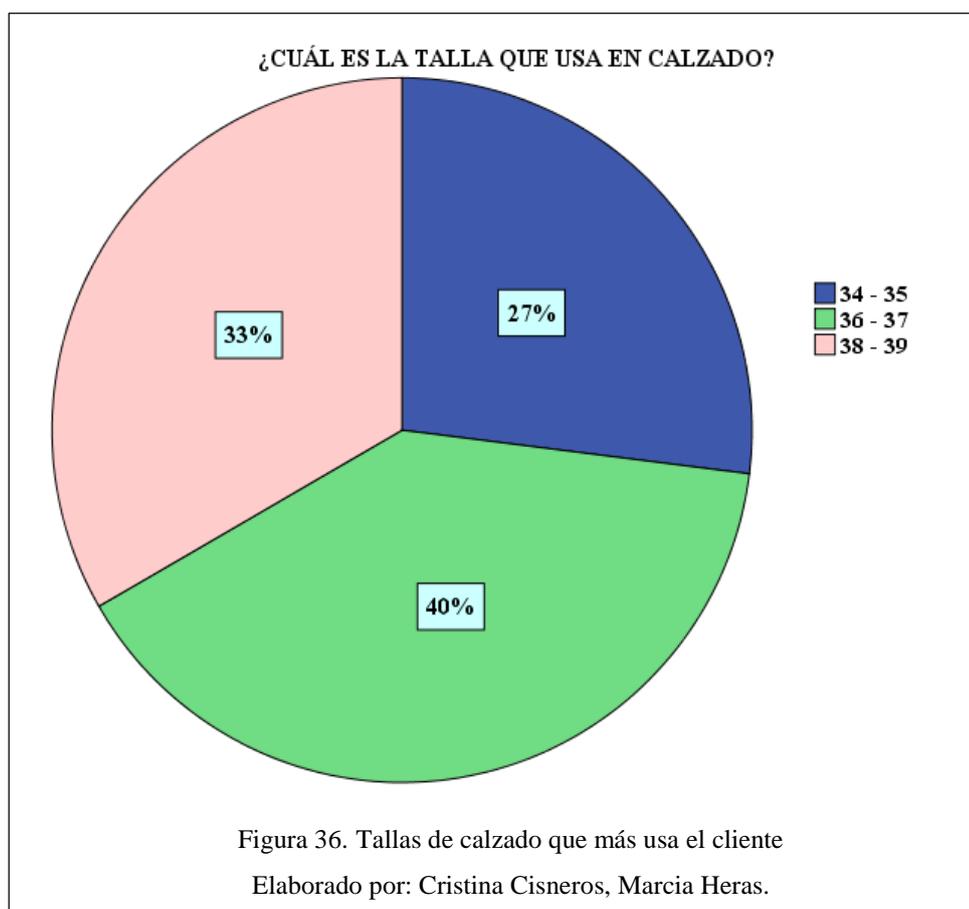
Tabla 28.

Rango de tallas con mayor uso en calzado

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
34 – 35	106	27,0	27,0	27,0
36 – 37	156	39,7	39,7	66,7
38 – 39	131	33,3	33,3	100,0
Total	393	100,0	100,0	

Nota: la variación de tallas que el ecuatoriano consume mayormente esta entre los 36 y 37

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de resultados

En la pregunta 5 de la encuesta al consumidor podemos observar el ecuatoriano cuenta con una horma de 36 – 37 con el 40%, el 33% usa una talla de 38 – 39 y el 27% usa un horma de 34 – 36.

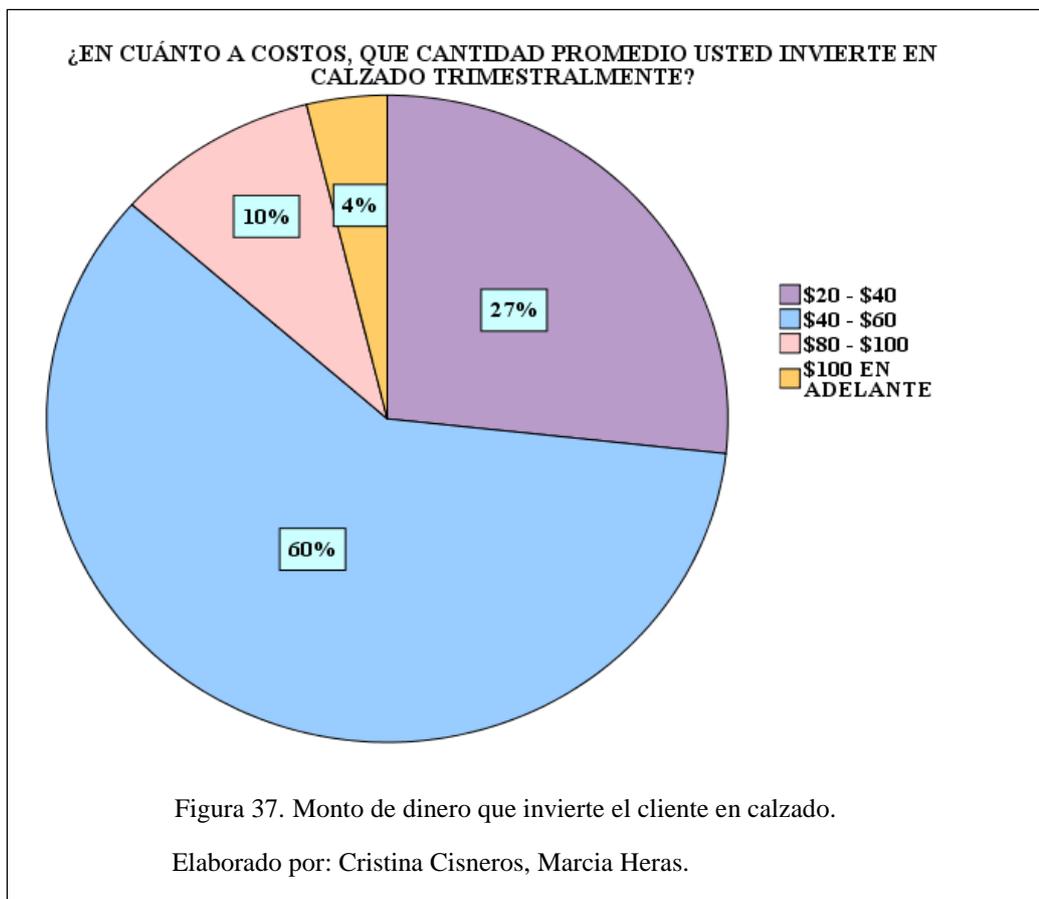
Tabla 29.

Inversión trimestral promedio en calzado

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
\$20 - \$40	105	26,7	26,7	26,7
\$40 - \$60	235	59,8	59,8	86,5
\$80 - \$100	38	9,7	9,7	96,2
\$100 EN ADELANTE	15	3,8	3,8	100,0
Total	393	100,0	100,0	

Nota: valor monetario que invierte el cliente en la compra de calzado varia de los 20 a los 100 dólares.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de resultados

En la pregunta 6 de la encuesta al consumidor podemos observar que el 60% de clientes gasta en calzado entre los \$40 – \$60 USD, el 27% invierte entre \$20 - \$40 USD, un 10% paga de \$80 - \$100 USD y un 4% gasta de \$100 USD en adelante.

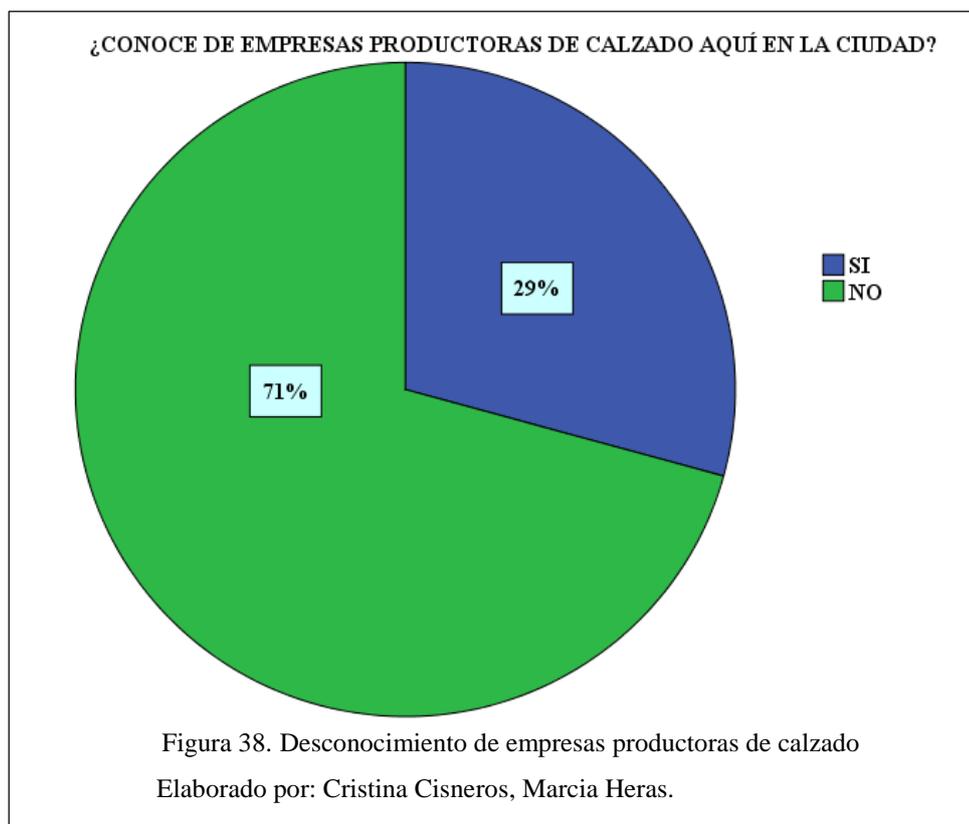
Tabla 30.

Desconocimiento de empresas productoras de calzado

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
SI	115	29,3	29,3	29,3
NO	278	70,7	70,7	100,0
Total	393	100,0	100,0	

Nota: la mayoría de clientes no conoce empresas productoras de calzado.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



Interpretación de resultados

En la pregunta 7 de la encuesta al consumidor podemos observar que el 71% de los consumidores no cuentan con información de las empresas productoras de calzado, mientras que el 29% si las conocen.

Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Análisis cualitativo.

Se puede decir que al realizar la encuesta se observa que en su mayoría el productor ecuatoriano prefiere como materia prima para elaborar el calzado cuero y suelas de procedencia nacional. El principal calzado que se elabora en el país es mocasín ya que ofrece calidad, confort al usuario.

El 75% de los materiales que se usan para la importación del calzado son importados tomando en cuenta que la pequeña empresa se dedica a la elaboración de este tipo de material. Es por esto que el 66% elabora de 500 a 1000 pares de zapatos al mes.

El 59% de los productores le apuntan a la calidad como su mayor fortaleza se puede decir que este parámetro es importante para el sector debería fijar sus esfuerzos en la innovación para así conseguir mayores utilidades.

De acuerdo a los cambios que se dan en el mercado el productor deber realizar la renovación, mantenimiento de sus activos fijos por esto el 69% dedica sus esfuerzos. Por lo que podemos observar es que el costo de fabricación del calzado mayormente es de 13 a 15 dólares en su mayoría son económicos tomando en cuenta la elaboración del mismo y la alta oferta que se maneja en el sector.

Mientras que los comercializadores nos comentan que el 24% del calzado que ellos comercializan es de tipo deportivo – urbano sobre todo porque es una población que se dedica en su mayoría al micro negocio. Esta información no varía el momento en que se realizó la encuesta a los consumidores ya que de igual forma coincide el 39% de los encuestados.

Podemos ver que en su 59% las mujeres son las que adquieren el calzado por diferentes razones pero especialmente por la calidad, el confort y la moda que estos les pueden ofrecer.

Tanto el comercializador con 67% como el consumidor con un 91% prefieren un producto nacional con el único problema que no siempre saben reconocer entre uno nacional y un extranjero. Todos ellos manifiestan que lo prefieren así por ayudar a la producción nacional.

Para obtener este tipo de información se requiere de la publicidad la cual el 67% de los comercializadores la consideran como un eje importante para poder sobresalir en el sector.

Como es normal el 55% de los encuestados prefieren adquirir sus productos a los fabricantes nacionales mayormente porque son bastante cómodos los precios que ellos ofrecen para los comercializadores.

En cuanto a los países de los que se importan son de Colombia y Perú sobre todo por el alto contrabando ya que son los países que limitan en frontera con nosotros.

El consumidor ecuatoriano adquiere calzado cada 6 meses y por esto busca calzado de calidad, y a un precio conveniente a su bolsillo de 40 a 60 dólares son los costos que pueden disponer para realizar la compra. El tallaje es otro punto importante que prioriza el cliente ecuatoriano ya que en promedio usa el 36- 37 es la horma más consumida.

Como ya se manifestó anteriormente los consumidores en un 70% no conocen empresas productoras de calzado en la provincia es muy poco lo que ellos pueden saber del mercado productor de calzado.

CAPÍTULO 4

INTRODUCCIÓN AL CASO

4.1 Análisis interno

Productores

- Mediante la encuesta se obtuvo que la aplicación de la salvaguardia en el año 2009 fue beneficiosa para el sector productivo del calzado porque evitó que más empresas quebraran y brindó una oportunidad para su crecimiento.
- El productor nacional considera que la materia prima no se encuentra con facilidad, es por ello que otros actores como los proveedores de marroquinería y suelas también se abrieron paso para poder ofertar al productor nacional de calzado, sin embargo, la mayoría de las empresas nacionales opinan que no cuenta con la materia prima nacional necesaria que les permita fortalecer la industria del calzado en la provincia de Tungurahua, también mencionan que no hay mano de obra calificada, por esta razón no pueden tecnificar sus procesos.
- En el periodo de aplicación de las salvaguardias la producción de calzado en la Provincia de Tungurahua se recuperó porque pudieron estabilizar sus costos de producción y marcar la pauta para establecer metas de crecimiento y por ende de calidad, logrando así cubrir la demanda de calzado en la Provincia de Tungurahua y a nivel nacional.
- Establecieron parámetros de calidad e innovación basándose en las exigencias de los entes reguladores, INEN, así como en la responsabilidad con sus clientes,
- En lo referente a activos fijos, la mayoría de los productores renueva con mayor frecuencia las hormas y el troquel que es lo que ellos más reconocen como activo fijo ya que el desgaste que sufre esta herramienta en el proceso productivo es alto.

- Los productores sienten tener la capacidad productiva, la innovación, la calidad, diseños, moda y un precio justo que cumpla con las exigencias del consumidor.
- También se menciona que ellos comercializan su producto tanto al por mayor y especialmente al por menor realizado así una venta directa, sin contar con un canal específico de distribución.

Comercializadores

- El comercializador prefiere adquirir al fabricante directo ya sea por temas de precio pero sobre todo de calidad, ya que si hablamos de calzado importado no hay opción a cambios ni reclamos con esto se incrementa el costo del producto por rubros como el reenvío.
- Generalmente el consumidor ofrece el calzado que mayores beneficios le traiga considerando que el cliente no distingue de marcas nacionales o extranjeras.
- La publicidad es un factor importante para la comercialización del calzado, ya que el posicionamiento del sector del calzado depende mucho del manejo de la publicidad y del valor que le cliente le dé a la producción nacional.
- Como se puede ver se comercializa con mayor frecuencia el calzado deportivo-urbano y valetas tomando en cuenta que son los de mayor consumo.
- De acuerdo al comercializador las preferencias que el consumidor tiene por un calzado de cuero hacen referencia a la durabilidad, confort y salud.
- Las mujeres tienden a consumir, a diferencia de los hombres más calzado por cuestión de moda.
- Los comercializadores hablan de forma indirecta sobre el tema del contrabando haciendo hincapié en que un lote de sus productos aun forman parte del contrabando por reducir costos y así obtener mayor utilidad.

Importadores

- Los importadores mencionan que las medidas adoptas por el gobierno les perjudicaron radicalmente ya que si bien están de acuerdo en que la industria nacional de calzado se levante, no creen que la industria este todavía preparada para competir con la innovación y diseño del calzado importado.

- Argumentan que el consumidor final es el afectado, ya que se limitan las opciones de compra al no tener un producto variado y a la moda.
- Consideran que antes de continuar con la salvaguardia, las empresas nacionales necesitan tecnificar sus procesos de producción, mejorar la mano de obra y producir calzado de moda, calidad y confort.
- Actualmente las estrategias que han aplicado los comercializadores importadores es que importan calzado de calidad a precio alto y otros calzados sintéticos que comercializan a un precio alto.

Consumidores

- Como podemos observar el cliente ecuatoriano tiene preferencia por las valetas (muñecas) por ser un calzado cómodo, que se lo usa en cualquier tipo de terreno especialmente en la oficina.
- De acuerdo a los datos arrojados podemos ver que efectivamente el cliente se fija más en la calidad y el confort que en el precio, además, podemos observar que efectivamente el cliente se preocupa por la moda.
- El consumidor prefiere apoyar al productor nacional, claro está que no siempre puede distinguir entre un calzado nacional o el extranjero.
- Por la situación económica en general en la que se encuentra el país es que el consumidor promedio únicamente puede adquirir un par de zapatos cada seis meses, el género femenino es aquel adquiere el calzado con mayor frecuencia, por esto es que el gasto promedio es de 60 dólares cada par de zapatos.
- El principal aspecto del que el consumidor realiza reproches del calzado ecuatoriano es porque no existe una variación de diseños que se apuntale con el último grito de la moda especialmente en comparación con los artículos que se ofertan en países internacionales.
- También es cierto que de acuerdo a los datos arrojados en la encuesta realizada la publicidad de las empresas ecuatorianas no es conocida por parte del consumidor razón por la cual se dejan llevar por las conocidas que no son nacionales.

Partida arancelaria del calzado N° 64.

Contiene las distintas variedades de calzado, incluidos los cubre calzados, cualquiera que sea su forma y dimensiones y los usos propios para los que están diseñados, el modo de obtenerlos o las materias de que están hechos.

En este capítulo no comprende los artículos desechables para cubrir el pie o el calzado fabricados con materiales ligeros o poco resistentes (papel, lámina de plástico, etc.) sin piso unido.

Estos productos se clasifican según su materia constitutiva.

- El calzado puede ir desde la sandalia con la parte superior simplemente constituida por tiras o cintas amovibles, hasta las botas.
- El calzado puede ser de cualquier materia (caucho, cuero, plástico, madera, corcho, tela, materiales textiles, peletería, materias trenzables, etc.
- Para la clasificación, la materia constitutiva de la suela estará determinada por aquella cuya superficie en contacto con el suelo sea la mayor.
- Se consideran como parte superior las partes del calzado situadas por encima de la suela (empeine, caña).
- En este Capítulo los términos caucho y plástico comprenden las telas y otros soportes textiles con una capa exterior de caucho o plástico perceptible a simple vista (Banco Central del Ecuador, 2010).

Tabla 31.

Partida arancelaria del calzado y sus partes N° 64.

SECCIÓN XII				
CAPÍTULO 64	64.01	Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera.	64.01.10	Calzado con puntera metálica de protección
			64.01.10.10	Con la parte superior de caucho
			64.01.10.90	Con la parte superior de plástico
			64.01.92	Los demás calzados, que cubran el tobillo sin cubrir la rodilla
			64.01.92.10	Con la parte superior de caucho
			64.01.92.90	Con la parte superior de plástico
			64.01.99.00	Los demás
	64.02	Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico. Calzado de deporte:	64.02.12	Calzado de deporte, calzado de esquí y calzado para la práctica de snowboard (tabla para nieve)
			64.02.12.10	Calzado de esquí
			64.02.12.90	Calzado para la práctica de snowboard (tabla para nieve)
			64.02.19.00	Los demás
			64.02.20.00	Calzado con la parte superior de tiras o bridas fijas a la suela por tetones (espigas)
			64.02.91	Los demás calzados, que cubran el tobillo

SECCIÓN XII

SECCIÓN XII				
		Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico. Calzado de deporte:	64.02.91.10	Con puntera metálica de protección
			64.02.91.90	Los demás
			64.02.99	Los demás
			64.02.99.05	Con puntera metálica de protección
			64.02.99.10	Los demás, con la parte superior de caucho
			64.02.99.31	Con la parte superior de plástico, calzado constituido por tiras o con una o varias hendiduras, con tacón de altura superior a 3 cm, incluida la tapa
			64.02.99.39	Con la parte superior de plástico, calzado constituido por tiras o con una o varias hendiduras, los demás
			64.02.99.50	Pantuflas y demás calzado de casa
			64.02.99.91	Los demás, con plantillas de longitud, inferior a 24 cm
			64.02.99.93	Superior o igual a 24 cm, calzado que no sea identificable como calzado para hombres o para mujeres
			64.02.99.96	Los demás, para hombres
			64.02.99.98	Los demás, para mujeres
64.03	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.	64.03.12.00	Calzado de deporte, calzado de esquí y calzado para la práctica de snowboard (tabla para nieve)	
		64.03.19.00	Los demás	

SECCIÓN XII

			64.03.20.00	Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasan por el empeine y rodean el dedo pulgar
			64.03.40.00	Los demás calzados, con puntera metálica de protección
			64.03.51	Los demás calzados, con suela de cuero natural, que cubran el tobillo
			64.03.51.05	Con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas
			64.03.51.11	Los demás, que cubran el tobillo, pero no la pantorrilla, con plantilla de longitud, inferior a 24 cm
			64.03.51.15	Superior o igual a 24 cm, para hombres
			64.03.51.19	Superior o igual a 24 cm, para mujeres
			64.03.51.91	Los demás, con plantilla de longitud, inferior a 24 cm
			64.03.51.95	Superior o igual a 24 cm, para hombres
			64.03.51.99	Superior o igual a 24 cm, para mujeres
			64.03.59	Los demás
			64.03.59.05	Con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas
			64.03.59.11	Los demás, calzado constituido por tiras o con una o varias hendiduras, con tacón de altura superior a 3 cm, incluida la tapa
			64.03.59.31	Los demás, con plantilla de longitud, inferior a 24 cm
			64.03.59.35	Superior o igual a 24 cm, para hombres

Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.

SECCIÓN XII

			64.03.59.39	Superior o igual a 24 cm, para mujeres
			64.03.59.50	Pantuflas y demás calzado de casa
			64.03.59.91	Los demás, con plantilla de longitud, inferior a 24 cm
			64.03.59.95	Superior o igual a 24 cm, para hombres
			64.03.59.99	Superior o igual a 24 cm, para mujeres
			64.03.91	Los demás calzados, que cubran el tobillo
			64.03.91.05	Con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas
		Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.	64.03.91.11	Los demás, que cubran el tobillo, pero no la pantorrilla, con plantilla de longitud, inferior a 24 cm
			64.03.91.13	Superior o igual a 24 cm, calzado que no sea identificable como calzado para hombres o para mujeres
			64.03.91.16	Los demás, para hombres
			64.03.91.18	Los demás, para mujeres
			64.03.91.91	Los demás, con plantilla de longitud, inferior a 24 cm
			64.03.91.93	Superior o igual a 24 cm, calzado que no sea identificable como calzado para hombres o para mujeres
			64.03.91.96	Los demás, para hombres
			64.03.91.98	Los demás, para mujeres

SECCIÓN XII

			64.03.99	Los demás
			64.03.99.05	Con palmilla o plataforma de madera, sin plantillas
			64.03.99.11	Los demás, calzado constituido por tiras o con una o varias hendiduras, con tacón de altura superior a 3 cm, incluida la tapa
			64.03.99.31	Los demás, con plantilla de longitud, inferior a 24 cm
			64.03.99.33	Superior o igual a 24 cm, calzado que no sea identificable como calzado para hombres o para mujeres
		Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.	64.03.99.36	Los demás, para hombres
			64.03.99.38	Los demás, para mujeres
			64.03.99.50	Pantuflas y demás calzado de casa
			64.03.99.91	Los demás, con plantilla de longitud, inferior a 24 cm
			64.03.99.93	Superior o igual a 24 cm, calzado que no sea identificable como calzado para hombres o para mujeres
			64.03.99.96	Los demás, para hombres
			64.03.99.98	Los demás, para mujeres
	64,04	Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.	64.04.11.00	Calzado con suela de caucho o plástico, "-- calzado de deporte; calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares"
			64.04.19	Los demás
			64.04.19.10	Pantuflas y demás calzado de casa

SECCIÓN XII

			64.04.19.90	Los demás
		Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil.	64.04.20	Calzado con suela de cuero natural o regenerado
			64.04.20.10	Pantuflas y demás calzado de casa
			64.04.20.90	Los demás
			64.05.10.00	Con la parte superior de cuero natural o regenerado
		Los demás calzados.	64.05.20	Con la parte superior de materia textil
			64.05.20.10	Con suela de madera o de corcho
			64.05.20.91	Con suela de otras materias, pantuflas y demás calzado de casa
			64.05.20.99	Con suela de otras materias, los demás
			64.05.90	Los demás
			64.05.90.10	Con suela de caucho, de plástico, de cuero natural o regenerado
			64.05.90.90	Con suela de otras materias
				64.06.10
	64.06	Partes de calzado (incluidas las partes superiores fijadas a las palmillas distintas de la suela); plantillas, taloneras y artículos similares, amovibles; polainas y artículos similares, y sus partes.	64.06.10.11	De cuero natural, partes superiores de calzado
			64.06.10.19	De cuero natural, partes de la parte superior del calzado

SECCIÓN XII				
		Partes de calzado (incluidas las partes superiores fijadas a las palmillas distintas de la suela); plantillas, taloneras y artículos similares, amovibles; polainas y artículos similares, y sus partes.	64.06.10.90	De otras materias
			64.06.20	Suelas y tacones (tacos), de caucho o plástico
			64.06.20.10	De caucho
			64.06.20.90	De plástico
			64.06.91.00	Los demás, de madera
			64.06.99	De las demás materias
			64.06.99.10	Polainas y artículos similares y sus partes
			64.06.99.30	Conjunto formado por la parte superior del calzado fijo a la plantilla o a otras partes inferiores, pero sin suela
			64.06.99.50	Plantillas y demás accesorios amovibles
			64.06.99.60	Suelas de cuero natural o regenerado
			64.06.99.80	Los demás

Nota: detalle de la partida N°64.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.

Fuente: Arancel Nacional del Ecuador

Las reglas generales para la interpretación y clasificación del sistema armonizado en la Sección 7, partida 64, sub partidas de la 01 hasta la 06, se clasificarán en la partida y sub partida correspondiente de acuerdo a las siguientes especificaciones:

- ✓ Por su acondicionamiento netamente identificables como destinados a utilizarse juntos sin previo reacondicionamiento;
- ✓ Identificables por su naturaleza o por sus cantidades respectivas como complementarios unos de otros.

Salvo algunas excepciones, este capítulo comprende, en las partidas 64.01 a 64.05, las distintas variedades de calzado, incluidos los cubre calzados, cualquiera que sea su forma y dimensiones y los usos para los que están diseñados, el modo de obtenerlos o las materias de que están hechos.

Consideraciones generales

Para la aplicación de este capítulo la expresión “calzado” no comprende los artículos desechables para cubrir el pie o el calzado fabricados con materiales ligeros o poco resistentes (papel, lámina de plástico, etc.) sin suela unida. Estos productos se clasifican según su materia constitutiva.

Entre los calzados se pueden citar las variedades siguientes:

- ✓ El calzado bajo de los tipos comunes de tacón bajo o alto.
- ✓ Los borceguíes, botines, medias botas, botas altas, botas de cadera, que son calzados con la caña más o menos alta.
- ✓ Las sandalias (incluidas las sandalitas y esparteñas), alpargatas, zapatillas de tenis y de carreras, las sandalias de playa y demás calzados de esparcimiento.
- ✓ El calzado especial para la práctica de los deportes, entre los que se distingue, por una parte, el que tiene clavos, tacos (tapones), ataduras, tiras o dispositivos similares y por otra parte el calzado para patinar, para esquiar, para la práctica de “snowboard” (tabla para nieve), para la lucha, para el boxeo y para el ciclismo .
- ✓ Las zapatillas de baile.

- ✓ El calzado de casa (por ejemplo, pantuflas).
- ✓ El calzado obtenido de una sola pieza, principalmente por moldeo de caucho o de plástico o por formado de un bloque de madera.
- ✓ Los demás calzados especialmente diseñados para la protección contra el agua, aceite, grasa, productos químicos o el frío.
- ✓ Los cubre calzados, que se llevan sobre el calzado y que en algunos casos no tiene tacón.
- ✓ El calzado desechable con suela unida, diseñado generalmente para utilizarlo una sola vez.

Acuerdos comerciales más representativos entre Ecuador y el mundo.

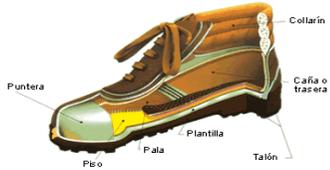
A continuación revisaremos las sub-partidas que se ven involucradas en el régimen de integración de partidas arancelarias y el porcentaje a pagar dependiendo del acuerdo arancelario que cada una de las partidas maneja.

Los principales acuerdos comerciales en los que el Ecuador se ha involucrado son:

- ✓ Aladi
- ✓ Mercosur
- ✓ Can

Tabla 32.

Régimen de integración arancelaria a través de los acuerdos comerciales

PARTIDA	DEFINICIÓN	PRODUCTO	IVA	UNIDAD MEDIDA	TARIFA	CAN			MERCOSUR				ALADI			
						Bolivia	Colombia	Perú	Argentina	Brasil	Paraguay	Uruguay	Colombia	Perú	Brasil	México
64.01.10.00	Calzado con puntera metálica de protección		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	1,3	0	10	10	10
64.01.92.00	Los demás calzados, que cubran el tobillo sin cubrir la rodilla		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	2,4	0	10	10	10
64.01.99.00	Los demás		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	1,3	0	10	10	10

PARTIDA	DEFINICIÓN	PRODUCTO	IVA	UNIDAD MEDIDA	TARIFA	CAN			MERCOSUR				ALADI			
						Bolivia	Colombia	Perú	Argentina	Brasil	Paraguay	Uruguay	Colombia	Perú	Brasil	México
64.02.12.00	Calzado de deporte, calzado de esquí y calzado para la práctica de snowboard (tabla para nieve)		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	1,3	0	10	10	10
64.02.19.00	Los demás		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	2,4	0	10	10	10
64.02.20.00	Calzado con la parte superior de tiras o bridas fijadas a la suela por tetones (espigas)		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	2,4	0	10	10	10

PARTIDA	DEFINICIÓN	PRODUCTO	IVA	UNIDAD MEDIDA	TARIFA	CAN			MERCOSUR				ALADI			
						Bolivia	Colombia	Perú	Argentina	Brasil	Paraguay	Uruguay	Colombia	Perú	Brasil	México
64.02.91.00	Los demás calzados, que cubran el tobillo		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	1,3	0	10	10	10
64.02.99.91	Los demás, con plantillas de longitud, inferior a 24 cm		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	2,4	0	10	10	10
64.03.12.00	Calzado de deporte, calzado de esquí y calzado para la práctica de snowboard (tabla para nieve)		12	2 U	10	0	0	0	0.8	0.8	0	0	0	10	10	10

PARTIDA	DEFINICIÓN	PRODUCTO	IVA	UNIDAD MEDIDA	TARIFA	CAN			MERCOSUR				ALADI			
						Bolivia	Colombia	Perú	Argentina	Brasil	Paraguay	Uruguay	Colombia	Perú	Brasil	México
64.03.19.00	Los demás		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	2,4	0	10	10	10
64.03.20.00	Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasan por el empeine y rodean el dedo pulgar		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	2,4	0	10	10	0
64.03.40.00	Los demás calzados, con puntera metálica de protección		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	1,3	0	10	10	0

PARTIDA	DEFINICIÓN	PRODUCTO	IVA	UNIDAD MEDIDA	TARIFA	CAN			MERCOSUR				ALADI			
						Bolivia	Colombia	Perú	Argentina	Brasil	Paraguay	Uruguay	Colombia	Perú	Brasil	México
64.03.99.11	Los demás, calzado constituido por tiras o con una o varias hendiduras, con tacón de altura superior a 3 cm, incluida la tapa		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	1,3	0	10	10	0
64.04.11.10	Calzado de deporte		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	2,4	0	10	10	0
64.04.11.20	Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	1,3	0	10	10	0

PARTIDA	DEFINICIÓN	PRODUCTO	IVA	UNIDAD MEDIDA	TARIFA	CAN			MERCOSUR				ALADI			
						Bolivia	Colombia	Perú	Argentina	Brasil	Paraguay	Uruguay	Colombia	Perú	Brasil	México
64.04.20.00	Con la parte superior de cuero natural o regenerado		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	2,4	0	10	10	0
64.05.10.00	Con la parte superior de cuero natural o regenerado		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	1,3	0	10	10	0
64.05.20.00	Con la parte superior de materia textil		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	2,4	0	10	10	0

PARTIDA	DEFINICIÓN	PRODUCTO	IVA	UNIDAD MEDIDA	TARIFA	CAN			MERCOSUR				ALADI			
						Bolivia	Colombia	Perú	Argentina	Brasil	Paraguay	Uruguay	Colombia	Perú	Brasil	México
64.05.90.00	Los demás		12	2 U	10	0	0	0	4	4	4	2,4	0	10	10	0
64.06.10.00	Partes superiores de calzado y sus partes (excepto los contrafuertes y punteras duras)		12	U	10	0	0	0	4	4	4	1,3	0	10	10	10
64.06.20.00	Suelas y tacones (tacos), de caucho o plástico		12	U	15	0	0	0	6	6	6	1,95	0	15	15	15

PARTIDA	DEFINICIÓN	PRODUCTO	IVA	UNIDAD MEDIDA	TARIFA	CAN			MERCOSUR				ALADI			
						Bolivia	Colombia	Perú	Argentina	Brasil	Paraguay	Uruguay	Colombia	Perú	Brasil	México
64.06.90.10	Plantillas		12	2 U	15	0	0	0	6	6	6	1,95	0	15	15	15

Nota: Por medio de gráficos representamos los acuerdos comerciales que mantiene el Ecuador con varios países de América.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.

Análisis de las diferentes resoluciones y los cambios que ha sufrido el arancel mixto.

Las variaciones que ha sufrido la medida adoptado en cuanto al arancel mixto ha sufrido varias reformas a través de distintas resoluciones esto se da porque como es de conocimiento general una medida no puede ser adoptada por un tiempo indefinido ya que únicamente deberá colocarse por el lapso de un año. Sin embargo gracias a las reformas adoptadas como la disminución de 10 dólares a 6 y luego a 3 dólares tiene como propósito extender el periodo en el que rendirá beneficios a la industria brindándoles así una mayor oportunidad de crecimiento.

Es por ello que el sector se ha fortalecido aun no en los márgenes en los que se esperaba de utilidad pero si les han ayudado a formar una estabilidad de las empresas.

En la resolución 512 del arancel mixto se impuso un valor de \$10 dólares por cada par de zapatos, medida que sufre una variación tiempo antes de que se cumpla el año, se realiza una modificación al arancel mixto disminuyendo a \$6 dólares por par para que la industria del calzado pueda tener más tiempo para crecer.

En junio del 2010 el arancel mixto sufre una nueva disminución en cuanto al arancel quedando en \$3 dólares por par claro esta que esta disminución ya no es tan representativa especialmente para las empresas grandes que mayormente no tienen inconvenientes con traer mayor cantidad de calzado importado más cuando ellas ya *cuentan con empresas registradas como ecuatorianas en el país.

Tabla 33.

Análisis resoluciones arancel mixto.

Fecha Registro Oficial	Nº	Resolución N°.	Arancel % Advalorem	Recargo Arancelario	Contenido
Jueves 22 de enero del 2009	512	466	10%	\$ 10	Aplicar un recargo ad- valorem, adicional al arancel nacional para las importaciones de mercancías que consta en el Anexo I.
					Aplicar un recargo específico, adicional al arancel nacional para las importaciones de mercancías que constan en el Anexo II.
					Establecer cuotas, limitando el valor de las importaciones de mercancías, en los términos que constan en el Anexo III.
Viernes 15 de enero 2010.	109	533	10%	\$ 9	Reducir en un 10% todos los recargos arancelarios establecidos por concepto de Salvaguardía por Balanza de Pagos, mediante las resoluciones 466, 468, 487 y 524 del COMEXI.
					El arancel específico establecido en \$10 baja a \$9 por par de zapatos importados.
Viernes 29 de enero del 2010.	512	538	10%	\$ 9	Aclarar que la Resolución 466 del COMEXI y sus reformas, se mantienen vigentes hasta que el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones las derogue expresamente.
Miércoles 3 de febrero del 2010.		549	10%	\$ 9	A partir del 23 de marzo de 2010, incrementar el porcentaje de reducción en un 30% adicional a lo establecido en el artículo uno de la resolución 533.
					A partir del 23 de mayo de 2010, el porcentaje de reducción señalado en el literal a. Se incrementara en un 30% adicional
					A partir del 23 de julio de 2010, el porcentaje de reducción señalado en el literal b. Se incrementara en un 30% adicional.
Miércoles 3 de febrero del 2010.	136	550	10%	\$ 6	Emitir dictamen favorable para reformar el Anexo 1 del Decreto Ejecutivo 592, publicado en el Registro Oficial 191 de 15 de octubre de 2007
Miércoles 9 de junio del 2010.		566			Reducir en un 30% adicional todos los recargos arancelarios establecidos por concepto de salvaguardia por Balanza de Pagos, impuestos a partir de la Resolución 466 del COMEXI.

Fecha Registro Oficial	N°	Resolución N°.	Arancel % Advalorem	Recargo Arancelario	Contenido
Miércoles 14 de julio del 2010.		578	10%	\$ 3	Reformar el Arancel Nacional de Importaciones aclarando el cobro de aplicación del arancel mixto para dos sub-partidas de calzado y estableciendo un arancel mixto

Nota: Un breve análisis de las resoluciones del arancel mixto y los diferentes cambios que han sufrido en el periodo 2008-2010.

Fuente: COMEXI Registro Oficial

Análisis Externo.

A través de la balanza de pagos del Ecuador al Mundo en el periodo 2008 – 2012 podremos verificar el impacto que se dio en el sector del calzado una vez que se implementó el arancel mixto.

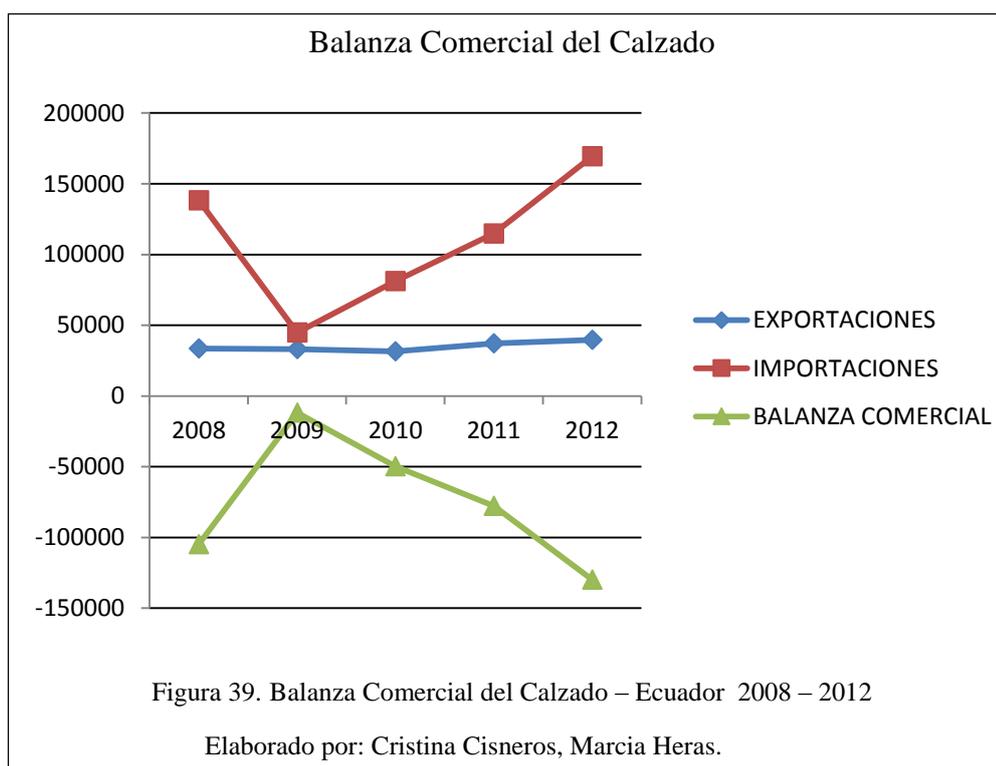
Tabla 34.

Balanza comercial del calzado en Ecuador (2008- 2012).

	2008	2009	2010	2011	2012
EXPORTACIONES	33482,57	33034,2	31470,31	37072,76	39528,99
IMPORTACIONES	138246,88	44756,19	81114,00	114891,91	169344,00
BALANZA COMERCIAL	-104764,31	-11721,99	-49643,69	-77819,15	-129815,01

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.



La balanza comercial del Ecuador ha presentado saldos negativos en los últimos años, para el 2008, se presentó la mayor crisis económica en el sector productivo ya que la

balanza de pagos se encuentra con déficit de \$104 millones siendo este el año más crítico para la industria del calzado en la historia.

En el 2009 con la aplicación de las salvaguardias se reduce en \$93 mil millones de dólares reduciendo así el déficit en \$11 millones de dólares, para el 2010 un déficit de \$49 millones de dólares, para el 2011 nuevamente se incrementa el déficit en \$77 millones dólares, finalmente en el 2012 la balanza comercial presenta un déficit de \$129 millones de dólares, pese a que la medida arancelaria se encuentra aún vigente.

Si hablamos de las importaciones podemos ver que en el 2008 se consideraba como el año de mayor crisis en la industria del calzado ya que el valor en importaciones bordeaba los \$138 millones de dólares, por esto se adoptó la medida arancelaria donde se obtuvo un resultado positivo en el 2009 las importaciones presentan el mayor impacto ya que se reduce a \$44 millones de dólares, en los subsiguientes (2010, 2011, 2012) vuelven a tomar fuerza tanto así que en el 2012 las importaciones ascienden a 169 millones superando así la cifra que se presentó en el 2008.

Con esto podemos concluir que la industria del sector ecuatoriano de calzado, pese a la medida arancelaria adoptada, no aprovecho esta oportunidad de posicionarse en el mercado y cubrir la demanda insatisfecha que causó la salvaguardia.

También podemos a breves rasgos ver que las exportaciones del calzado no sufrieron un cambio representativo, pero que se mantiene, sin brindar mayores beneficios al país.

De acuerdo a los datos que se analizaron el gobierno no considera al sector del calzado como fuente de ingreso ya que no genera los beneficios económicos que se espera. Tomando en cuenta que los productores de calzado no están preparados para tomar decisiones que les permita cubrir la demanda nacional.

De acuerdo a los casos analizados en el marco referencial se visualiza que los países analizados como Colombia, México y el Salvador así como nosotros se apoyan en los principios fundamentales de la OMC.

La diferencia reside en que cuentan además de las medias de salvaguardia con otros programas como:

En Colombia si se aplica la medida arancelaria, pero además se apoya con diferentes programas que benefician al productor de calzado como es el programa de transformación productiva que se trata de procesos educativos en los que les enseñan cuatro ejes transversales que son:

- ✓ Capital humano.
- ✓ Marco normativo y regulatorio.
- ✓ Fortalecimiento, promoción e innovación sectorial.
- ✓ Infraestructura y sostenibilidad.

Además Colombia cuenta con un sector de moda y diseño comprometido en mejorar cada día, por medio de procesos de innovación el calzado del país. Con esto en muchas ocasiones es Colombia quien impone la moda a nivel suramericano.

México adopto para precautelar su recurso productivo de las medidas de defensa comercial, el antidumping, a más de que poseen un sistema de aviso automático previo para detectar de donde viene el producto, que tipo de mercancía es y a qué precio ingresa, además cuenta con un padrón de importadores exclusivos para combatir prácticas desleales. Cuando el sector observe un segmento importante y súbito de las importaciones de origen chino, se usaran las herramientas y la valiosa e indispensable información de la industria para restringir temporalmente las importaciones

Brasil es uno de los exportadores de calzado más representativos de sur américa a nivel mundial encontrándose entre los 10 primeros. Ellos enfrentaron la nueva estrategia del sector Asiático que consiste en que los productores Chinos enviaban el calzado a Brasil desde terceros países, tales como Vietnam e Indonesia, una práctica conocida como “triangulación”.

Brasil le hizo frente a esta competencia desleal a través de la extensión de la medida antidumping, tanto para el calzado entero importado de Indonesia - Vietnam como para partes y componentes importados de China.

Tal es el caso que nuevamente la importación de calzado se encuentra en su mayor auge esto se da principalmente porque las empresas que ingresan calzado al Ecuador son a las que no les afecta en un elevado porcentaje la medida arancelaria ya que son empresas que cuentan con calzado de marca o renombre.

Análisis y desarrollo de la matriz FODA.

Esta investigación presenta a continuación un informe realizado por la Presidenta de la Cámara de calzado de Tungurahua CALTU. Donde nos muestra en términos generales los principales efectos que ha sufrido la industria del calzado durante el periodo 2008 al 2012 que han venido manteniéndose bajo las medidas de salvaguardia impuestas por el gobierno.

Entre los principales resultados de la Industria tenemos:

- Mayor producción y comercialización de la industria del calzado y cuero.
- Mejora del producto.
- Aumento de ventas.
- En el 2011 alcanzaron a 28 millones de pares de zapatos producidos y puestos a la venta que superó a la cifra de fabricación de 2008 que fue de 15 millones de pares.
- Aumento de puestos de trabajo alcanzando a 100.000 personas.
- Aumentó el número de talleres en el 2008 eran 600 ahora hay 4.500.
- Control y veedurías en sistema de compras públicas con el Instituto Nacional de Compras Públicas.
- Apoyo directo del Ministerio de Industrias en impulso de proyectos.
- Posibilidades de financiamiento internacional para iniciativas productivas conjuntas y polo de desarrollo productivo del sector calzado.
- Apoyo directo de Ministerio de Relaciones Exteriores del Ecuador para impulsar proyectos a nivel internacional y proteger la industria del calzado en el Ecuador.
- Relaciones estratégicas colectivas con industriales del calzado de todo el país.
- Representación del Ecuador en gremios internacionales y regionales de calzado.

Tabla 35.

Análisis FODA sector calzado, Provincia de Tungurahua.

<p style="text-align: center;">MATRIZ FODA Sector calzado</p>	<p>FORTALEZA (F) F1. Amplia capacidad de adaptación en el mercado. F2. Gran capacidad de generar empleo. F4. Amplio potencial redistributivo. F5. Estructuras empresariales horizontales. F6. Utilización de materias primas calificadas. F7. Calzado cómodo y de buena calidad. F8. Precios accesibles. F9. Cumplimiento con obligaciones legales.</p>	<p>DEBILIDADES (D) D1. Tecnología y maquinaria limitada. D2. Insuficientes recursos asignados a capacitación del personal. D3. Insuficiente producción. D4. Falta de responsabilidad en procedimientos alineados a las normativas de calidad exigidas a nivel internacional. D5. No hay capacitación en los procesos productivos. D6. Mejoramiento continuo. D7. Inseguridad para tomar decisiones.</p>
<p>OPORTUNIDADES (O) O1. Abrir mercado internacional. O2. Mejorar la productividad, O3. Satisfacer la demanda nacional O4. Calidad. O5. Responsabilidad social. O6. Crear una cultura de consumo.</p>	<p>ESTRATEGIA (F,O) F1, O1 Fomentar proyectos de capacitación para exportar el calzado en las PYMES. F6, O4 Promocionar mediante exposiciones el calzado, sus componentes y etiquetas INEN. F8, O5 Mantener el arancel mixto.</p>	<p>ESTRATEGIA (D,O) D1, O2 Crear proyectos que permitan adquirir maquinaria a crédito o financiamiento para las exportaciones. D6, O4 Implantar un Sistema de Gestión de Calidad. D7, O3 Innovación en diseños y tendencia en moda.</p>
<p>AMENAZAS (A) A1. Incertidumbre política. A2. Inestabilidad en el mercado. A3. Falta de I+D. A4. Levantamiento del arancel mixto. A5. Insuficiente financiamiento. A6. Flexibles frente a cambios que vive el país. A7. Informalidad. A8. Contrabando.</p>	<p>ESTRATEGIA (F,A) F8, A6 Controlar la especulación de precios en el mercado por par de calzado, calidad = precio. F9, A8 Controlar el mercado mediante presentación de facturas, Etiqueta INEN, Certificados de Origen.</p>	<p>ESTRATEGIA (D,A) D2, A3 Las instituciones educativas deberían apoyar una carrera que fomente el diseño y el arte de elaboración de calzado.</p>

Nota: Es un análisis de diferentes Oportunidades, Amenazas, Fortalezas y Debilidades entablando así las estrategias oportunas para el mejor desarrollo del sector del calzado.

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.

De acuerdo a este panorama las estrategias que podrían aplicarse para mejorar y abastecer la industria del calzado en la provincia de Tungurahua son:

- ✓ Continuar con la certificación de la etiquetarte INEN 080 para calzado.
- ✓ Crear proyectos que permitan adquirir maquinaria a crédito o financiamiento para las importaciones de dicha maquinaria.
- ✓ Implantar un Sistema de Gestión de Calidad.
- ✓ Innovación en diseños y tendencia en moda.

- ✓ Fomentar las campañas de concienciación al consumidor para que adquiera el calzado nacional, mediante exposiciones de calzado y sus componentes, sus beneficios y calidad.

- ✓ Mantener el arancel mixto.

- ✓ Controlar la especulación de precios en el mercado por par de calzado, calidad de ser equivalente al precio.
- ✓ Controlar el mercado mediante presentación de facturas, etiqueta INEN, Certificados de Origen.
- ✓ Las instituciones educativas con la creación de ofertas académicas que fomenten el diseño y el arte de elaboración de calzado.

CONCLUSIONES

Las salvaguardias aplicadas a la importación de calzado desde el año 2008 al 2012 en la provincia de Tungurahua; inicialmente fueron la salvación y supervivencia para las pequeñas empresas, el calzado asiático con un precio promedio de ingreso de 0.50 ctvs. el par fue la detonante para que se alertara a las autoridades y por ende a la industria, a pesar del crecimiento innegable de las importaciones desde el año 2010 en adelante, cabe mencionar que las importaciones pertenecen a un sector de calzado de alto precio y cuyas marcas están posicionadas en el mercado, también están las importaciones de calzado industrial y de trabajo, las salvaguardias si ayudaron al sector productivo, sin embargo no se ha logrado el desarrollo de la industria del calzado.

Entre las principales marcas de calzado ecuatoriano tenemos: Tecno calza, Gamos, Dagrís, Litargmode, Liwi, Plasticaucho, Gusmar, Vecachi, Imporcalza, Luigi Valdini. Las diferencias de calidad son mínimas en relación al calzado importado, las debilidades del calzado nacional son en moda y diseño, se suma la información, el bombardeo de publicidad disponible, además la cultura de consumo hace que los ecuatorianos no apoyen a la oferta nacional.

La comercialización juega un papel muy importante, dependiendo del segmento del mercado, la cultura de consumo nacional es muy débil y desafortunadamente no se cree en la industria de calzado y si se añade la falta de conocimiento demarcas o empresas que están posicionándose en el mercado con calidad.

Si bien es cierto que gracias a la acertada intervención de la política de Estado y su objetivo de proteger un sector priorizado se logró mitigar el boom del calzado barato, la industria de calzado ecuatoriano no está preparada para que las medida de protección, arancel mixto, se elimine.

Una de las estrategias de supervivencia de los artesanos, en su mayoría, y de las Pymes es la elaboración de calzado sintético que se ha visto fortalecido gracias a la demanda de este material y que además, día a día crea moda en cuanto a diseños y colores, si bien la durabilidad no prevalece, los consumidores le apuesta a este tipo de calzado por el precio y por moda.

El contrabando es el efecto negativo de la aplicación del arancel específico, los certificados de origen no son suficientes y el control en las aduanas no basta para que el ingreso ilegal de calzado pare. Se conoce que ingresa en mayor porcentaje el calzado peruano y colombiano, así como los insumos y materiales para la elaboración de calzado.

RECOMENDACIONES

Capacitación, tecnificación, innovación y el cumplimiento de las leyes a fin de crear una armonía que beneficie a los consumidores y productores.

Se conoce que existe un mínimo porcentaje de empresas ecuatorianas que importan cuero curtido desde Italia, quienes elaboran un producto muy diferenciado y que dentro de sus costos pueden permitirse trabajar con este tipo de materia prima.

Pero también la industria del calzado está en la responsabilidad de satisfacer la demanda de calidad, innovación y sobre todo moda, un compromiso de igualdad, prefiera lo nuestro porque no existe diferencia con otros calzados.

El productor debe considerar un proceso que principalmente requiere de instituciones que se dediquen a afianzar la rama del diseño de calzado.

La promoción de ferias de negocios entre productores y empresas proveedoras a fin de mejorar la cadena de valor del calzado ecuatoriano.

Se debería promover la difusión de información de fabricantes y proveedores nacionales de calzado.

LISTA DE REFERENCIAS

- Abad, X. (2010). *Registro Oficial Resolución 550, Art. 1*. Resolución, Quito.
Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/06/resolucion550.pdf>
- Abad, Xavier. (2010). *Registro Oficial N° 135 Resolución 550, Art. 1*. Quito.
Obtenido de <http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2010/02/salvaguardia-arancel-calzado-ecuador.html>
- Badillo, L. F. (2009). *Registro Oficial N° 512 Resolución 466, Art. 1*. Quito: Editora Nacional. Obtenido de http://www.dhl.com.ec/content/dam/downloads/ec/express/Registro_Oficial_512_con_Anexos_I_II_III.pdf
- Badillo, L. F. (22 de Enero de 2009). *Registro Oficial Resolución N° 512, Art. 1*. Tribunal Constitucional del Ecuador. Quito: Editora Nacional. Recuperado el Octubre de 2014, de DHL del Ecuador:
http://www.dhl.com.ec/content/dam/downloads/ec/express/Registro_Oficial_512_con_Anexos_I_II_III.pdf
- Banco Central del Ecuador. (2010). *Nomenclatura Nandina*. Obtenido de http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/seguridad/ComercioExteriorEst.jsp
- Bravo, M. (2000). *Contabilidad General*. Quito.
- Buestán, M. (2012). Reingeniería y asesoramiento para el diseño de elementos anatómicos destinados a mejorar el confort del calzado. *Cueros*, 52, 94-95.
- Cely, N. (2010). *Registro Oficial 5*. Quito.
- Cely, N. (2010). *Registro Oficial N° 538 Resolución 466, Art. 2 y 3*. Quito. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/06/resolucion538.pdf>
- Cely, N. (2010). *Registro Oficial Resolución N° 533, Art. 1 y 2*. Recuperado el 2014, de [http://www.aladi.org/nsfaladi/salvaguardias.nsf/PEcuador533-566/\\$File/resolucion533.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/salvaguardias.nsf/PEcuador533-566/$File/resolucion533.pdf)

- Cely, N. (2010). *Resolución 566, Art. 1,2 y 3*. Quito. Obtenido de <http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2010/06/desmonte-salvaguardia-balanza-pago.html>
- Cely, N. (2010). *Resolución N° 578, Art. 1*. Quito. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/06/resolucion578.pdf>
- Cely, Nathalie. (2010). *Registro Oficial N°109 Resolución 533, Art. 1 y 2*. Resolución, Quito. Obtenido de [http://www.aladi.org/nsfaladi/salvaguardias.nsf/PEcuador533-566/\\$File/resolucion533.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/salvaguardias.nsf/PEcuador533-566/$File/resolucion533.pdf)
- Cenzo, R. (2009). *Fundamentos de la Administración conceptos esenciales*. Mexico.
- Chiavenato, I., & Idalberto, C. (2006). *Introducción a la teoría general de la Administración*.
- Cisneros, J. (9 de Enero de 2014). Proceso de producción Empresa J.J. Vision Shoes S.C.C. (C. Cisneros, Entrevistador) Machachi, Pichincha, Ecuador.
- Cox, A. (2013). *Registro Oficial N°10 Resolución 13105, Art.1*. Instituto Ecuatoriano de Normalización. Quito: Primera edición.
- Del Pozo , H. (2011). *Registro Oficial N° 435*. Quito: Nacional.
- Del Pozo , H. (2011). *Registro Oficial N° 435*. Quito: Nacional.
- Del Pozo , H. (2011). *Registro Oficial N° 435, Art. 54*. Quito: Nacional .
- Del Pozo, H. (2011). *Registro Oficial N° 435, Art. 52*. Quito: Nacional.
- Del Pozo, H. (2011). *Registro Oficial N° 435, Art. 53*. Quito: Nacional.
- Del Pozo, H. (16 de Diciembre de 2011). *Registro Oficial N°351, Art. 147*. Quito. Recuperado el OCTUBRE de 2014
- Del Pozo, H. E. (2011). *Registro Oficial N°452, Art. 2*. Quito: Editora Nacional.

- Díaz, S. (6 de junio de 2013). *Avanzan medidas para fortalecer industria del cuero, calzado y marroquinería*. Recuperado el agosto de 2014, de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=6855&dPrint=1>
- Economía48, G. (2012). *La gran Enciclopedia de Economía*. Recuperado el Octubre de 2014, de <http://www.economia48.com/spa/d/proteccionismo/proteccionismo.htm>
- Ecuador, S. N. (Diciembre de 2012). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action
- Estrella, C. (2007). *Proyecto de prefactibilidad para la comercialización de calzado*. Recuperado el Enero de 2014, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6985/1/31680_1.pdf
- Expreso. (27 de Mayo de 2010). *Calzado Ecuador*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2014, de <http://www.calzadoecuador.com/noticias/6-aranceles-ayudan-a-la-industria-de-calzado-del-ecuador>
- Fajardo, G. (2012). Análisis de los efectos de la imposición de arancel específico en el sector del calzado en Azuay. Cuenca, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/2875>
- Ferrari, B. (2011). *Secretaría de Economía México*. Recuperado el Octubre de 2014, de <http://www.economia.gob.mx/eventos-noticias/sala-de-prensa/comunicados/6654-acuerdan-gobierno-e-industriales-acciones-para-fortalecer-la-productividad-del-sector-cuerocalzado>
- Gallardo, J. R. (2012). *Administración Estrategia de la Vision a la Ejecución*. Mexico.
- Gerstemberg, C. (1991). *Biblioteca de Finanzas y Administracion de empresas*. Mexico.
- Jackson, J. (20 de ENERO de 1989). *WIKIPEDIA*. Recuperado el 10 de JUNIO de 2013, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Salvaviduas>
- Jacome, H. (Mayo de 2010). *Boletín Mensual de Análisis Sectorial de MIPYMES*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2014, de

file:///C:/Users/jacque/Downloads/excelente%20resumen%20calzado%20(1).pdf

Lamb, C. (2008). *Marketing*.

Lobejon, F. L. (2001). *El comercio internacional*.

Lyman, H. M. (2006). *Administracion Pearson Educación*.

Mintzberg, H. (1993). *El proceso estrategico*. Mexico: Published by Prentice Hall Inc.

Organización Mundial Comercio. (25 de ENERO de 1994). *World Trade Organization*. Recuperado el 13 de JUNIO de 2013, de World Trade Organization: <http://www.wto.org/>

Osorio, C. (2009). *Diccionario de Comercio Internacional*. Bogota: Eco Ediciones.

Philip, C. (2010). *Marketing Internacional*. Bogotá,: Colombia Irwin 1995, 2001, 2009, 2010.

ProEcuador. (29 de Diciembre de 2010). *PROECUADOR*. Recuperado el Septiembre de 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-acuerdos-comerciales/>

Recinos, M. O. (Diciembre de 2011). *Perfil Sectorial del Calzado*. Recuperado el 08 de 10 de 2013, de <http://www.innovacion.gob.sv/inventa/attachments/article/1574/Perfil%20Sectorial%20de%20Calzado.pdf>

Rosemberg, J. (1994). *Diccionario de Administraciòn y Finanzas*.

SALVADOR, U. U. (s.f.). *UNIV. UTEC SALVADOR*. Recuperado el 12 de 10 de 2013, de <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/16459/capitulo%201.pdf>

Sordo, E. (1990). *Enciclopedia Internacional FOCUS*. Barcelona.

Vergara, F. (22 de 12 de 2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Recuperado el 31 de marzo de 2014, de

<http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/codigoproduccion.pdf>

Villavicencio, L. (2010). *Medidas gubenamentales en apoyo al sector del calzado*.

Ambato: Mundo Representaciones.

Zapata, P. (2011). *Contabilidad General*.

ANEXOS

Anexo 1. Pasos para importar

Están calificadas para importar todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

Registro de Importador.

Para obtener el Registro de Importador debemos realizar los siguientes pasos:

Certificado Digital

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- Banco Central del Ecuador
- Security Data. (SENAE, 2013).

Desaduanización una mercancía importada.

Para realizar los trámites de desaduanización de mercancías es necesario:

- La asesoría y servicio de un Agente Acreditado por el SENAE. El cual digite la declaración aduanera de Importación (DAI) será presentada de manera electrónica, y física en los casos en que determine la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Cuando no se cumpliera con el envío de los documentos indicados en el presente artículo dentro del término de los treinta días calendario, contados a partir de la fecha de arribo de la mercancía, acarreará su abandono tácito.
- Los documentos digitales que acompañan a la DAI a través del ECUAPASS son:
 - ✓ Documentos de acompañamiento.

Se constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía deben presentarse, física o electrónicamente,

en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos.
(Art. 72 Reg. COPCI)

✓ Documentos de soporte

Constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad.

- Factura Comercial.
- Certificado de Origen (cuando proceda).
- Documentos que el SENA o el Organismo regulador de Comercio Exterior considere necesarios.

Transmitida la Declaración Aduanera, el Sistema le otorgará un número de validación (Refrendo) y el **CANAL DE AFORO** que corresponda.

Cada país o nación debe determinar un valor a pagar en concepto de tributos para conocer la clasificación arancelaria del producto importado.

Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros.

Anexo 2. Formato de encuestas

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIALIZADORES DE CALZADO

Objetivo de la encuesta: La presente Encuesta tiene como objetivo levantar información referente a la comercialización del calzado en la Provincia de Tungurahua.

Indicaciones: Señale con una X su respuesta.

1. ¿Qué tipo de calzado es el que más comercializa?
Deportivo ____ Sandalia ____ Taco ____ Botines ____
Mocasín ____ Valetas ____ Botas ____
 2. En su mayoría, el calzado es vendido a:
Hombres ____
Mujeres ____
Niños ____
 3. ¿Cuándo adquiere un calzado, a que le presta mayor atención?
Precio ____ Calidad ____ Confort ____
Diseño ____ Moda ____ Estética ____
 4. Si usted tiene la oportunidad de escoger entre dos modelos parecidos pero de diferente nacionalidad ¿Cuál escoge?
Nacional ____ Extranjero ____
¿Porque? _____
 5. ¿Cree que la publicidad influye para el tipo de calzado que usted comercializa?
Sí ____ No ____
 6. ¿Qué tipo de material optan sus clientes para el calzado?
Sintético ____ Cuero ____
Textil ____ Otros ____
 7. ¿En qué lugar acostumbra usted adquirir su calzado?
Fabricantes directos ____ Almacenes de cadena ____
Centros comerciales ____ Catálogos ____
Internet ____ Importado ____
 8. ¿A qué países importa?
Perú ____ Colombia ____
China ____ Otros ____
 9. ¿Que recomienda usted para que el consumidor ecuatoriano prefiera calzado nacional?
-

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE CALZADO

Objetivo de la encuesta: La presente Encuesta tiene como objetivo levantar información referente a la comercialización e importación del calzado en el Ecuador.

Indicaciones: Señale con una X su respuesta.

1. ¿Qué material utiliza como materia prima para la producción del calzado?
Cuero () Textil ()
Sintético () Otros ()
2. ¿Cuál es el tipo de calzado que más produce?
Deportivo____ Sandalia ____ Taco ____
Mocasín ____ Valetas ____ Botas ____
3. Del siguiente listado de materia prima y materiales e insumos, señale con una X cuales son nacionales o con una M cuales son importados.
Cuero/Sintético () Suelas () Hilos ()
Hebillas () Pegantes () Bóntex ()
Contrafuertes () Forros () Reactivadores ()
4. ¿Qué cantidad de calzado produce al mes?
500 a 1000 pares
1001 A 1500 pares
1501 en adelante...
5. ¿Cuál piensa usted que son sus fortalezas para seguir en el mercado?
Capacitación () Publicidad ()
Calidad () Innovación ()
Inversión () Facilidades de préstamos ()
6. ¿Cada qué tiempo renueva sus activos fijos? Maquinaria, hormas, planta, etc.
3 a 5 años ()
6 a 9 años ()
No lo ha hecho ()
7. ¿Cuál es el costo de fabricación del calzado?
13 a 15 dólares ()
16 a 18 dólares ()
29 a 21 dólares ()

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES DE CALZADO

Objetivo de la encuesta: La presente Encuesta tiene como objetivo levantar información referente a la comercialización e importación del calzado en el Ecuador.

Indicaciones: Señale con una X su respuesta.

1. ¿Qué tipo de calzado usa con mayor frecuencia?

Deportivo ____ Sandalia ____ Taco ____ Formal ____
Mocasín ____ Valetas ____ Botas ____

2. ¿Cuándo adquiere un calzado a que le presta mayor atención?

Precio () Calidad () Confort ()
Diseño () Moda () Estética ()

3. Si usted tiene la oportunidad de escoger entre dos modelos parecidos pero de diferente nacionalidad ¿Cuál escoge?

Nacional () Extranjero ()

¿Porque?

4. ¿Con que frecuencia usted adquiere calzado?

2 meses () 3 meses ()
6 meses () Cada año ()

5. ¿Cuál es la talla que usted usa en calzado?

34 – 35 ()
36 – 37 ()
38 – 39 ()

6. ¿En cuanto a costos, que cantidad promedio usted invierte en calzado trimestralmente?

20 – 40 USD ()
40 – 60 USD ()
80 – 100 USD ()
100 EN ADELANTE USD ()

7. ¿Conoce de empresas productoras de calzado aquí en la ciudad?

SÍ () NO ()

¿Cuáles?

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

ENTREVISTA DIRIGIDA A GERENTES DE EMPRESAS PRODUCTORAS DE CALZADO

Objetivo de la encuesta: La presente Encuesta tiene como objetivo levantar información referente a la comercialización e importación del calzado en el Ecuador.

Indicaciones: Señale sus respuestas de forma clara.

1. En el sector del calzado ¿Qué materia prima y materiales e insumos se importan con mayor frecuencia?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

2. ¿De qué países importa la materia prima?

- _____
- _____
- _____

3. ¿Importa producto terminado?

SÍ___ NO___

4. ¿De qué países importa el producto terminado?

- _____
- _____
- _____

5. ¿A qué precio importa el producto terminado?

6. ¿Qué partidas arancelarias para el calzado utiliza con más frecuencia?

7. ¿Qué opina de las partidas arancelarias que se aplican en el sector del calzado?

8. Las medidas arancelarias adoptadas por el gobierno ecuatoriano ¿Han afectado a sus importaciones?

9. ¿Qué opina de las Normas del Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN?

10. ¿Cómo es el proceso para obtener el INEN?

11. De acuerdo a las estadísticas que usted maneja ¿Cree que las importaciones de calzado han disminuido notablemente su porcentaje?

SÍ__

NO__

12. Una vez que se dé por terminado el plazo para la imposición de las salvaguardias en el sector del calzado. ¿Cree usted que el sector productivo estará preparado para competir con el mercado exterior?

SÍ__

NO__

¿Porque?

13. ¿Considera que la aplicación de la salvaguarda debe seguir vigente?

SÍ__

NO__

¿Porque?

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

ENTREVISTA DIRIGIDA A JEFES DE COMERCIO EXTERIOR DE EMPRESAS
PRODUCTORAS DE CALZADO

Objetivo de la encuesta: La presente Encuesta tiene como objetivo levantar información referente a la comercialización e importación del calzado en el Ecuador.

Indicaciones: Señale sus respuestas de forma clara.

1. Una vez que se implementó el arancel mixto ¿De acuerdo a los datos que usted maneja de la importaciones cree que una importante disminución de la importación de calzado?

2. ¿Cree usted que con la medida arancelaria que se adoptó se dio paso a la disminución del ingreso de calzado importado, pero se da pie a la adopción de otras medidas de ingreso como el contrabando?

SÍ () NO ()

¿Porque?

3. ¿Cree usted que las barreras de ingreso para las empresas extranjeras son las correctas?

SÍ () NO ()

¿Porque?

4. ¿Considera usted que la demanda nacional se puede satisfacer con la capacidad productiva nacional?

SÍ () NO ()

¿Porque?

5. ¿Por qué los consumidores ecuatorianos deben apostar a la producción nacional de calzado?

6. ¿Qué le hace falta a las empresas ecuatorianas de calzado para competir con el calzado importado?

Gracias por su amable atención

Anexo 3. Comparativo importación de calzado en el mundo.

País	2010			2011			2012		
	Cantidad	Porc. %	Miles USD	Cantidad	Porc. %	Miles USD	Cantidad	Porc. %	Miles USD
Estados Unidos de América	821.410	21,7	21.932.263,00	867.679	20,5	23.650.049,00	913.948	21,3	24.861.687,00
Alemania	342.141	7,8	7.924.349,00	380.424	8,2	9.492.185,00	333.801	7,6	8.912.209,00
Francia	246.395	5,9	5.998.871,00	234.169	5,9	6.756.985,00	252.310	5,5	6.442.242,00
Reino Unido	340.235	5,6	5.645.143,00	343.944	5,2	6.002.631,00	389.429	5,2	6.080.710,00
Japón	319.591	4,7	4.792.842,00	320.243	4,7	5.426.828,00	320.145	5	5.904.218,00
Italia	278.056	5,8	5.897.852,00	282.869	5,9	6.759.324,00	232.477	5	5.823.425,00
Países Bajos (Holanda)	112.267	2,8	2.800.835,00	178.438	3,3	3.792.781,00	140.189	3	3.473.913,00
Canadá	79.961	1,9	1.927.246,00	81.279	1,9	2.152.895,00	85.597	1,9	2.212.791,00
China	44.565	1,1	1.118.265,00	47.972	1,3	1.553.633,00	50.865	1,5	1.785.074,00
Panamá	124.534	0,9	943.887,00	127.795	1	1.169.158,00	127.950	1,2	1.402.680,00
Chile	40.215	0,7	739.061,00	41.196	0,8	938.763,00	42.177	0,9	1.027.056,00
Sudáfrica	39.968	0,7	712.090,0	40.057	0,8	922.808,0	40.346	0,8	955.838,00
México	25.800	0,6	640.532,0	26.749	0,7	768.376,0	27.898	0,7	871.500,00
Brasil	21.891	0,4	368.880,0	24.194	0,4	492.887,0	26.851	0,5	613.723,00
Colombia	32.752	0,3	328.243,00	41.259	0,4	490.886,00	42.238	0,5	549.398,00
Argentina	18.381	0,4	367.789,00	22.381	0,4	514.014,00	18.627	0,4	435.240,00
India	23.239	0,3	255.853,00	25.359	0,3	315.010,00	26.719	0,3	358.840,00
Perú	18.146	0,2	186.397,00	23.455	0,2	266.478,00	24.937	0,3	322.682,00
Ecuador	8.481	0,1	104.460,00	8.088	0,1	131.590,00	8.473	0,1	151.168,00

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.

Anexo 4. Comparativo exportaciones de calzado en el mundo.

País	2010			2011			2012		
	Cantidad	Porc. %	Miles USD	Cantidad	Porc. %	Miles USD	Cantidad	Porc. %	Miles USD
China	35.633.850	37	35.633.851,00	41.722.333	36,7	41.722.333,00	46.811.269	39,4	46.811.268,00
Italia	11.518.023	10,2	9.876.570,00	10.754.423	10,2	11.602.663,00	11.718.393	9,1	10.827.788,00
Vietnam	5.229.845	5,4	5.229.846,00	6.717.914	5,9	6.717.915,00	10.399.768	8,8	10.399.865,00
Alemania	5.008.149	4,1	3.941.991,00	4.390.868	4,6	5.198.542,00	4.669.600	3,9	4.625.539,00
Países Bajos	3.269.842	2,5	2.443.283,00	3.046.149	2,9	3.269.841,00	3.236.267	2,6	3.046.148,00
Francia	2.549.346	2,2	2.081.723,00	2.636.232	2,2	2.549.347,00	2.817.728	2,2	2.636.233,00
India	1.642.896	1,7	1.642.895,00	2.090.536	1,8	2.090.537,00	1.958.291	1,6	1.958.290,00
Reino Unido	1.489.564	1,4	1.309.521,00	1.594.825	1,3	1.489.564,00	1.873.285	1,3	1.594.825,00
Estados Unidos de	1.287.506	1,1	1.103.837,00	1.330.738	1,1	1.287.506,00	1.383.697	1,1	1.330.738,00
Brasil	1.498.769	1,7	1.631.516,00	1.286.287	1,3	1.498.768,00	1.263.257	1,1	1.286.474,00
México	468.785	0,4	384.902,00	587.114	0,4	468.784,00	675.399	0,5	592.959,00
Panamá	936.289	1	936.305,00	1.130.924	1	1.131.408,00	119.675	0,1	119.681,00
Chile	138.520	0,1	109.732,00	118.159	0,1	138.521,00	142.431	0,1	118.159,00
Japón	70.576	0,1	67.038,00	67.911	0,1	70.577,00	54.205	0,1	67.911,00
Colombia	52.195	0	44.407,00	52.606	0	52.195,00	51.569	0	52.604,00
Israel	49.214	0,1	49.870,00	49.908	0	49.214,00	46.549	0	49.908,00
Sudáfrica	34.227	0	30.160,00	38.481	0	34.228,00	192.473	0	38.481,00
Argentina	30.190	0	30.190,00	32.085	0	32.084,00	33.845	0	33.846,00
Ecuador	42.979	0	34.938,00	29.880	0	42.980,00	33.085	0	29.880,00
Perú	16.914	0	16.914,00	21.672	0	21.673,00	22.543	0	22.543,00

Elaborado por: Cristina Cisneros, Marcia Heras.