



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

TITULO DE LA TESIS:

“Análisis de la Competitividad del Sector del Calzado en el Ecuador en el período
2008 – 2013”

Previo la obtención del Grado Académico de Magíster en Finanzas Y Economía
Empresarial

AUTOR:

Karen Laura Romero Sigüenza

TUTOR:

Econ. Miguel Ruiz Martínez

Guayaquil, a los 13 días del mes de noviembre del año 2015



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Ingeniera Comercial Karen Romero Sigüenza, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magister en Finanzas y Economía Empresarial.

Guayaquil, a los 3 días del mes de septiembre año 2015

DIRECTOR DE TESIS

Econ. Miguel Ruiz Martínez

REVISORES:

Eco. Jack Chávez García, Mgs.

Eco. Uriel Castillo Nazareno

DIRECTOR DEL PROGRAMA

Econ. Teresa Alcívar Avilés, Mgs.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Karen Romero Sigüenza

DECLARO QUE:

La tesis “Análisis de la Competitividad del Sector del Calzado en el Ecuador en el período 2008 – 2013”, previa a la obtención del Grado Académico de Magíster, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance de la tesis de maestría en mención.

Guayaquil, a los 13 días del mes de noviembre 2015

LA AUTORA:

Karen Laura Romero Sigüenza



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

AUTORIZACIÓN

Yo, Karen Romero Sigüenza

Autorizó a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución de la Tesis de Maestría titulada: “Análisis de la Competitividad del Sector del Calzado en el Ecuador en el período 2008 – 2013”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 13 días del mes de noviembre 2015

LA AUTORA:

Karen Laura Romero Sigüenza



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, por permitirme culminar una etapa de mi vida, a mí amado esposo Abg. Christian Silva, por su apoyo incondicional en cada uno de los proyectos que tengo, a mis padres quienes han sido los pilares fundamentales para ser hoy quien soy.

Finalmente, agradezco también el apoyo profesional de colegas y amigos por la ayuda durante el desarrollo de este trabajo, a mi tutor, el Eco. Miguel Ruiz, por haberme orientado en todos los momentos que necesité sus consejos y observaciones.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi tierna y preciosa hija Kristell, quien desde que llego a mi vida ha sido mi luz y mi fuente de inspiración, por lo que cada paso que doy es para ella.

A mis padres, por haberme enseñado que siempre existe una luz en el camino, que el amor y la perseverancia hace que el camino sea corto, y que rendirse o abandonar, no son opciones para el que quiere triunfar.

A mi amado esposo Christian Silva, quien con su amor y apoyo incondicional, ha sido el impulso y fortaleza para la culminación de esta etapa de mi vida profesional.

Karen Romero Sigüenza

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|-----|
| ÍNDICE GENERAL..... | |
| ÍNDICE DE TABLAS | |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | |
| RESUMEN | |
| CAPITULO I: EL PROBLEMA | 1 |
| 1.1 Planteamiento del problema..... | 1 |
| 1.1.1 Problemática del Mercado del Calzado a Nivel Mundial | 1 |
| 1.1.2 Problemática del Mercado del Calzado a Nivel Latinoamericano | 6 |
| 1.1.3 Problemática del Mercado del Calzado a Nivel Ecuatoriano | 10 |
| 1.1.4 Problemas y Potencialidades del Sector del Calzado en el Ecuador | |
| 14 | |
| 1.2 Justificación y relevancia del estudio | 16 |
| 1.2.1 Importancia del sector del calzado | 16 |
| 1.2.2 Relevancia del sector del calzado ecuatoriano | 18 |
| 1.3 Hipótesis | 200 |
| 1.4 Objetivo general:..... | 200 |
| 1.5 Objetivos específicos: | 200 |
| 1.6 Metodología Propuesta | 200 |
| 1.6.1 Tipo de diseño de investigación para el presente estudio..... | 200 |
| 1.6.2 Fuentes de información | 211 |
| 1.6.3 Entrevistas | 211 |
| 1.6.4 Investigación Cuantitativa..... | 211 |
| 2. CAPITULO II: FUNDAMENTOS TEÓRICOS | 222 |
| 2.1 Marco Conceptual | 222 |
| 2.1.1 Calzado | 262 |
| 2.1.2 Crecimiento Económico | 262 |
| 2.1.3 Demanda | 262 |
| 2.1.4 Oferta | 262 |
| 2.1.5 Evolución y Crecimiento de la Industria del calzado | 263 |
| 2.1.6 Fabricación del calzado | 263 |
| 2.1.7 Concepto de Dumping | 264 |
| 2.1.8 Concepto de Antidumping | 265 |
| 2.1.9 Concepto de Competitividad | 266 |

| | |
|--|-----|
| 2.1.10. Competitividad e Innovación..... | 299 |
| 2.1.11. Competitividad y Sustentabilidad..... | 30 |
| 2.1.12. Competitividad y Política Pública | 31 |
| 2.1.13. Política Comercial sobre Competitividad en el Ecuador | 33 |
| 2.2. Revisión Empírica | 44 |
| CAPITULO III: PROCESO METODOLÓGICO | 51 |
| 3.1. Participación en los Mercados Internacionales | 51 |
| 3.2. Ventaja Comparativa Revelada | 51 |
| 3.3. Tasa de Penetración de las Importaciones..... | 52 |
| 3.4. Exposición a la Competencia Internacional | 52 |
| CAPITULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS | 54 |
| 4.1 Análisis Sectorial del Calzado..... | 54 |
| 4.2 Análisis de Indicadores de Competitividad en Comercio Exterior del Sector del Calzado en el Ecuador | 62 |
| 4.3. Análisis de entrevistas a actores | 68 |
| CONCLUSIONES | 71 |
| RECOMENDACIONES | 73 |
| BIBLIOGRAFÍA | 74 |
| Anexos | 79 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 CIU Categorización del Calzado | 54 |
| Tabla 2 Producción de Calzado 2013..... | 57 |
| Tabla 3 Participación de los Mercados (Miles de USD)..... | 64 |
| Tabla 4 Ventaja Comparativa Revelada..... | 65 |
| Tabla 5 Tasa de Penetración de Importaciones..... | 66 |
| Tabla 6 Tasa de Exposición a la Competencia Internacional | 67 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 Talleres Producción Calzado - 2013..... | 56 |
| Figura 2 Producción Calzado - 2013..... | 58 |
| Figura 3 Empleo en el Sector | 59 |
| Figura 4 Salario en el Sector | 60 |
| Figura 5 Exportaciones de Calzado..... | 63 |
| Figura 6 Participación de los Mercados (Miles de USD) | 64 |
| Figura 7 Ventaja Comparativa Revelada | 65 |
| Figura 8 Tasa de Penetración de Importaciones | 66 |
| Figura 9 Tasa de Exposición a la Competencia Internacional | 67 |

RESUMEN

La competitividad dentro de un sector es importante al momento de buscar la innovación en los productos y en la expansión de las economías. Los factores vinculantes como la inversión extranjera, las políticas públicas, la infraestructura y la tecnología, permiten que los cambios en el sector sean exitosos en otros mercados.

La presente investigación analiza el nivel de competitividad del sector del calzado ecuatoriano en el mercado mundial, para ello se hace un análisis comparativo entre países como China y Brasil, como principales competidores y productores de referencia a nivel global. El nivel de competitividad será medido a través de la construcción de indicadores de competitividad en comercio exterior, propuestos por la Comisión Económica para América Latina de las Naciones Unidas CEPAL.

En el análisis, se observa que China posee una alta competitividad en el sector, mientras que Brasil la posee dentro de la región sudamericana. Por otro lado, el Ecuador a pesar de su aumento de competitividad en el periodo analizado, no alcanza los niveles de los otros países.

Este estudio contiene la siguiente estructura; en la primera parte se plantea el problema de estudio, en la segunda se analiza los fundamentos teóricos, en la tercera parte se propone la metodología, en la cuarta se muestra los resultados y por último se plantean las conclusiones y recomendaciones del caso.

CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Problemática del Mercado del Calzado a Nivel Mundial

La industria del calzado, al igual que el sector manufacturero atraviesa un momento de completa transformación. Dichos cambios son visibles, tanto en la evolución de su producción, como en el incremento de transacciones a nivel mundial. De tal manera que a través de diversos estudios se ha podido encontrar que en promedio se comercian dos pares de calzado por persona, mientras que se producen unos 24 mil millones, aproximadamente (Álvarez, González, Álvarez, & Carvajal, 2007).

Con el desarrollo de la industria manufacturera de Asia, durante los años setenta, comienza la producción de calzados a gran escala, y ligado a esto, mayor inclinación al intercambio con países Occidentales, provocando así un incremento en el comercio exterior. Como consecuencia, destacaban y tenían ventajas en los mercados internacionales, naciones cuyos costes relativamente bajos al producir, no eran más que uno de los tantos resultados de la mano de obra barata.

Es así como China y otros países Asiáticos se convierten en potencias con respecto a la industria, cuyo volumen de exportaciones al mundo es bastante alto. Ocupando China más o menos el 50% del calzado que se vende alrededor del globo, ya que según Torres, durante el año 2012 produjo \$ 9'500.000.000 de pares al año, exportando \$ 7'000.000.000, teniendo un crecimiento acelerado en el sector, y dejando atrás a potencias como Italia, que disminuyó su manufacturación a 4'000.000.000 de pares por año (Álvarez et al., 2007).

Por otro lado, si se quiere conocer acerca del mayor consumidor de calzado, en la mayoría de fuentes se encuentra que lo es Estados Unidos, pues durante el año 2012 importaba mil ochocientos millones de pares, por lo que es considerado además del mercado más grande, un importador mundial de suma relevancia. A éste lo acompañan según el orden, la Federación Rusa, Japón y

Alemania, los cuales si se ignora a Hong Kong que opera como país transitorio, adquieren más del 50% de las importaciones en sus valores netos. Además, cabe mencionar que corresponden a un 85% de los pares en capellada de cuero el valor mundial de los calzados que no son deportivos, aportando aproximadamente \$15'000.000.000 anuales.

Según los cálculos del CCI, que se basan en los datos de MAP TRADE, el mercado mundial del calzado está dividido en dos polos. El económico, que se identifica con el continente Asiático, esencialmente China, ya que los costes en mano de obra son relativamente bajos y el de calidad en la elaboración y el diseño, donde se distingue Europa, específicamente, Italia.

Con respecto al material que compone a los calzados, según Torres, el de cuero está siendo sustituido por el de caucho, dado que las grandes organizaciones lo prefieren con el fin de abaratar costes de producción, haciéndolos más competitivos y en capacidad de ofrecer el bien a precios inferiores. Éste nuevo sistema, se da con mayor especialidad en países cuyo factor principal es la tecnología y la innovación, dando lugar a una oferta en economías a escalas. Como consecuencia, tales naciones que tradicionalmente producían calzado manufacturado como en el caso de Italia, dirigen su meta productiva a otro tipo de bienes con valor agregado (Álvarez et al., 2007).

Las exportaciones de China al mundo entero hicieron de éste el principal proveedor de calzados desde el año 2001 hasta el 2010, puesto que lo que se exporta de éste país incrementa continuamente y en proporciones mucho más altas que las de los demás proveedores. De los cálculos del CCI¹, se observa que durante el año 2010, China vendió \$35' 630.904.000 de los \$94' 935.891.000 que fueron exportados alrededor del mundo.

Uno de los mayores conflictos que se han presentado además del crecimiento instantáneo en el mercado mundial, es la penetración acelerada que tiene el país Asiático en los mercados internos de los países que son su

¹ Comisión de Comercio Internacional

competencia. Con el fin de resolver o enfrentar dicha amenaza, los países optaron por el fortalecimiento de las barreras arancelarias, y todo lo que al proteccionismo le compete con el objetivo de estimular a la industria nacional y velar por ella. Tal crecimiento, expresó una evolución ventajosa para el país, ya que sus exportaciones aumentaron en un 38% durante el 2010 y en un 17% para la última década (Luna, 2013).

Estudios explican que tal aceleración está muy relacionada con el aumento de la población, además de que las jornadas laborales son cada vez más extensas, comprendiendo de diez a catorce horas por día. Los subsidios y todo el apoyo económico, como las capacitaciones que constantemente el Estado ofrece al sector empresarial e industrial, sobre todo al eficiente desarrollo de una industria capaz de producir además de los bienes finales, los insumos y la maquinaria que el mismo sector demande. Todos esto, junto con otros factores fueron causales de una mano de obra excesivamente baja y precios casi insuperables en competitividad (Álvarez et al., 2007).

Durante la última década, China ha surgido con una serie de transformaciones que le han permitido renovar y obtener una inversión altamente cualificada, con el fin de agilizar su proceso industrial. Ésta situación obligó a las empresas a desarrollar su capacidad en factores relevantes como lo son la tecnología y la innovación, impuestas por las organizaciones asiáticas, las cuales les permiten estar al tanto y dispuestas a todo tipo de cambio, siendo su flexibilidad una base fundamental en el desarrollo.

El liderazgo de China en la industria del calzado es indiscutible, su ventaja comparativa con respecto a otros países como Italia, Vietnam, y Alemania, que también resaltan en el mercado es bastante fuerte. La diferencia sigue siendo alta, y ésta es catalogada como líder total en producción y exportación del bien mencionado (Sánchez Tovar, García Fernández, & Mendoza Flores, 2014).

Es así como se debe mencionar un aspecto fundamental que es la división geográfica de la producción de calzado chino, en el cual los productores más importantes son Guangzhou, Zhejiang, o Fujian. Ciudades de China que poseen

más de dieciocho mil empresas que producen calzado y 3'500.000 personas laborando en la industria. De las tres provincias, Guangzhou tiene la más grande participación en la producción de calzado, ya que tiene muchas más industrias fabriles, además de que se establecieron las ferias de mayor relevancia para el calzado y de insumos en la industria.

China presenta ventajas para el inversionista, que lo convierte sumamente atractivo para compañías transnacionales o empresas ubicadas en otros continentes que prefieren trasladar sus fábricas de su país de origen hacia China. El objetivo sin duda alguna, es aprovechar de los beneficios que ofrecen el gobierno, la disciplina y sobre todo el personal del país. Las marcas más reconocidas que se han situado en ese lugar son Nike, Reebok, Adidas, los cuales por su alta calidad son los que mayor demanda tienen en el mercado internacional.

Así mismo, se encuentran las compañías que ofrecen zapatos de media y baja calidad, las cuales llaman la atención de las importadoras de calzado ubicadas por lo general en países subdesarrollados (Hernández, Ponce, & Llamas, 2009).

Dado que China es el principal exportador de calzado en el mundo, es importante mencionar que entre sus principales importadores se encuentra Estados Unidos, el cual importó un total de \$11'012.745.000, lo secunda la Federación de Rusia, la cual importó un total de \$ 2'343.109.000, en tercer lugar se encuentra el Reino Unido con \$ 1'218.859.000, cuarto Hong Kong con \$ 1'153.169.000, Kazajistán \$ 1'004.242.000, Panamá \$ 906'526.000, seguido de Francia con \$721' 522.000 y en el décimo lugar Canadá que compra \$ 649'574.000. Dichos países, son los que concentran aproximadamente la mitad de las importaciones netas en el mundo.

Sin embargo, a diferencia de lo que se cree, China no solo exporta el total de lo que produce, sino que por su masa poblacional debe abastecer en primer lugar su demanda interna, lo cual lo convierte en el segundo consumidor de calzados en el mundo.

Según el Director General del Grupo Hergar, miembro del Consejo Rector del Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas Inescop, García Morón aseguró que el posterior estado del sector depende por completo del aspecto diferenciador, porque el mercado exige que quien fabrique, debería cada vez considerar más la opinión del consumidor (Hernández et al., 2009).

Morón a su vez, cree que dicha diferenciación procederá de cuán cercano se encuentre el fabricante con el comercio y de lo capaz que éste sea con respecto a las tendencias, sobre todo si se encuentra apto para responder con una oferta rápida a lo que demande el mercado y el establecimiento. Es así como según el experto, el modelo y el sistema han cambiado, ya que antes los productores diseñaban su colección poniéndola en el mercado, mientras que en la actualidad es el comercio el que consume los géneros que ofrezcan las plantas productivas con respecto a sus ventas.

Es una era en la que, para no quedarse atrás es fundamental conocer las tendencias y con ellas sus cambios, sobre todo si la industria como en el caso del calzado apela el ser abastecida rápidamente, además de flexibilidad, con el fin de atender la demanda y sobre todo no perder la relación de eficiencia y optimización en precios y calidad, a lo que Logroño cataloga como la “base del éxito” (Luna, 2013).

De acuerdo a un documento informativo, publicado por el experto Peter Mangione, en el mercado Estadounidense del calzado, durante los primeros seis meses del año 2014 en África, específicamente, Etiopía, se determinó que fue el país cuyos costos por mano de obra fueron los más bajos en el sector del calzado, a diferencia de lo que se creía sobre China como el de más bajos costes laborales.

Mangione, en el Congreso Mundial Footwear aporta ciertos datos donde especifica que el costo por hora de cada trabajador en las compañías manufactureras de calzado en Etiopía era de \$ 0.36. El país que lo secundaba fue Bangladesh, con un precio de \$0.71 por hora, Camboya junto a la India con \$0.85, Vietnam con \$1.14, Nicaragua con \$1.27, Tailandia con \$1.34, Indonesia \$1.60,

República Dominicana \$1.88, China \$2.09, y El Salvador con \$3.05, mientras que en países como Italia fue de \$25.5 y en Japón de \$18.65 (Álvarez et al., 2007).

1.1.2 Problemática del Mercado del Calzado a Nivel Latinoamericano

Como se conoce, el fuerte del sector fabril en América Latina a lo largo de varios años ha sido su mano de obra. En algunos de los países, que conforman dicha parte del continente da lugar a valores representativos del Producto Interno Bruto, además de ser uno de los sectores generadores de marcas que se posicionan en la mente del consumidor y perduran durante mucho tiempo, sobre todo por su aparición en centros comerciales, tiendas y otros tipos de establecimientos.

Sin embargo, en Latino América, al igual que muchas industrias del sector, la de cuero, cuerina y calzados es directamente influenciada y afectada por la concentración de mano de obra en el continente Asiático, como antes se explicó. Esto hace que los países en la región sufran de los mismos percances. Entre ellos se encuentran:

- El incremento sustentable, acelerado, e invasivo de importaciones de bienes, en especial, cuyo origen es Asia.
- El fin de fomentar un ambiente en el que se practique el dumping y el tráfico de mercancías, se observan notables deslices en el control de registro y en el aduanero.
- Existen además muchas compañías que no se encuentran establecidas formalmente y que trabajan en ciclos estacionarios de la producción.
- La clausura o cierre de las factorías y de los talleres artesanales que poseen fracasos en sus transacciones y en sus niveles de liquidez.

La situación general de la poca participación en América Latina, se resume en lo débil que son los fabricantes de la industria y en la capacidad de enfrentarse al mercado global, de la cual carecen. Sin embargo, lo que más los marca es la fuerte división que existe al enfrentar cada país la situación de una forma distinta.

Estando de un lado, aquellos que dependen del proteccionismo, invierten en la industria nacional y la hacen crecer; mientras que los del otro evaden disimuladamente dichas medidas pero de igual manera luchan por estar al día con lo que exige el mundo ya globalizado, esperando que participen los dos bandos y permitiendo que gane el de mayor aceptación en el mercado (Luna, 2013).

Según Peter (Luna, 2013), un ingeniero de Alemania con carrera en la industria del calzado, apela que dada la evolución en los costos de producción, especialmente en China, muchos de los países productores que fueron ignorados durante varios años, están adquiriendo protagonismo de nuevo. Entre dichos países se hallan Portugal y otros del Sur de Europa; además, las naciones de América Latina, Brasil y México.

(Luna, 2013) Esto se debe por el regreso al continente Europeo de marcas provenientes de oferentes latinos, tal es el caso de MEXICANA o de DUMONT, las cuales lograron éxito al posicionarse. Todo esto gracias al diseño único y diferenciado, más la correcta exposición de las marcas en las ferias. En contraste, años atrás, para que una empresa latina consiguiera establecerse en Europa era dependiente del comercio y la ayuda en el comercio europeo.

Actualmente, la facilidad dada, para que los productores sean interventores activos, se debe mucho al aporte de las redes sociales como twitter, snapchat, Facebook, etc, y del internet en general.

En la actualidad, el internet es un factor fundamental para la transacción de cualquier tipo de bien o servicio, sobre todo en la industria de los calzados. Es por esto, que se habla mucho acerca de distinguirse frente a los competidores, debilidad de los europeos, pero aparentemente una fortaleza para los latinos, ya que según (Álvarez et al., 2007) sus marcas tienen el pro, de ofrecer un producto con imagen inigualable.

Álvarez dice también, que no existen muchas posibilidades que los resultados del comercio entre minoristas mejoren, puesto que existe un especial

aumento en el coste del personal de ventas. Añadido a esto, el comercio entre terciadores solo espera ser rentable a través de su marca; sin embargo, tampoco limita las potencialidades del mercado latinoamericano en éste aspecto (Álvarez et al., 2007).

Argentina, es otro de los principales exponentes en la industria del calzado latino. Según la ex Ministra de Industrias, Débora Giorgi, el sector nacional creció en un 162%, mientras que en toda la parte Sur del continente Americano no creció más que el 52%.

Ella afirmó entonces, que tal crecimiento se debió al consumo del calzado. Dijo también que América latina se constituye de un mercado con habilidades para crecer. Esto se debe a que de los 2.2 pares de zapatos que solían ser adquiridos durante el año 2002, para el 2010 se consiguió la venta de 3.3 (Águila, 2015).

Tal situación mostró un mercado de mil seiscientos millones de pares ofertados, donde tan solo un 15% de lo importado por América Latina pertenece al interior de la zona. Explicando así que el potencial mercado es de doscientos cincuenta y cinco millones de pares de calzado, que en la actualidad son consumidos del comercio externo, equivalentes a dos mil quinientos millones de dólares, los cuales deberían ser captados por trabajadores y empresarios con el fin de reemplazar lo que se importa.

Según la ministra, muchos de los cambios estaban conectados con el contexto vivido durante el año 2011. Ella esgrime, que el mundo en general desde el 2007 mantuvo cambios, y el tiempo sin que se oponga a los países en vías de desarrollo, los ayuda a reemplazar la función de los desarrollados, los cuales en ese entonces no conocían cómo salir de la crisis. Causando que países conocidos como “subdesarrollados”, entre ellos Argentina, Brasil o México, tengan cambios de 180 grados, triplicando así su nivel de crecimiento en comparación con los desarrollados (Álvarez et al., 2007).

México al igual que Argentina busca permanecer en el bando de los competidores, para esto avanzó completamente decidido a cumplir con las normas establecidas al momento de importar. Siendo la respuesta a un mayor control, la suspensión de compañías del Padrón de Importadores, las cuales estaban cometiendo ciertos delitos, e introducían el 60% de calzado que ingresa a México.

Los líderes en la aduana de México limitaron a su vez el 47%, aproximadamente la mitad de los pares de zapatos que ingresan al país. Tal mercadería retenida fue resultado del dumping, ya que se adquirieron a precios más bajos que su materia prima; pero vale recalcar que el 9% se amparó en la Ley sobre los Derechos del Importador. En el mes de mayo en cambio, el monto giró alrededor del 55%, a partir del cual el 14% estaba amparado, poco a poco este fue disminuyendo a 8% de amparos y 49% de volumen limitado. Tales son la respuesta que es parte de todo lo que hace la intervención en post despacho, como consecuencia de lo expresado en el Foro Regional de Combate al Comercio Ilícito (LESAGA & Rocha, 2006).

Junto con ello, al momento en que las irregularidades se detectaron, fueron impuestas dieciocho órdenes de embargo para todos aquellos que importen calzados en un valor de más o menos, uno punto millones de pesos. Además la administración de la Auditoría Fiscal SAT, inició 31 procesos de auditoría a los principales importadores de calzado, cuyos datos representan el 85% en relación al volumen de todos los calzados importados con precios sumamente bajos.

Añadido a las medidas expuestas anteriormente, se iniciaron revisiones gubernamentales de los impuestos en la economía interna a los importadores más relevantes y destacados del sector. De ésta requisita en la que trabajó el Instituto Mexicano de La Propiedad Industrial, fueron decomisados 19.296 pares, los cuales ingresaron a través de la aduana del puerto en la provincia de Manzanillo.

En el Foro Regional de Combate al Comercio Ilícito, se trataron muchos de los esfuerzos que se necesitan para dar fortaleza a los estados de México y de América Latina, utilizando la cooperación transfronteriza con el fin de curar la falsificación y el tráfico (Hernández et al., 2009).

El objetivo del SAT, era conseguir que los países contribuyan a debates en conjunto. Sobre todo a tener una visión ampliamente equitativa e integrada, en la que sean partícipes la seguridad pública y la del estado mediante un diálogo con autoridades gubernamentales, productores, empresarios, funcionarios de las aduanas, funcionarios públicos, cámaras de comercio y organizaciones sin fines de lucro.

1.1.3 Problemática del Mercado del Calzado a Nivel Ecuatoriano

Uruguay es la sede del 7mo Foro de Cámaras del Calzado de América Latina. En éste se destacaron los sistemas que se buscan para recuperar la industria en Ecuador, país al que se expuso como ejemplo, según el Ministro de Industrias.

Según Verónica Sión, lo que el gobierno anhela, es elaborar escenarios en los que exista competencia e incremento de la productividad. La medida que más causó efectos fue la aplicación de aranceles y cuotas por temporada más grandes que los productos de origen extranjero. Tales medidas se tomaron, obviamente bajo el respeto de los principios que la Organización Mundial del Comercio permite (Hernández et al., 2009).

Otra estrategia de éxito, es la fomentación y creación de créditos de fácil acceso o también llamados créditos blandos, proveniente de la banca pública. De acuerdo al censo realizado a los exportadores e importadores del calzado, se lograron observar mejorías en las normas ISO, en las de certificación de origen, en la infraestructura, en la actualización de las 115 reglas de estandarización. Todas ellas creadas con el fin de prometer y cumplir productos de alta calidad e impulsar una producción más regulada, certificada de prácticas honorables en la manufactura y en el aseo de los procesos que intervienen.

Según el artículo del Diario Los Andes, Ecuador tuvo un notorio incremento en su producción de 15'000.000 de pares de calzado durante el 2008,

mientras que para el 2011 tal producción aumentó a 28'000.000. Por su lado, las ventas también cambiaron de \$45' 000.000 que hubo en el 2006 a más de \$151'000.000 que tuvo el 2011. Las exportaciones no quedaron atrás y tuvieron un alza de \$43'000.000, pasando de \$27'000.000 a \$70'000.000 (Luna, 2013).

Con respecto a las ayudas que recibe el sector del calzado se tiene que ingresan \$ 2'200.000 para capacitar todo lo que el personal que intervenga en el procesamiento del cuero, con el fin de lograr o superar los perfiles que tenga la competencia. Añadido a esto se encuentra el Sistema Nacional de Compras Estatales, el cual por medianas, pequeñas y micro empresas logra ser abastecido en un 70%. Tales empresas incluyen todos los puntos de producción que se dedican al cuero y al calzado, como lo es en el caso de los talleres artesanales.

Con respecto a la infraestructura productiva de la industria del cuero, se puede corroborar que el estado ha invertido unos \$ 1'500.000 aproximadamente, años más y años menos. El beneficio fue distribuido a nivel territorial y sectorial, además de servicios públicos especializados, como la construcción del Centro de Diseño de Calzado y Cuero en Tungurahua, o el Centro de Confecciones y Calzado en Azuay, el laboratorio de pruebas físicas, y el biomecánico de calzados (Wong, 2006).

Según Lilia Villavicencio, presidenta de la Cámara Nacional, la industria nacional del cuero y calzado casi desaparece en el año 2008, debido al ingreso del calzado chino. De a poco la industria se estaba reduciendo dado que llegaban productos cuyos costos eran bastante bajos, además de que la competitividad nacional no era capaz de enfrentarse con el mercado internacional.

Resalta que una de las medidas adoptadas por el Gobierno Nacional, que más efecto ha tenido, fue la implementación de un arancel mixto de \$6,00 el cual de acuerdo a Villavicencio, fue el impulso para mantener la industria, hacerla crecer y proyectarse. Esto se observa puesto que hasta el año 2012 el sector del calzado produjo aproximadamente 30'000.000 de pares de zapatos, lo que ha dado lugar a 5.000 productores y más de 100.000 plazas laborales indirectas y directas (Wong, 2006).

El gerente de Calzado Gamos, Miguel Gutiérrez, recuerda que una de las mayores ayudas que recibió su negocio fue por parte del gobierno, cuando éste controló el ingreso de la producción internacional al país, la cual era de aproximadamente 20'000.000 de pares de calzado, cuyos precios eran excesivamente bajos, con valores que oscilaban entre \$ 1 a \$ 2 el par.

Tal situación no generaba riquezas a la nación, lo único que hacía era reducir las oportunidades que los mismos ecuatorianos tenían de trabajar. Durante el año 2006, la producción de calzado oscilaba entre los 400 y 300 pares por día, tan sólo se tenían 70 trabajadores. Sin embargo, en la actualidad se producen 900 diarios, muchas veces éste valor aumenta a 1000 y sobre todo en promedio por empresa se ofrece trabajo a 180 trabajadores.

De acuerdo a David Molina, el secretario técnico del MCPEC, durante el 2013, se triplicaron las ventas en el sector del zapato a través de los últimos cuatro años. Efecto visible, ya que las exportaciones aumentaron alrededor de un 20%. Mientras que el Subsecretario del MIPYMES, Luis Muñoz, asevera lo antes mencionado y explica que en el intervalo del 2007-2012, muchos indicadores están a favor de la industria del calzado. Como consecuencia, lo producido se elevó de 15 000 000 de pares a 30 000 000, en una proporción del 100%.

Para Molina, el sector del calzado debe permanecer en constante evolución, para esto se aceptó el reto de la inversión en centros de diseño, el cual cuenta del soporte con un centro biomecánico, con el fin de conocer exactamente la horma de los ecuatorianos y así aportar con un valor agregado a la industria. Se resalta también que es necesario trabajar en innovación, gestión y sobre todo visión integrada del grupo de producción.

Junto a ello, CALTU² dio a conocer su proyecto de Innovación en la Senescyt, con el fin de fusionar las universidades con el sector. Proponiendo que

² Cámara de Calzado de Tungurahua

éstas formen profesionales capaces de responder al área de producción y diseño creativo en calzados.

En el Comité de Feria Internacional de Calzado y Componentes Ecuador del año 2013, se indicó que el contrabando o tráfico de zapatos que se dan en las fronteras Ecuador-Colombia y Ecuador-Perú, respectivamente, es uno de los componentes con mayor influencia en la crisis fabril que atraviesa la industria (MIPRO, 2012).

A su vez, según manifestaciones del Banco Central del Ecuador, durante el año 2007, la demanda en la industria del zapato aumentó \$ 547.58 millones de los cuales \$13.49, son derivados del cuero y del calzado. Esto indica cómo el sector tiene una demanda cuyas consecuencias son ventajosas para la producción nacional, ya que representa un 91.1% en consumo interno (MCPEC, 2011).

La emisión de las medidas proteccionistas, tuvieron efectos positivos y negativos en la economía y en la sociedad ecuatoriana general. Esto se aprecia en la balanza de pagos, la cual durante el año 2009 vivió una mejora, según el Banco Central. Empero, de acuerdo al aspecto social el efecto en los consumidores no fue bien aceptado, ya que no tenían múltiples opciones al momento de escoger el calzado de su preferencia, si no que se veían limitados por los precios elevados que comenzaron a tener los zapatos importados de 600 subpartidas, que fueron restringidas con salvaguardia.

Sin embargo, a pesar de los avances en la producción nacional dadas las restricciones, aún se mantiene la desaceleración del crecimiento con lo difícil que es el acceder a un crédito en el sistema financiero. O el cierre en la emisión de cartas de crédito extranjeras con las que se podría invertir en maquinaria y todo tipo de tecnología que sirva para innovar. El que no exista mucha variedad en los bienes ofrecidos, o la hipótesis de que las salvaguardias hacen de la industria algo ineficiente según los consumidores nacionales, impiden el crecimiento deseado en el sector (SENPLADES, 2012).

Es importante recalcar que el sector del cuero y calzado ocupa el 43% de lo que es el total de la producción en Tungurahua, y sobre todo que representa un 1.09% del PIB Ecuatoriano.

1.1.4 Problemas y Potencialidades del Sector del Calzado en el Ecuador

El procedimiento de guarnición y la conducta de la supuesta mano de obra calificada, ha vivido una serie de cambios durante los últimos años. Como consecuencia de la competitividad exigida en el mercado, sobre todo por la invasión en calzados legales y de contrabando desde China, con precios sumamente bajos y de alta calidad. Así mismo, tal competencia se da como producto de un exceso de oferta, en un punto de saturación que se traduce como competencia excesiva nacional e internacional, tanto leal como desleal (MIPRO, 2012).

Dicho conflicto se agrava aún más por la comúnmente conocida estacionalidad, donde cada cierto tiempo la demanda se estira o despunta, debido a fechas, épocas o temporadas relevantes en venta. Tal situación, impide que los manufactureros trabajen durante el año entero, ocurriendo todo lo contrario donde se vea forzada e interrumpida su producción.

Esto provocará una situación compleja, en la que se deja cesantes a los empleados que están vinculados en el proceso productivo. Como consecuencia, la mano de obra que labora en la industria del calzado hace que se desplace y ocupe sus energías junto con sus conocimientos en otras actividades. Interesándose por actividades que intervengan en el sector de la construcción, confección textil, u otros sectores que por lo general son exportadores y los cuales ofrecen condiciones de estabilidad laboral mucho más altas (SENPLADES, 2012).

Actualmente es más complicado conseguir en distintas épocas del año los Guarnecedores o los Operadores de Máquinas, junto con las Armadoras que posean años de experiencia y conocimientos. Es por eso que uno de los mayores

problemas en la industria del calzado, es estructural. Esto indica que si se agrava el conflicto, se vuelve permanente y sufre para ser solucionada en el mediano plazo.

Uno de los principales problemas que aparecen en la producción de calzados es el subproceso de la costura de cortes, la cual es constituida en el cuello de botella y radica en el desbalance existente entre la productividad que se logra con el rendimiento de secciones como la de ensuelado, montaje y terminación del zapato, ya que en el medio ecuatoriano esta última tiene la capacidad de producir 25 y 36 pares por trabajador durante el día. En contraste, con la guarnición se alcanzan entre 12 y 18 pares por empleado de turno.

Es decir, con respecto al volumen que se espera, serán necesarios dos veces el número de subordinados en el campo de costura. Esto afectará en demasía al desempeño en la fabricación, y por ende la carga de manufactura será considerablemente elevada (Luna, 2013).

Dicha irregularidad, es una consecuencia de que el proceso de costura no pueda ser estandarizado, ya que cada modelo de calzado ameritará un desarrollo distinto en su proceso de elaboración. De tal manera, se corroboró científicamente que el proceso fabril se optimiza hasta en un 80% utilizando el sistema de continuo mejoramiento y “just in time”. Además que se optimiza entre un 20% a un 30%, si se toma como solución la inversión en maquinarias, es decir, actualizando y modernizando las industrias.

Si se combinan ambos factores de manera sólida y estratégica se espera que aumente la productividad en las empresas manufactureras, al igual que su nivel de competitividad frente a otros. Siendo fundamental la implementación de tecnologías de punta, y duras, comprando maquinaria mucho más versátil, veloz, flexible, e inteligente (Falconi & Jacome, 2011).

Sin embargo, una vez que son implementadas tales medidas, es necesario buscar no solo mejoras en la calidad del calzado que ha sido fabricado, sino también una mejora sustentable en productividad y en eficiencia. Se esperará conseguir más volumen con menos esfuerzo, menos desgaste, de tal forma que los precios ya no sean los más altos en el comercio exterior, sino que ganen

competitividad ya que los costos son los que se muestran en el precio final del bien.

1.2 Justificación y relevancia del estudio

1.2.1 Importancia del sector del calzado

La importancia del estudio está dado por la importancia del sector en la economía del país. El director del Departamento de Investigación del IDE Business School, aduce que la estimulación de los créditos en bancos y cooperativas ha sido un factor de gran ayuda para el sector manufacturero de calzado. Según Bottinelli, el sector de calzado en el año 2010 registró un crecimiento de 3,95% en comparación con el 2009. Ocupando el puesto número dos en importancia de la industria manufacturera.

La exportación de calzado, mejora la calidad e impulsa la industrialización del Ecuador; por tales motivos su realización y apoyo se concluyen como una necesidad vital del país (MCPEC, 2011).

En el foro de Cámaras del Calzado de América latina 2013, celebrado en Uruguay, se expuso que los sectores de cuero y de calzado del Ecuador están sufriendo una afable recuperación en estos últimos 6 años. Lo cual sirve de ejemplo para América latina, según lo manifestado por la Ministra de Industrias y Productividad de Ecuador (Argoathy Almeida, 2012).

El Gobierno ecuatoriano, ha creado escenarios óptimos en los que el sector del cuero y calzado puede no solo producir sino también competir de una manera eficiente, puedo citar algunos de los escenarios ejecutados por el país latino; como la temporal aplicación de políticas de corte comercial sustentadas en medidas arancelarias a los productores extranjeros, claramente cumpliendo los principios que la Organización Mundial de Comercio, permitiendo el impulso a la certificación de productores en buenas prácticas de manufactura y sanitarias, el acceso a créditos blandos de la banca pública, fortalecimiento de la industria de curtiembres para atender la demanda interna, registro para importadores y exportadores de calzado a fin de controlar las condiciones de competencia.

Todo esto ha concluido en un gran aumento de producción. Pasando a 28 millones de pares en el 2011, en comparación de los 15 millones del 2008. Por ende las ventas ascendieron a más de USD 151 millones en el año 2011, según datos publicados por el Ministerio de Industrias del Ecuador.

En el país se está realizando la inversión de USD 1.5 millones en bienes y servicios públicos para la producción del sector de cuero y calzado; en Tungurahua se realizó la construcción del centro de diseño de cueros y calzado. En Azuay la construcción del laboratorio biomecánica del calzado, mismo que servirá para que el producto logre ajustarse a las necesidades del consumidor (SENPLADES, 2012).

En la actualidad una de las ramas productivas más sobresalientes en el mercado interno del país, es la fabricación de calzado. Presentando excelentes expectativas para su ingreso al mercado internacional. Esto a su vez apertura importantes fuentes de trabajo vinculadas a la actividad textil y confección de calzado, puesto que estas requieren de diversos materiales para su confección siendo entonces un valioso aporte para sectores como el agrícola, ganadero, industria de plásticos y químicos .

El arte de elaborar calzado cuenta con una magnífica mano de obra, puesto que los ecuatorianos llevan el arte en las manos. El calzado es una actividad con efectos considerables en la matriz productiva del país, generando crecimiento económico, empleo, y mejorando la calidad de vida de los artesanos. Prueba de ello, es el desarrollo de la producción y comercialización de la industria del calzado durante los últimos tres años, la cual ha generado más de 100 mil empleos, ayudando a erradicar la pobreza y el desempleo de nuestro país (Rendón Trejo & Morales Alquicira, 2006).

En base a estudios cualitativos a nivel nacional, el productor de calzado ecuatoriano, en especial, el azuayo; cuenta con algo magnífico, algo que muchas veces ni las maquinas logran reemplazar, que son grandes creadores y diseñadores, que se distinguen por su entusiasmo y voluntad. Sin embargo, ellos

sienten que aún falta mucho por hacer en lo que respecta a la creación de políticas que les ayuden a consolidar los componentes y piezas que se emplean a la hora de fabricar un zapato, garantizando una mejor calidad hacia el consumidor (MIPRO, 2012).

El Subsecretario Nacional del MIPRO, Diego Eras, manifestó que el punto de partida es el diagnóstico y catastro, que está en camino, de los diferentes sectores productivos que tiene el Ecuador entre los que se encuentra el del calzado, mediante el proyecto estratégico “Encadena Ecuador”, con una visión de trabajo coordinado entre las entidades públicas y las organizaciones privadas, para ir vinculando los diferentes componentes de la cadena productiva para fortalecerla.

La elaboración de calzado juega un importante rol en la matriz productiva del país, pues esta matriz está determinada por la estructura de los sectores de la producción de bienes y servicios, organizada en función de la importancia relativa que cada sector tiene en el desarrollo nacional, de esta forma la producción y venta de calzado nos generará: inversión, producción, empleo, invención, innovación y exportaciones de estos bienes (MCPEC, 2011).

1.2.2 Relevancia del sector del calzado ecuatoriano

“La innovación permite que Calzado Gamo’s, una de la zapaterías más conocidas en la ciudad de Quito, se mantenga como uno de los negocios más representativos de la industria nacional de calzado. Ellos realizan zapatos complicados con puntas de acero con kevlar, suelas de nitrílico, resistentes a hidrocarburos, plantillas inteligentes que canalizan la humedad y evitan los hongos. Todos buscan ser una marca de calidad; con calzados exclusivos que se diferencian de las demás marcas”.

Consecuentemente se han creado programas de capacitación con el fin de ofrecerlos en la primera Feria Internacional de Calzado y Componentes. Con la

generación de estas iniciativas, el gobierno del Ecuador está respaldando de gran manera a la industria del calzado y el cuero ecuatoriano (Álvarez et al., 2007).

Entre los proyectos que apuntan a mejorar el sector, el gobierno nacional en convenio con el gobierno de Taiwán, se han comprometido en enviar tres expertos que sirvan de asesores para la potencialización de la industria de calzado en Ecuador (Pacheco-Blanco, Collado-Ruiz, & Capuz-Rizo, 2015).

Como parte de estas medidas de apoyo, se llevó a cabo la Expo feria "Más moda", en la cual se buscó promocionar la producción de calzado azuayo, promoviendo el ingreso de capacitaciones que permitan conocer nuevas tendencias en moda, tanto nacional como internacional.

A su vez, el Gobierno nacional ha creado medidas de salvaguardias para incrementar y potencializar la producción de calzado de la economía regional.

El Ecuador está lleno de cantones conocidos por la excelente calidad que consiguen en trabajos en cuero, lo cual los ha hecho reconocidos a nivel comercial por los turistas, que buscan de sus productos, entre éstos los zapatos. El gobierno está invirtiendo en el país, cerca de un millón de dólares para mejorar la producción de calzado, implementando el centro de diseño en Ambato y en Tungurahua, permitiendo así que nuestros artesanos puedan mejorar sus técnicas, industrializar sus negocios, agilizar la producción, pudiendo así mejorar la calidad, moda y tendencia en el calzado que estos realizan (Pacheco-Blanco et al., 2015).

Según datos de la secretaría de MIPYMES, en el 2012 se han realizado cursos de capacitación, ruedas de negocio y créditos desde 50 mil hasta 100 mil dólares para la adquisición de nuevas tecnologías, materiales, entre otros.

Alrededor de 200 personas entre hombres y mujeres que se reconocían como artesanos del calzado de diversas provincias del país, se reunieron en el primer encuentro de productores de calzado del Austro, evento que organizó el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO). Con la finalidad de brindar

capacitaciones a nuestros artesanos, que buscan adaptar y dominar las nuevas tecnologías existentes, para poder realizar su profesión con una nueva rapidez y calidad; según lo publicado en el 2014 (MIPRO, 2012).

1.3 Hipótesis

¿El sector del calzado ecuatoriano mejoró su competitividad en el período del año 2008 al 2013?

1.4 Objetivo general:

Analizar los factores de competitividad del sector del calzado en el Ecuador en el período, del 2008 al 2013.

1.5 Objetivos específicos:

1. Analizar las características estructurales del sector del calzado en el Ecuador.
2. Examinar los aspectos teóricos de la competitividad en comercio exterior.
3. Analizar los niveles de competitividad del sector del calzado en el Ecuador.

1.6 Metodología Propuesta

1.6.1 Tipo de diseño de investigación para el presente estudio

Se va a utilizar una investigación de tipo cuantitativa exploratoria, donde se analizarán los datos que caracterizan la estructura del sector del calzado ecuatoriano. De la misma manera, se realizará un análisis profundo de otros países competidores del sector nacional. Para ello la información se basará en la construcción de indicadores de competitividad que servirán para comparar el nivel y potencialidad que tiene el sector frente al mercado mundial.

1.6.2 Fuentes de información

Los datos serán extraídos principalmente de fuentes secundarias, como lo son artículos de periódico, artículos de revistas económicas, estudios ya existentes sobre el sector del calzado ecuatoriano. La fuente de información de datos económicos será del Banco Central del Ecuador, INEC, Trademap, Banco Mundial, Foro Económico Mundial.

1.6.3 Entrevistas.

La entrevista radica en una conversación en la que se ejercita el arte de un dialogo diferente al ordinario, en la que consiste formular preguntas y escuchar respuestas. La finalidad es obtener información, buscando comprender las perspectivas que tienen los entrevistados sobre sus ideas. (Vargas, I., & Vazquez, L., 2006). Las entrevistas cualitativas que se utilizaran serán semi-estructuradas sobre los temas objeto de esta investigación. Se entrevistara a cuatro personas, 2 representantes de gremios de calzado y 2 productores de calzado.

1.6.4. Investigación Cuantitativa.

Se trata de reunir la información necesaria para la obtención de datos medibles, mismos que deben ser ordenados y presentados de tal manera que sea de fácil comprensión para el investigador, con la idea de que se pueda reducir la presentación de las distintas informaciones observadas, y ofrecer una perspectiva y conclusión mejorada. (Fernandez, S., Cordero, J., & Córdova, A., 2002).

CAPITULO II: FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Con el ánimo de tener una mayor comprensión sobre el tema de estudio: el mercado del calzado, se hace necesario, la revisión de una consistente base teórica que de un claro entendimiento en lo que respecta a competitividad. Y es que a la hora de hablar de competitividad cada persona puede tener su propia apreciación de la misma. Pero al momento de aplicarla en la vida real, se vuelve un imperativo conocer y dominar este concepto en toda su dimensión. Ya que solo así se podrán plantear estrategias que luego se conviertan en políticas correctas, que permitan que nuestros productos lleguen a ser verdaderamente competitivos en un mercado cada vez más exigente y cambiante en el cual nos desenvolvemos.

2.1. Marco Conceptual

2.1.1. Calzado

Conocido también como zapato, mismo que se utiliza desde la prehistoria. Es una prenda que sirve para la protección del pie, mismo que puede ser de textura y diseños variados.

2.1.2. Crecimiento económico

Incremento en la producción de bienes y servicios de una economía (de un país), y por tanto su renta, durante un período determinado, que puede ser de un trimestre o un año.

2.1.3. Demanda

Cantidad de bienes o servicios, que los compradores quieren y están dispuestos a comprar para satisfacer parcial o totalmente sus necesidades o deseos.

2.1.4. Oferta

Cantidad de bienes y servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado para satisfacer las necesidades o deseos de los consumidores a un precio determinado.

2.1.5. Evolución y crecimiento de la industria del calzado

En el Ecuador, la industria del calzado ha venido evolucionando, implementándose para la confección, máquinas auxiliares, siendo a mediados del siglo XIX la máquina de costura, la más accesible.

Considerando los grandes cambios en la industria del calzado, a partir de la cuarta década del siglo XX, se derivan productos del mismo, como los cueros por gomas, el uso de materiales sintéticos en la elaboración de los calzados infantiles y femeninos.

En la actualidad, con las políticas de medidas arancelarias dadas por el Estado a partir del 2009, el sector ha crecido de una manera muy importante. Los productores han tenido que adaptarse a la evolución de las variedades de propuestas de productos que el mercado presenta, implementándose desde su distribución, comercialización y venta de nuevos diseños, segmentos de productos tales como calzados de vestir para damas y caballeros, zapatillas, calzado para niños, botas, sandalias, calzado para deportes, botas especiales para deportes y calzados especiales u ortopédicos.

2.1.6. Fabricación del calzado

La fabricación del calzado por muchos años se venían realizando de manera artesanal, impidiendo en cierto modo la eficiente producción masiva, por lo que el proceso de producción industrial podría decirse que no apareció hasta la época de la Primera Revolución Industrial, sin embargo esta práctica no se ha

dejado de utilizar, siguiendo aún los pasos elementales, como son la costura, el lavado, estirado y pulido, el encolado, la colocación del forro, la aplicación de hebillas, cordones, presillas y otros accesorios, ayudándose de máquinas para el acabo de las costuras.

La industria del calzado ha evolucionado a través del tiempo, teniendo un gran desarrollo principalmente en las provincias de Tungurahua, Azuay, Pichincha y Guayas, el trabajo ha consistido en las técnicas empleadas para la calidad del producto terminado, como es un calzado resistente, suave y flexible. Considerando para la fabricación del calzado los conceptos esenciales del cuero a ser empleado, siendo los cueros más blandos para la elaboración del empeine y los cueros más duros en las suelas, produciendo así alrededor de 350 mil cueros y pieles al año que en su gran parte se exporta, orientándose también, gran parte de la demanda al mercado interno de calzado, confecciones y marroquinería.

2.1.7 Concepto de Dumping

Dentro del concepto de dumping, que se especifica como una práctica comercial que consiste en vender un producto por debajo de su precio normal, o incluso por debajo de su coste de producción, con el fin inmediato de ir eliminando las empresas competidoras y apoderarse finalmente del mercado.

En los últimos años Ecuador, se ha visto envuelto en dicha práctica comercial, pero no con un producto elaborado en el país o una competencia interna, sino con un producto extranjero, como es el calzado chino y brasileño, el cual a inicios del año 2006 se vendían alrededor de \$2.00 el par de calzado chino, alejando la posibilidad de que un productor ecuatoriano pueda competir, y perjudicando de esa forma la comercialización del calzado nacional en las cantidades esperadas, sin embargo, el Estado ecuatoriano se vio en la necesidad de proteger al productor nacional con la práctica antidumping.

2.1.8 Concepto de Antidumping

Dentro del concepto de antidumping, que se define como medidas de defensa comercial aplicables cuando un suministrador extranjero, practica precios inferiores a los que aplica en su propio país. (dumping).

En Ecuador si bien es cierto se ha optado por medidas arancelarias desde el año 2009, promoviéndose de alguna forma el desarrollo de la Industria del calzado, implementando un sistema de restricciones a las importaciones con aranceles alto, esto con el justificativo o argumento del Presidente Correa, que no se posee con moneda nacional y que dicha elevación es menos radical que una devaluación, tomado en el contexto de las normas de la OMC³. El Presidente Correa, asevera que la política del Gobierno será promover la industria nacional y tratar de proteger el sector externo, que es sin duda alguna nuestra fuente de ingreso con el sistema económico dolarizado actual. (Diario El Universo, 2009).

En la actualidad, dichos aranceles sin duda alguna da oportunidad a las actividades ilícita, siendo una de ellas el contrabando, siendo afectados tanto la industria nacional, el comerciante honesto que importa cumpliendo con los aranceles de Ley, y , por supuesto el Estado que no percibe dichos valores de mercadería ilegalmente ingresada, sin olvidar, el consumidor que deberá cancelar un valor mayor y sin tener capacidad de elegir, porque existen menor cantidad y mayor precio en los productos extranjeros acabados.

Es importante también puntualizar que Ecuador se ha visto afectado por las reacciones que han tenido los países con los que negocia, como Argentina, que hasta fijar nuevos aranceles, detuvo el ingreso de los productos ecuatorianos, así mismo, paso con el país de Perú, quién pidió se reconsiderere el arancel para sus productos que exportan a Ecuador. Colombia ha prohibió el ingreso de productos avícolas de origen ecuatoriano.

³ Organización Mundial del Comercio

2.1.9. Concepto de Competitividad

Y es que las ideas sobre competitividad están muy ligadas a un ámbito más amplio, como lo es el desarrollo. De hecho se dice que la existencia de la competitividad es condición necesaria para el desarrollo. La cual debe ser promovida por aquellos entes económicos (públicos y privados) interesados en el desarrollo de tal o cual sector económico o de la economía en general. Ya que según Michael Porter ésta consiste en:

“La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad”. (1990).

Es notorio según M. Porter, que un factor clave para lograr dicha competitividad, es la existencia de una consiente y sostenida participación del ser humano en todo este proceso. Ya que a la larga el ser más competitivo y más productivo, va afectar a este mismo factor (el ser humano) que se vuelve un fin en sí mismo. Al ligar incremento de la competitividad y productividad con el nivel de vida, en su concepto (Porter, 2011).

Es más, hace un énfasis sobre la estricta relación entre productividad, competitividad y nivel de vida, donde este último se vuelve pilar fundamental para los anteriores al afirmar que:

“La productividad es, a la larga, el determinante primordial del nivel de vida de un país y del ingreso nacional por habitante. La productividad de los recursos humanos determina los salarios, y la productividad proveniente del capital determina los beneficios que obtiene para sus propietarios” (Porter, 1998).

Entonces lo que es importante para la prosperidad económica es: la productividad nacional y la búsqueda de la competitividad en forma de superávit comercial. Un creciente nivel de calidad y complejidad de los bienes o servicios exportados puede ayudar al crecimiento de la productividad aunque las exportaciones generales en el país presenten un ligero aumento.

Es por eso que el profesor Porter recalca: *“Son las firmas, no las naciones las que compiten en los mercados Internacionales”* (Porter, 1990). Es la lucha entre estos actores económicos por superarse, lo que garantiza el desarrollo y bienestar de las naciones. Es decir de que se tenga industrias, sectores productivos y empresas, competitivos. Se logra el desarrollo de los países. Ya que: *“Lo que más importa no es la propiedad o las exportaciones o si las empresas son de propiedad nacional o extranjera, sino la naturaleza y la productividad de las actividades económicas que se desarrollan en un país determinado”* (Porter, 2011).

En el apartado anterior; del profesor de Harvard, experto en competitividad M. Porter, nos muestra que si bien la competitividad de nuestra producción se mide en los mercados internacionales, es dentro del país donde esta nace y se desarrolla. Viene determinada por los factores y recursos en los cuales los países poseen “ventajas relativas” que les permiten competir efectiva y eficazmente. A través de las empresas que tuvieron origen en los mercados locales, de los países de donde provienen. Pero aunque no es el país en si el actor económico que compite en primera instancia, como ya se dijo anteriormente, es el que recibe sus beneficios (los habitantes).

“Muchos países pueden mejorar su prosperidad si logran mejorar su productividad. Por consiguiente, el reto fundamental en el desarrollo económico es cómo crear las condiciones necesarias para un crecimiento rápido y sostenido de la productividad” (Porter, 2011).

Entonces si hablamos de que la competitividad de una sociedad viene dada por el nivel de productividad que tiene en un determinado sector o industria, ésta a su vez debe explotar sus ventajas competitivas en relación a los recursos con los que cuenta. Por lo cual, esto hace que sea de vital importancia: identificar, desarrollar y potenciar aquellas áreas, recursos y sectores que tenga la capacidad o al menos al proyección de ser competitivos a nivel internacional. Implicando que los agentes económicos que se encuentren interesados en que un país se desarrolle en base a sus competencias, tanto en el sector privado (empresas, individuos particulares) como en el público (gobiernos nacionales, seccionales y sus

dependencias) comiencen a preguntarse: ¿Qué es lo mejor que sabemos hacer?, y a partir de ello se logre desarrollar un plan a largo plazo, con estrategias claras y metas alcanzables a fin de alcanzar la tan anhelada competitividad y la obtención de sus beneficios. Esto también lo enseña el profesor Porter, donde acota lo siguiente:

“La competitividad ha pasado a ser una de las preocupaciones cardinales del gobierno y de la industria de todas y cada una de las naciones. La cuestión es cómo brinda una nación un entorno en el que las empresas sean capaces de mejorar e innovar más aprisa que sus rivales extranjeras” (Ortiz & Martínez, 2014).

Ese entorno propicio para que las empresas sean cada vez más competitivas, puede traducirse como un conjunto de factores que les favorecen su desarrollo competitivo. Primero a nivel local y luego a nivel del exterior. Estos pueden ser: factores propios (sus recursos), el factor de la demanda, el apoyo de industrias relacionadas, y las estrategias que tengan planeadas, más la estructura de competitividad de sus rivales.

Se ha de notar entonces que el enfoque que el Profesor Porter da a la competitividad, es netamente empresarial. Es decir apunta a que exclusivamente son estos los verdaderos competidores que se mueven dentro del dinamismo de los mercados nacionales e internacionales en los cuales están inmersos.

Esto es un concepto que realmente ha revolucionado el mundo de la Administración Empresarial, así como la Productividad Industrial. Ya que esta visión desafía lo que por años en las escuelas de pensamiento económico se entendía por competitividad. En donde se sostiene que la competitividad parte del conjunto de características y factores que posea un territorio. Tema que hace referencia al concepto de competitividad y ventajas comparativas de las naciones, que ya hacia el siglo XVIII el economista inglés David Ricardo había traído a la luz. Y que en la actualidad se encuentra como uno de sus mayores defensores al premio Nobel de Economía 2008 al Ph.D. Paul Krugman (Rendón Trejo & Morales Alquicira, 2006).

2.1.10. Competitividad e Innovación

Respecto a la competitividad se debe señalar lo importante que resulta la mano de obra no solo para el trabajo en línea, sino que también esa mano de obra tiene que ser calificada. La calificación de la mano de obra viene adherida necesariamente a la capacitación periódica, así como a su evaluación, esto, en razón de que gran parte de la elaboración del calzado depende de innovación, así como, de acabados de calidad, que en ocasiones son realizados manualmente, y producto de esa innovación se crea la necesidad de invertir en maquinarias con tecnología de punta la cual tiene que tener operadores calificados.

(Mielgo, Peón, & Ordás, 2007) realizan un análisis de la evolución a lo largo de la historia del concepto de la innovación. Este concepto a lo largo del tiempo se ha ido transformando y modificándose dentro de la teoría económica, desde los pensamientos de Schumpeter en 1934, pasando por los aportes de Drucker en 1981 y Morín en 1985, las ideas sobre la innovación como parte de la teoría del desarrollo económico se ha profundizado más aun en esto últimos años.

Se puede aglomerar los conceptos y definir a la innovación como “el proceso a través del cual la empresa genera nuevos o mejorados productos y/o procesos productivos, o nuevas formas de organización o comercialización con el objetivo de adaptarse al entorno y generar ventajas competitivas sostenibles” (p. 7).

Dentro de la teoría económica de la innovación (Dávila, 2008) puntualiza la importancia de los tres principales obras de Schumpeter como son : Teoría del Desarrollo Económico; Capitalismo, Socialismo y Democracia; y Business Cycles dentro de las cuales conceptualiza a la innovación como la acción de producir otras cosas o las mismas por distinto método. Se detalla cinco categorías en las cuales se llegaría a tal innovación a través de los postulados de Schumpeter, los mismos que son:

1. Introducir un nuevo bien.
2. Introducir un nuevo método de producción.
3. Apertura de nuevo mercado.

4. Conquistar una nueva fuente de aprovisionamiento, y;
5. La creación de nuevas organizaciones.

Se considera dos tipos importantes de innovación, la incremental y la radical. Según (Luecke, 2004) la innovación incremental “ explota formas de tecnologías ya existentes. O bien mejora algo que ya existe, haciendo algo nuevo o mejorado, o bien, vuelve a configurar una forma o tecnología existente para servir a otros fines, mientras que la innovación radical es algo nuevo para el mundo. Muchas innovaciones radicales tienen el potencial de desplazar a tecnologías existentes” (p. 13).

Por otro lado es importante gestionar la innovación y determinar una sostenibilidad a lo largo plazo. (Estrin & Herrero Díaz, 2010) plantean que una innovación sostenible es “el resultado de las interacciones de los ecosistemas de innovación donde se incluyen a los organismos colaborativos, los científicos, desarrolladores de productos, los hombres y mujeres de negocios, los proveedores de servicios y los clientes, todos los cuales participan en una o más de tres comunidades de investigación, desarrollo y aplicación” (p. 4).

2.1.11. Competitividad y Sustentabilidad

(Goñi & Goin, 2006) realizan una importante discusión sobre las bases conceptuales de la sustentabilidad donde identifica que “la discusión sobre un marco conceptual de sustentabilidad, lejos de tratarse de una cuestión formal, es fundamental para avanzar en un aspecto clave, frecuentemente soslayado: en un concepto más amplio, la sustentabilidad es un término aplicable a la sociedad en su conjunto, no a sectores específicos como el ambiente, la economía y la política” (p. 192).

(Martínez, 2012) plantea que dentro de un axioma conceptual de sustentabilidad se puede analizar dos tipos de sustentabilidad una fuerte y una débil “la expresión de sustentabilidad débil, se deja entrever la sustitución perfecta entre el capital económico y el capital natural, con lo cual bajo este supuesto, se puede transmitir por la generación actual a la futura, una existencia de capital total

no menor al recibido por esta; asumiendo que los diferentes tipos de capital son intercambiables y sustituibles. Mientras la sustentabilidad fuerte considera que los tipos de capital antes mencionados son complementarios e indica que no existe semejanza entre las diversas tipologías de capital” (p. 89).

2.1.12. Competitividad y Política Pública

Como ya se ha nombrado, los productores de calzado necesitan tener el respaldo del gobierno nacional, como una forma de incentivo para sus inversiones, por lo que el estado debe aplicar políticas públicas para ayudar a la industria nacional, y en este caso a la industria del calzado la que representa un rubro importante en la economía, si se considera desde la óptica de la elaboración para el consumo y exportación de productos no tradicionales.

Expuesto lo anterior, el estado ecuatoriano ha determinado dentro de su legislación, normativa que sirven de guía para la política pública del gobierno, es así que en referencia a la capacitación de la mano de obra, ha instituido dentro de la Constitución de la Republica el artículo 137, en el que hace referencia a la obligación del estado en la formación y capacitación como medio para acceder a empleos , así como para mejorar la calidad de las personas que se decidan en emprender autónomamente sus negocios, amén de otros derechos de índole laborales, “El Estado impulsará la formación y capacitación para mejorar el acceso y calidad del empleo y las iniciativas de trabajo autónomo. El Estado velará por el respeto a los derechos laborales de las trabajadoras y trabajadores ecuatorianos en el exterior, y promoverá convenios y acuerdos con otros países para la regularización de tales trabajadores.”

Cabe recalcar que en referencia a la capacitación y profesionalización, existen dos periodos marcados, uno que es el proceso de capacitación antes del año 2008, y el otro que en ese mismo proceso, pero después del año 2008, para lo que realizare una pequeña digresión:

Capacitación y profesionalización antes del año 2008:

Mediante el sistema neoliberal y de apertura de los mercados producto de la globalización, el Ecuador y no está por demás decir que América latina se vieron afectados por permutas rigurosas en sus mercados y economías. Mercados que se abrieron esperanzados en supuestos beneficios económicos, y que para ello solo era cuestión de ser más eficiente y productivos.

El estado ecuatoriano implementó la flexibilización laboral, para fortalecer la fuerza de trabajo en el escenario productivo. La percepción de la capacitación laboral aumenta dentro de la opinión pública, pero resulta incipiente la enseñanza y capacitación por parte de organismos estatales, y discutible sus beneficios a corto y mediano plazo. Se pensó que la capacitación era un gasto innecesario y se generó una visión negativa, lo que dio como resultado una mínima intervención del estado en capacitación.

Capacitación y profesionalización a partir del año 2008:

Dado que la mayoría de productores tratan de recuperar su inversión a corto plazo, estos han realizado acuerdo con el Ministerio de Relaciones Laborales para realizar capacitaciones a sus empleados, por intermedio del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional – SECAP, además del Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional – CNCF, los que permiten el fortalecer las actividades de capacitación y profesionalización del sector productivo del país.

Además, el Plan Nacional de Capacitación y formación profesional del talento humano del sector productivo, para el periodo 2013-2017, se deja explícito la responsabilidad del estado en la capacitación y formación de la mano de obra de los trabajadores del país.

El 17 de marzo de 2011 mediante Decreto Ejecutivo N.680 publicado en el Registro Oficial 406, se define la capacitación y formación profesional, orientada a los trabajadores con y sin relación de dependencia.

Aliendi mencionan que el concepto de política pública apareció por primera

vez en los Estados Unidos de América a finales del siglo XIX como un concepto metodológico entre las Ciencias Políticas y la Administración. A partir de la segunda guerra este concepto se intensificó hacia las ciencias sociales. Se puede definir a la política pública como “la suma de las actividades de los gobiernos, bien por medio de una actuación directa, bien por medio de agentes, en la medida en que tenga una influencia sobre la vida de los ciudadanos” (p. 76).

Por su parte (González, 2006), que el concepto de política pública se puede entender en dos sentidos “primero como una disciplina que surge en las sociedades industrializadas en la década de los cincuenta, especialmente en Estados Unidos e Inglaterra, y que como tal, se enfoca a estudiar los problemas considerados públicos, así como los procesos de toma de decisión por parte de las autoridades públicas. El segundo sentido del concepto es el que hace referencia a la política gubernamental o de alguna organización de la sociedad civil, en una jurisdicción política, cuando cumple con ciertas características” (p. 255).

(Gavilanes, 2010) plantea que en la política pública existen dos elementos que muchas veces son ignorados como son los acuerdos y los instrumentos. Dentro de estos instrumentos existen tres tipos que según el nivel de intervención del Estado puede ser “1) los instrumentos exclusivamente estatales: como las regulaciones, las organizaciones del Estado, las empresas públicas; 2) Instrumentos mixtos: como los subsidios, los impuestos, las contribuciones, las campañas y las exhortaciones; y 3) Instrumentos privados: como las familias, las organizaciones voluntarias, la sociedad, el mercado” (p.6)

2.1.13. Política Comercial sobre Competitividad en el Ecuador

Se debe tomar en cuenta el porqué del uso de la política comercial, para esto se determinaran los objetivos que son:

- Buscar el desarrollo, fortalecimiento y dinamismo de los mercados internos partiendo del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.

- Impulsar la inserción estratégica del país a la economía mundial mediante la regulación, promoción y ejecución de las acciones correspondientes.
- Contribuir a que se garantice la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
- Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
- Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

La política comercial de un país se determina de acuerdo a la Constitución y a la Legislación interna del país. El Ecuador ha dejado en claro ante el resto del mundo que no desean firmar Tratados de Libre Comercio y que solo buscan acuerdos que fomenten el desarrollo del país.

Dados los datos recientemente investigados, se muestra que el Ecuador ha expandido moderadamente su nivel de comercio exterior, en su mayoría las exportaciones con un 10,1% en comparación con las importaciones que están en un 8,5%, esto redujo el déficit comercial del país (BCE, 2014).

Lo que ayuda en gran cantidad a mejorar el comercio internacional del país es la integración a los diferentes grupos y tratados internacionales, los tratados Latinoamericanos que se han formado son: Comercio Exterior e Inversión (COMEXI), (CAN), Mercado Común del Sur (MERCOSUR), Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), Sistema de Integración Centroamericana (SICA) y Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR).

COMUNIDAD ANDINA

En el año 1969 se reunieron 5 países de Latinoamérica para firmar el Acuerdo de Cartagena con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas a través de la integración y cooperación tanto económica como social. Estas naciones fueron: Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú. Desde esta fecha se ha

ido modificando este acuerdo hasta la actualidad. En 1973 Venezuela se integró a este acuerdo. En 1976 firman el Protocolo de Lima, este consistía en ampliar los plazos previos para la liberación de las mercancías así como fijar un Arancel Externo Común (AEC) y la Programación industrial. En 1978 se suscribe el Protocolo de Arequipa el cual trata de ampliar los mismos temas tratados en el Protocolo de Lima. En 1987 se suscribe el Protocolo de Quito, esto consistía en flexibilizar los mecanismos del Acuerdo de Cartagena con el propósito de consolidar una unión aduanera es decir agilizar los procesos aduaneros para que ingrese una mercadería a uno de los países miembros. Por último en 1987 se firma el Protocolo de Trujillo, el cual establece los Estados pertenecientes a este organismo de integración.

El Acuerdo de Cartagena es un importante instrumento internacional de carácter regional firmado, por los integrantes de la Comunidad Andina de Naciones, el cual se fija como uno de sus objetivos, promover el desarrollo de los países miembros, desarrollo que tiene que ser equilibrado, procurando la cooperación e integración de sus miembros, con una visión de desarrollo de un mercado común, y poder asimismo competir en un contexto internacional evitando la vulnerabilidad que significa el desarrollo desarmónico de la región, tal como lo expresa el artículo 1, del Acuerdo de Cartagena “El presente Acuerdo tiene varios objetivos: Promover el desarrollo equilibrado y armónico de los Países Miembros en condiciones de equidad, a través de la integración y la cooperación tanto económica como social; Acelerar su crecimiento y la generación de ocupación y el trata de facilitar su participación en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano.

Además cuenta con objetivos secundarios como: Disminuir la vulnerabilidad externa; Mejorar la posición de los Estados Miembros en el contexto económico internacional; Fortalecer la solidaridad subregional y reducir las diferencias de desarrollo existentes entre los Estados Miembros. La finalidad de estos objetivos es tratar de procurar un mejoramiento persistente y continuo en el nivel de vida de los habitantes de los países suscritos.

Está claro que el acuerdo no solo tiene como objetivo fortalecer el mercado regional, sino que es parte de esos objetivos el que se mejore el nivel de vida de los ciudadanos de los países firmantes del acuerdo, además de armonizar el

desarrollo regional, y que se surjan beneficios que reduzcan equitativamente las diferencias que puedan existir entre estos estados.

Para velar por el cumplimiento de los resultados, se estipula que se realicen evaluaciones periódicas, para lo que se debe tomar en cuenta los efectos sobre la expansión de las exportaciones globales de cada país, además de su balanza comercial, su PIB, así como la incidencia que tiene los antes nombrados elementos en la generación de nuevos empleos y nuevos capitales.

El artículo 3, contiene los mecanismos para lograr los objetivos del acuerdo, los que sirven como lineamientos, y que a continuación se detalla:

- a) Profundizar la integración con los demás bloques económicos regionales y de relacionamiento con esquemas extra-regionales en los ámbitos político, social y económico-comercial.
- b) Armonizar gradualmente de políticas económicas y sociales y la aproximación de las legislaciones nacionales en las materias pertinentes.
- c) La programación conjunta, la intensificación del proceso de industrialización subregional y la ejecución de programas industriales y de otras modalidades de integración industrial.
- d) El Programa de Liberación del intercambio comercial más avanzado que los compromisos derivados del Tratado de Montevideo 1980.
- e) Arancel Externo Común.
- f) Programas para acelerar el desarrollo de los sectores agropecuario y agroindustrial.
- g) La canalización de recursos internos y externos a la Subregión para proveer el financiamiento de las inversiones que sean necesarias en el proceso de integración.
- h) Programas en el campo de los servicios y la liberación del comercio intra-subregional de servicios.

- i) La integración física.
- j) Tratamientos preferenciales a favor de Bolivia y el Ecuador.

Además de instituirse programas y acciones, los que tienen que ser aplicadas concertadamente por los países miembros:

- a) Programas orientados a impulsar el desarrollo científico y tecnológico.
- b) Acciones en el campo de la integración fronteriza.
- c) Programas en el área del turismo.
- d) Acciones para el aprovechamiento y conservación de los recursos naturales y del medio ambiente.
- e) Programas de desarrollo social.
- f) Acciones en el campo de la comunicación social.

ALADI

La Asociación Latinoamericana de Integración conocida como ALADI por sus siglas nació en el año 1980 con el Tratado de Montevideo firmado por varios países. En la actualidad los Estados miembros son: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, Estados Unidos Mexicanos, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela y Cuba.

La Asociación Latinoamericana de Integración es un grupo de países que conforman el mayor grupo de integración dentro de la región, el cual abarca 510 millones de habitantes en 20 millones de kilómetros cuadrados de territorio, cuya asociación fue suscrita el 12 de Agosto de 1980 en Montevideo, en el que se estipuló los siguientes principios rectores;

- 1) Pluralismo en materia política y económica;
- 2) Convergencia progresiva de acciones parciales hacia la formación de un mercado común latinoamericano;

- 3) Flexibilidad comercial;
- 4) Tratamientos diferenciales en base al nivel de desarrollo de los países miembros; y;
- 5) Multiplicidad en las formas de concertación de instrumentos comerciales.

La importancia de la ALADI radica en que propende a la creación de una región de preferencias económicas, con la finalidad de fortalecer un mercado latinoamericano mediante los siguientes mecanismos;

- 1) Una preferencia arancelaria regional que se aplica a productos originarios de los países miembros frente a los aranceles vigentes para terceros países.
- 2) Acuerdos de alcance regional (comunes a la totalidad de los países miembros), y ;
- 3) Acuerdos de alcance parcial, con la participación de dos o más países del área.

Del artículo 6 al 9 del ALADI, permiten dar tratamiento a temas diversos como;

- a) Desgravación arancelaria y promoción del comercio;
- b) Complementación económica;
- c) Comercio agropecuario;
- d) Cooperación financiera,
- e) Cooperación tributaria y aduanera,
- f) Cooperación en materia sanitaria;
- g) Preservación del medio ambiente;
- h) Cooperación científica y tecnológica;
- i) Promoción del turismo; normas técnicas; y;
- j) Otros campos previstos a título expreso o no en el TM 80 (Artículos 10 a 14).

Cabe anotar que existe dentro del tratado se conviene un trato preferencial a países calificados como de menor desarrollo económico en la región, dentro de los cuales están considerados como tales (Bolivia, Ecuador y Paraguay), los que

deben recibir ciertas preferencias en razón de lo antes anotado, lo cual se debe hacer efectivo mediante programas especiales de cooperación, ruedas de negocio y apoyo tecnológico, amén de medidas compensatorias, con lo que se busca una integración efectiva de los países antes nombrados en el proceso de integración latinoamericana.

El artículo 25 y el 27, permiten abrir su radio de acción hacia el resto de países de América Latina, a través de vínculos multilaterales, acuerdos con otros países, así como buscar la cooperación con otros grupos de integración del mundo.

Jurídicamente el ALADI permite realizar acuerdos subregionales, plurilaterales y bilaterales de integración. Tiene la facultad de desplegar acciones que conduzcan al fomento progresivo de espacios común en materia económica.

OMC (Organización Mundial del Comercio)

En el año 1995 del mes de julio se reunió en el Consejo General en Ginebra, para aprobar por unanimidad la adhesión del Ecuador como primer miembro de la Organización Mundial del Comercio; sin embargo hasta finales del mes de diciembre del mismo año el Congreso del Ecuador aprobó el Protocolo de Adhesión de miembros oficiales del principal foro de comercio mundial.

La organización mundial del Comercio adopta las decisiones fundamentales con la totalidad de sus miembros, pero su ejecutoria la realiza a través de la secretaria que sirve de enlace para coordinar sus actividades con el fin de que las negociaciones progresen satisfactoriamente y de que las normas del comercio internacional se apliquen y se hagan cumplir correctamente.

Los Acuerdos de la OMC abarcan las mercancías, los servicios y la propiedad intelectual, además de establecer claros mecanismos para solución de diferencias y controversias derivadas de las relaciones comerciales de los estados miembros.

La OMC y sus acuerdos tienen imperativos normativos para obligar a los gobiernos a respetar y cumplir sus resoluciones, por lo que las prácticas

comerciales están en constantes escrutinio, de los cuales se realizan informes periódicos para vigilar el cumplimiento de los acuerdos.

OTROS ORGANISMOS DE INTEGRACIÓN

Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA).- Tiene como finalidad promover el desarrollo de los países ofreciendo un mayor acceso al mercado americano y estimular la inversión en sectores no tradicionales con la finalidad de diversificar la oferta exportable de los productos andinos.

ATPA es un programa de comercio unilateral diseñado para promover el desarrollo económico mediante la iniciativa del sector privado en los cuatro países andinos: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. Estos Estados están afectados por el problema de la droga y se ofrece alternativas al cultivo y procesamiento de la coca (es el componente comercial de la "Guerra contra las Drogas" del Presidente Bush). Mediante esta ley el gobierno de los Estados Unidos libera unilateralmente de impuestos a la importación a los productos provenientes de los países beneficiarios por un plazo de diez años a partir del 4 de diciembre de 1991 hasta el 4 de diciembre del 2001. Este programa entró en vigencia el de julio de 1992 en el Ecuador.

El Sistema Generalizado de Preferencias Europeo.- La Comunidad Europea ha abierto desde el año 1971 las preferencias arancelarias generalizadas para algunos productos agrícolas de los capítulos 1 a 24 del arancel aduanero común, originarios de los países en desarrollo. Entre ellos están: Ecuador, Perú, Colombia, Venezuela, Bolivia.

Ecuador en los últimos años no se ha involucrado en el proceso de negociación de accesos preferenciales a nuevos mercados. Esto limita nuevas inversiones extranjeras en el país; disminución de empleo; estancamiento tecnológico y conocimiento; la diversificación e innovación de productos; el incremento del volumen de producción y la consecución de relaciones perdurables con los compradores.

El Ecuador, con 13 millones de habitantes, tiene 4 acuerdos comerciales: 2 acuerdos de alcance parcial y 2 tratamientos preferenciales otorgados unilateralmente por EEUU y la Unión Europea respectivamente. Sin embargo con 84,74% de los compradores de los productos no petroleros no se tiene acuerdos comerciales. Estados Unidos, UE, Venezuela, Centroamérica, México y Canadá son países claves con los que no existen acciones oficiales claras para la firma de acuerdos comerciales (Asamblea Nacional, 2008).

El Ecuador se ha abstenido de adoptar medidas comerciales proteccionistas, salvo unas que se implementaron en el 2009 por motivos de la balanza de pagos; lo malo de Ecuador es la dependencia en sus ingresos petroleros y en las remesas de los emigrantes que hace que su economía quede más vulnerable ante los shocks externos.

También ha habido cambios producidos por desarrollos constitucionales y legislativos desde el año 2008 en varias áreas, incluidos los sectores estratégicos, esto creó cierta incertidumbre para los inversores nacionales y extranjeros que nos perjudicó demasiado, aunque ahora se han reconocido las recientes mejoras al régimen de inversión extranjera directa aunque se preocuparon de las medidas tomadas para terminar acuerdos bilaterales de protección de la inversión.

Las áreas sobre las cuales tiene competencia el COMEXI son:

1. Política Arancelaria

Arancel.- Desde el año 1995 el Ecuador viene aplicando en el marco del Mercado Común Andino, el Arancel Externo Común Andino conjuntamente con Venezuela, Colombia, Perú y Bolivia. La estructura del AEC tiene como base cuatro niveles arancelarios: 5%, 10%, 15% y 20%, en función del grado de elaboración de los productos, es decir que mientras mayor sea el valor agregado mayor será el recargo arancelario.

2. Negociaciones internacionales.

“Las exportaciones con destino a la ALADI aumentaron también

moderadamente (7,3%), destacándose por su fuerte incidencia el incremento de las colocaciones en Chile (90,9%), así como la contracción de las ventas a Venezuela (-43,5%). Por el contrario, las importaciones desde la región se contrajeron (-13,9%) como resultado, principalmente, de la caída de las compras a Panamá (-53,4%) y Venezuela (-53,4%). Las exportaciones extra regionales evidenciaron un comportamiento heterogéneo según destino. En este marco, destaca la incidencia del incremento de las ventas a los Estados Unidos (17,1%), Japón (128,7%) y China (99,6%), así como la contracción de las dirigidas a la Unión Europea (-9,6%)”.

3. Políticas para el desarrollo de los regímenes especiales.

Ecuador busca en China propuestas para su nueva agencia antimonopolio:

"Se trata de ver cuáles son las distintas fórmulas de articulación entre la gran y la pequeña empresa, las comunas y las cooperativas agrícolas, así como observar el proceso que ha seguido China para reducir la brecha tecnológica entre las distintas zonas del país".

4. Medidas para contrarrestar el comercio desleal.

Se realiza un Convenio entre el Gobierno de la República del Ecuador y el Gobierno de la Federación de Rusia de Cooperación y Ayuda Mutua en los Asuntos Aduaneros convencidos que acciones para prevenir las violaciones de la legislación aduanera y los esfuerzos para garantizar correctamente las recaudaciones de los aranceles aduaneros pueden devenir más eficientes gracias a la cooperación de los servicios aduaneros de sus Estados.

Manual de Procedimientos para Viajeros en Ecuador (Junio 2012): Este es un procedimiento que se aplica para controlar la cantidad de objetos que ingresan al país que, antes, era método para ingresar productos comerciables sin el pago respectivo de aranceles ni el control de inventarios aduaneros.

5. Definir las políticas económicas actuales para lograr una mayor

competitividad en la producción nacional.

6. Aprobar el plan de promoción de exportaciones.

Se expide Reglamento para Organizar Instituto de Promoción de Exportaciones PRO Ecuador: EXPÍDESE REGLAMENTO GENERAL PARA LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES EXTRANJERAS PRO ECUADOR.

7. Normas comerciales.- Resolución No 052 del COMEXI

Licencias de importación.- En el Ecuador se aplican para productos los agropecuarios como parte de los controles sanitarios y fitosanitarios.

8. Prohibición de importaciones.- Se mantienen la prohibición de importaciones solo para los productos supuestamente peligrosos para la salud de las personas, así como de aquellos que internacionalmente son considerados como tal.

9. Las nuevas restricciones arancelarias que se están aplicando en el Ecuador, es para la tecnología como los teléfonos celulares y algunos dispositivos de baja tecnología como audífonos, sin embargo las computadoras y tablets no tienen restricción de ingreso al país; también están aplicando restricciones a los licores, productos de uso industrial y vehículos. Para aplicar estas prohibiciones el Comité de Comercio Exterior (COMEX) emitió las resoluciones 63, 66 y 67.

Resolución 63 del COMEX Arancel Compuesto a Licores y Reforma Arancelaria.

Resolución 66: El COMEX regula importaciones de vehículos.

Resolución No. 67 del COMEX. Restricción cuantitativa anual para la importación de teléfonos celulares.

La disposición de limitar el ingreso se debe a la consideración de los celulares como artículos “altamente tóxicos” y dañinos para el ambiente, por lo que el objetivo es reducir el acelerado crecimiento por ser “una de las fuentes de desechos tecnológicos más relevantes que existe actualmente”; se aduce que el objetivo es la reducción de los problemas de salud que estos artículos producen.

2.2. Revisión Empírica

Dentro de lo que compete a este apartado se revisaran casos o experiencias que se hayan suscitado sobre el tema tratado el presente trabajo, o artículos afines. En conjunto de contextos lo más amplio posible. Generalmente suele ser a nivel nacional como a nivel internacional. Para lo cual se expondrá de manera resumida las siguientes experiencias en torno a la temática:

El presente apartado resume el Paper de Rendón A., y Morales A., titulado *Flujos Comerciales y competitividad en la industria del calzado*, publicado en la Revista Política y Cultura de Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, número 26, otoño del 2006.

Para a este estudio se utiliza la industria del calzado en México en el periodo de 1980-1996, en el cual se aplicó proteccionista a la apertura comercial en donde para dicho estudio se la analizará a través de la construcción de índices que nos ayudaran a interpretar los resultados que se reflejaron en la balanza de pagos en ese mismo periodo.

La forma en la cual se cuantifica la competitividad de una industria es a través de la medición de sus ventajas comparativas. Usualmente se lo hace empleando precios relativos. Pero dichos precios son difíciles de determinar sobre todo si son elaborados con diversos insumos locales. Comúnmente los precios de estos insumos no se fijan de acuerdo a un precio internacional, sino en términos locales lo dificulta su medición, ese el caso para la industria del calzado en México.

Pero gracias a la apoyo de las Naciones Unidas (ONU), a través de su

Organización para el Desarrollo Industrial se idearon Índices de Ventajas Comparativas Reveladas que facilitan el cálculo de la competitividad en una industria, al igual que la interpretación de los mismos.

El índice utiliza el saldo comercial del producto, clase o rama industrial, el que pondera con el producto del promedio de flujo de comercio exterior del sector manufacturero del país por el peso relativo del flujo comercial mundial del mismo producto, clase o rama industrial.

El resultado corresponde a la posición comercial de la industria del país para el bien definido, éste puede ser positivo o negativo, en el primer caso reflejará una ventaja comparativa, en el segundo una desventaja. Esto permite localizar los productos con capacidad para enfrentar satisfactoriamente la competencia externa.

Aplicado a la Industria del Calzado Mexicano se muestra que su valor será positivo o negativo de acuerdo con el saldo de la balanza comercial de la industria o de la clase analizada. Con un superávit, el índice será positivo y revelará una situación de ventaja comparativa. Con un déficit su valor será negativo e indicará un nivel de desventaja comparativa. Para medir la competitividad de las clases “calzado de piel-cuero” y “calzado de caucho-plástico”.

El presente apartado resume el Paper de Fernández R., y Castresana J., titulado *Internacionalización de la PYME fabricante de Calzado: Capacidades Directivas para el éxito exportador*, publicado por la Universidad de la Rioja, octubre del 2008.

El trabajo muestra las actuales características para la internacionalización del calzado, analiza lo que son las barreras del comercio y la homogeneidad de los escenarios, es decir: Industria, Nacional, Regional y Global. Para así evaluar cuál debería ser el correcto enfoque para lanzar dicho producto al mercado objetivo.

Una vez seleccionado el nivel de Industria en el cual se pretende trabajar (Industria Regional), se estableció una relación entre la exportación versus la

Inversión. En la cual para un periodo de estudio comprendido entre los años 1999 hasta el 1er semestre del 2004. La relación exportación/inversión directa fue por mucho ampliamente superior para la zona Euro que en comparación con el resto del mundo. Mientras al final del periodo de análisis el número de veces exportación/ inversión a nivel del mundo, en promedio, fue de 12 veces. Solo en lo que respecta para la zona Euro en el mismo periodo de análisis llego a superar por poco el promedio de 24 veces, es decir el doble del promedio mundial.

Apercibidos por esta situación los autores definen varias líneas de acción sobre las cuales se debe intervenir para poder lograr existo en sus planteamientos, es decir la idea de negocio, como lo son:

- Fragmentación de la Cadena de Valor
- Internalización de las Actividades
- Homogeneización de la Demanda
- Globalización creciente
- Disminución de las Barreras en:
 - Costes de Transporte
 - Costes de la Información

Una vez tenido en cuenta esto, nos es factible establecer los modelos adecuados para que el proyecto de desarrolle con total normalidad y de manera eficiente. En los distintos tipos de modelos que se pueden implementar están: El Modelo sobre Competitividad: De los Bajos costos de la Innovación; Modelo de Dirección: Del control al Conocimiento; Modelo de Crecimiento: De la pirámide a la Red; Modelo de Relaciones Familiares: De la Disciplina al Buen Clima y finalmente un Modelo de Supervivencia: El protocolo y la Sucesión.

Entonces antes de pasar al planteamiento del modelo a manera de regresión lineal, se deben analizar los factores internos de la empresa para que en base a ellos puedan determinarse la ventajas las cuales permitan, dado el planteamiento de estrategias, que el calzado producido la Comunidad Autónoma de la Rioja , España sea verdaderamente competitivo.

Por ello el análisis de los factores internos de la empresa sea hará evaluando diversos frentes:

Por el lado de los Recursos:

- El tamaño
- La Experiencia Empresarial: Tanto el grado de Expansión Nacional, el Grado de Experiencia Internacional.
- La Disponibilidad de Recursos
- También se evalúa el frente de las Capacidades en el consta:
- Financieras
- Humanas
- Comerciales
- Tecnológicas

En el caso del elemento de estudio es necesario también hablar de Aspectos Familiares, como:

- Internacionalización de la familia
- Relaciones familiares
- Recursos Familiares Disponibles
- Consenso
- Compromiso Familiar con la Empresa

Y por último, pero no menos importante hay que evaluar el frente, direccional, en los cuales destacan:

Objetivos Empresariales:

- Crecimiento
- Rentabilidad
- Estabilidad
- Cuota de Mercado
- Volumen de Ventas
- A nivel de las Percepciones:

- Orientación Internacional
- Ventajas Comparativas
- Obstáculos Percibidos

Y por último las Características propias del Negocio:

- Su Edad
- Nivel de Estudios
- Experiencia Profesional
- Conocimiento de Idiomas
- Número y Variedad de Viajes

Una vez analizado cada uno de los aspectos del posible modelo tomando 3 clústeres de variables que son: Percepciones del Equipo Directivo, Características del Equipo Directivo y la Experiencia Empresarial. Se busca que todas estas apunten a una sola característica distintiva: El Compromiso empresarial.

Por lo cual cada variable independiente se la denomina con un estadístico X, mientras que la variable dependiente, el ya antes mencionada compromiso empresarial. Con lo cual basados en el mismo listado, de los factores y variables antes descritos tenemos el siguiente modelo de regresión lineal para la competitividad en calzado, con sus respectivos coeficientes.

De esta manera obtenemos nuestra función de regresión muestral, para la variable a explicar entono a la competitividad regional del calzado de la Rioja.

La aplicación de la innovación en las empresas depende de varios factores estructurales, que van desde la propia concepción del individuo hasta la fortaleza de las organizaciones. Las técnicas multivariadas son herramientas que han sido útiles para la construcción de estos factores que permitan entender la dinámica de la construcción de la innovación en una empresa y en la sociedad.

(Sánchez Tovar et al., 2014) utiliza las herramientas multi-variantes para analizar las causas de la falta de capacidad innovadora en las distintas regiones de

México. Realiza un estudio a partir de 14 indicadores de capacidad innovadoras construidas con información de organismos de fuentes oficiales. Los autores utilizan un análisis de componentes principales (ACP) para determinar dos factores principales de resumen:

1. Recursos relacionados con la innovación
2. Estructura socioeconómica y productiva.

Posteriormente utilizan un análisis de conglomerado o clúster para identificar 5 grupos, de las 31 regiones, con características particulares en el ámbito de innovación. Se identifica que la región industrial con potencial innovador está conformada por Jalisco, Querétaro, y México DF. Las pequeñas regiones industriales lo conforma el Sector Petrolero, y la industria manufacturera del Estado de México y Puebla, sufren de falta de innovación. Además se concluye que los recursos no aportan al crecimiento en innovación debido al elevado grado de heterogeneidad entre las regiones.

(García-Ochoa-Mayor, Blázquez-de-la-Hera, & López-Sánchez, 2012) utilizan la técnica multivariada de clúster para determinar la capacidad de innovación tecnológica en Iberoamérica. La heterogeneidad entre Latinoamérica y España, tanto en lo referente a política tecnológica gubernamental y empresarial como en lo relativo a infraestructuras tecnológicas y capital humano ha creado varias barreras para el desarrollo de nuevos productos con mayor valor agregado.

Se utilizan los indicadores de innovación tecnológica publicados en el Global Competitiveness Report 2002-2003 y 2009-2010 donde a través del análisis clúster se definen los siguientes grupos: clúster 1 (España), clúster 2 (Brasil, Chile y Costa Rica), clúster 3 (Uruguay, Colombia, Perú, Guatemala) clúster 4 (Venezuela, Ecuador y Bolivia). Los principales resultados muestran que el progreso de los países situados en el clúster 2 está disminuyendo la brecha en tecnología. El clúster 1 define se encuentran los países con mayor poder tecnológico, en este caso, España. Los países del clúster 4 deben reestructurar la inversión tecnológica y pública para hacer cambios en la innovación de las PYMES.

Finalmente, los autores concluyen que una parte de los países de Latinoamérica ha evolucionado a una porción donde 20%, domina el paisaje tecnológico, frente al 80% restante de los países que estarían más retrasados.

(Purón-Cid, 2013) analizan las dimensiones del conocimiento que están involucradas en la aplicación del gobierno electrónico en México. Existen barreras que hacen poco comprensiva las dimensiones del conocimiento cuando se implementan sistemas de información en las actividades gubernamentales. Los autores utilizan un cuestionario especializado que se aplicó a los beneficiados del proyecto de “Presupuesto Basado en Resultados – Sistema de Evaluación del Desempeño” (PBR_SED) en México. Esta encuesta se realizó a un total de 1482 trabajadores públicos de varios ministerios y agencias gubernamentales con el fin de utilizar el método Análisis Factorial Confirmatorio (AFC), para este caso, análisis factorial debe exponer el número esperado de factores y cómo cada variable influye en un factor del conocimiento. Las dimensiones de Fiabilidad y Consistencia, Conocimiento Profesional, Tecnología de la Información, Conocimiento de Presupuestos, Experiencia Previa y Conocimiento Formal son las dimensiones más significativas.

Todas las estructuras que conforman la e-gobierno deberán comprender los componentes disciplinarios para alcanzar un éxito. Por tanto, se necesita reformar materiales de capacitación, manuales de consultas, y otros mecanismos de intercambio de información en los entes gubernamentales.

CAPITULO III: PROCESO METODOLÓGICO

Para realizar un análisis de competitividad del sector del calzado el presente estudio utiliza un conjunto de indicadores promovidos por Recalde & Barraud y Vilema, que son la participación en los mercados internacionales, ventaja comparativa revelada, tasa de penetración de las importaciones, y exposición a la competencia internacional. Para este caso de estudio y analizar la competitividad se selecciona los países de China y Brasil como referenciales en la región (Rendón Trejo & Morales Alquicira, 2006) (Álvarez et al., 2007).

3.1. Participación en los Mercados Internacionales

Este indicador mide el desempeño de un país frente a sus competidores es decir el porcentaje que tiene en los mercados internacionales. La participación de los países en los mercados internacionales refleja las exportaciones de calzado realizadas por Ecuador, Brasil y Perú. Este indicador es medido por miles de dólares FOB, mientras mayor sean las exportaciones mayor será la participación en los mercados internacionales por el país de estudio. Este indicador no es válido si existen restricciones del comercio por lo tanto será necesario utilizar indicadores complementarios.

3.2. Ventaja Comparativa Revelada

Este índice trata de evaluar las ventajas comparativas sobre la especialización de comercio de un país determinado. Uno de los supuestos de este indicador es que el comercio refleja las diferencias entre los países, tanto en los costos relativos como de los factores productivos. El coeficiente ventaja comparativa revelado (VCR), analiza el desempeño de un país en las exportaciones de un producto dado, en comparación con sus exportaciones totales y en relación a las mismas variables a nivel mundial. Si este coeficiente se aproxima a cero quiere mencionar que el país tiene menor competitividad, si el

coeficiente esta entre 1 y 2 tendrá una competitividad media y si es mayor a 2 la competitividad será mayor.

La fórmula propuesta por Bela Balassa (Obschatko, 1993) es $VCR_{i,c} = (X_{i,c} / X_{i,t}) / (X_{w,c} / X_{w,t})$.

Donde

$X_{i,c}$ = exportaciones del país de calzado

$X_{i,t}$ = exportaciones totales del país.

$X_{w,c}$ = exportaciones mundiales de calzado

$X_{w,t}$ = exportaciones mundiales totales.

3.3. Tasa de Penetración de las Importaciones

Mide la competitividad en un mercado interior determinado. Señala la magnitud de la competencia internacional en la demanda interna. Es la relación entre el valor de las importaciones y el consumo. Se define como el cociente entre las importaciones de calzado y el consumo interno calculado como la suma de la producción más las importaciones menos las exportaciones y los desperdicios en el caso de haber.

$$TPI = (M/C) * 100$$

M= Importaciones

C= Consumo

3.4. Exposición a la Competencia Internacional

Es un indicador que supone que las exportaciones enfrentan la competencia internacional en los mercados mundiales y que la producción destinada al consumo interno está sujeta a la competencia de las importaciones (medida por la tasa de penetración de las importaciones). En consecuencia, este

indicador muestra el porcentaje de la producción nacional expuesta a la competencia externa. (Agenor, 1997) (Recalde & Barraud).

$$ECI = X/P + (1 - X/P) * TPI$$

Donde,

X/P = Porcentaje de las exportaciones sobre la producción

TPI= Tasa de Penetración de las Importaciones

CAPITULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Análisis Sectorial del Calzado

La industria del Cuero y el Calzado en Ecuador ha tenido un crecimiento significativo debido al apoyo del gobierno a este sector con las restricciones arancelarias al calzado extranjero. Según la clasificación Internacional Industrial Uniforme del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) entre las principales actividades económicas están: Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano, artículos de talabartería, guarnicionería y calzado. Se rigen bajo el código D19. El análisis de estudio parte de la codificación D192 la cual corresponde a la fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares y artículos de talabartería y guarnicionería. La tabla 1 muestra la codificación del sector del calzado.

Tabla 1 CIU Categorización del Calzado

| Código | | CLASIFICACIÓN AMPLIADA DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS |
|--------|---------|--|
| D | 191 | CURTIDO Y ADOBO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE MALETAS, BOLSOS DE MANO, ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA, GUARNICIONERÍA Y CALZADO. |
| D | 191 | CURTIDO Y ADOBO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE MALETAS, BOLSOS DE MANO, ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA. |
| D | 1911 | CURTIDO Y ADOBO DE CUEROS. |
| D | 1911.0 | CURTIDO Y ADOBO DE CUEROS. |
| D | 1911.00 | Fabricación de cueros charolados y metalizados. |
| D | 1911.01 | Fabricación de cueros apergaminados y gamuzados. |
| D | 1911.02 | Fabricación de cueros regenerados: planchas, hojas o tiras, que contengan cuero o fibras de cuero. |

| | | |
|---|---------------|---|
| D | 1911.03 | Producción de cueros curtidos o adobados vegetal, mineral o químicamente (rusos, tafiote). |
| D | 1912 | FABRICACIÓN DE MALETAS, BOLSOS DE MANO Y ARTÍCULOS SIMILARES Y ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA Y GUARNICIONERÍA. |
| D | 1912.0 | FABRICACIÓN DE MALETAS, BOLSOS DE MANO Y ARTÍCULOS SIMILARES Y ARTÍCULOS DE TALABARTERÍA, GUARNICIONERÍA Y OTROS DE CUERO. |
| D | 1912.00 | Fabricación de maletas, bolsos de mano, billeteras y artículos similares de cuero. |
| D | 1912.01 | Fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares de plástico, materias textiles, etc. |
| D | 1912.02 | Fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería: sillas de montar, arcos, cinturones, correas para relojes, etc. |
| D | 1912.09 | Fabricación de otros artículos de cuero natural o regenerado: contenedores de cuero, plástico u otros materiales, artículos usados con fines técnicos, etc. |
| D | 192 | FABRICACIÓN DE CALZADO. |
| D | 1920 | FABRICACIÓN DE CALZADO. |
| D | 1920.0 | FABRICACIÓN DE CALZADO MEDIANTE CUALQUIER PROCESO Y MATERIAL. |
| D | 1920.00 | Fabricación de calzado de cuero (excepto el ortopédico y de asbesto u otro material textil sin suela aplicada). |
| D | 1920.01 | Fabricación de calzado de caucho y plástico (excepto el ortopédico y de asbesto u otro material textil sin suela aplicada). |
| D | 1920.02 | Fabricación de calzado de usos especiales: botines, botas, etc. (excepto el ortopédico y de asbesto u otro material textil sin suela aplicada). |
| D | 1920.03 | Fabricación de partes de calzado: palas, partes de palas, suelas, plantillas, etc. de |

| | | |
|---|---------|---|
| | | cualquier material. |
| D | 1920.09 | Fabricación de otros tipos de calzado (excepto el ortopédico y de asbesto u otro material textil sin suela aplicada). |

Nota. Manual de Categorización de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme. Tomado de: Documentos Técnicos del INEC. Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

La mayor producción de calzado según la Asociación de Curtidores del Ecuador (ANCE) se encuentran en las provincias de la Sierra exactamente en Tungurahua ya que tiene un número de talleres artesanales de 1765, representando el 75,6% del total, ubicados en Ambato, Baños, Cevallos y Quisapincha. Seguidos por las Provincias de Imbabura con 309 talleres, Azuay con 100 talleres y Cotopaxi tiene 91 talleres.

En las restantes provincias es marginal. Se cuentan 69 talleres artesanales, es decir una participación porcentual del 3%.

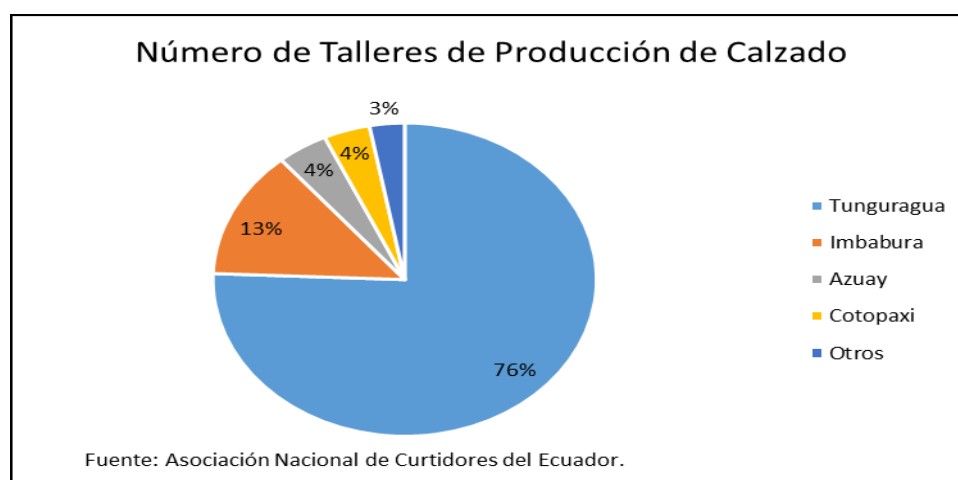


Figura 1 Talleres Producción Calzado - 2013

Fuente: ANCE (2013)

Para realizar un análisis de insumo producto se usó la tabla de oferta - utilización de las cuentas nacionales del Banco Central del Ecuador del año 2013 con precios.

En el 2013 la oferta total a precios de comprador de productos de cuero y

calzado fue de \$686,72 miles, a cambio a precios básicos fue de \$465,994 miles, el margen comercial fue \$151,563 miles de dólares aproximadamente el 22,08% de la oferta total (pc), los impuestos como son el impuesto al valor agregado (IVA) y los derechos arancelarios fueron aproximadamente el 10,04% de la oferta total (pc) con un valor de \$68,915 miles de dólares.

Recalcando que para la producción de productos de cuero y calzado no tiene algún tipo de subsidio. La producción de productos de cuero y calzado en el año 2013 fue de \$346,324 miles, del cual como consumo intermedio fue del 60,58% de la producción total con un valor de \$209,788 miles, dando un Valor Agregado Bruto de \$136,536 miles.

Tabla 2 Producción de Calzado 2013

| Cuero, productos de cuero y calzado (año 2013) Miles de USD | |
|--|----------------|
| Fabricación de cuero, productos de cuero y calzado | 346.324 |
| TOTAL PRODUCCIÓN PRODUCTO (pb) | 378.883 |
| Oferta total (pb) | 465.994 |
| Impuestos indirectos sobre productos | 0 |
| Subsidios sobre productos | 0 |
| Derechos arancelarios | 22.590 |
| Impuesto al valor agregado (IVA) | 46.325 |
| Márgenes comerciales | 151.563 |
| Oferta total (pc) | 686.472 |

Fuente: BCE, 2013 Tomado de Boletín anual emitido por el Banco Central del Ecuador (<http://www.bce.fin.ec>)

En las cifras del Banco Central se puede decir que de las industrias manufactureras representan el 14,3% del PIB total del año 2013. De este sector, los textiles, prendas de vestir e industrias de cuero representa el 1,9% de las industrias manufactureras, ocupando el segundo lugar después de los elaborados de Carnes y pescados.

Según información de ASOFACAL (Asociación de Fabricantes de Calzado de Ecuador) se estima que la media anual de consumo nacional es aproximadamente 2.7 pares de zapatos por habitante, consecuentemente existiría una demanda de 43'800.000 pares de zapatos por año, que se conforma de la siguiente manera:

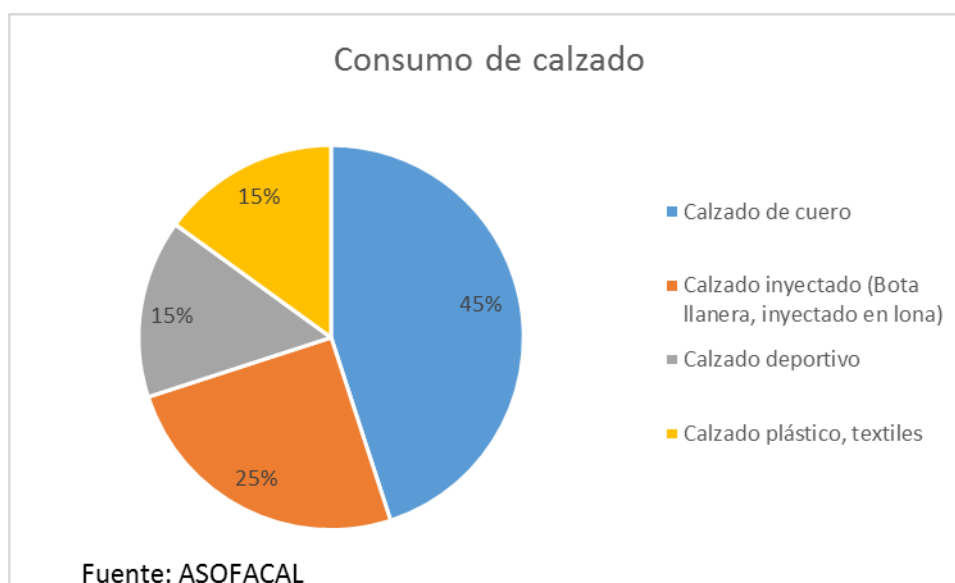


Figura 2 Producción Calzado - 2013

Fuente: ASOFACAL, 2013

Durante el año 2014, la producción nacional de calzado fue de 32 millones de pares aproximadamente, la demanda nacional de calzado no es satisfecha por la producción nacional estimando que alrededor de 10 millones de calzados se cubre con importación.

Según el BCE, en 2007 el sector confeccionista de prendas de vestir de cuero empleó a 1.316 personas, de las cuales 44,9% eran asalariados no

declarados, otro 22% eran cuentapropistas y otro 16,3% ayudantes familiares. Solo 11% de la mano de obra de esta sub-rama de la manufactura era de asalariados declarados. Esta estructura laboral indica que las confecciones de prendas de vestir de cuero se realizan en un ambiente predominantemente artesanal.

El Género en mercado laboral se puede decir que el 71% son hombres ya que tiene aproximadamente 935 puesto de trabajos, El género femenino representa el 29%, aproximadamente unas 381 plazas de trabajo.

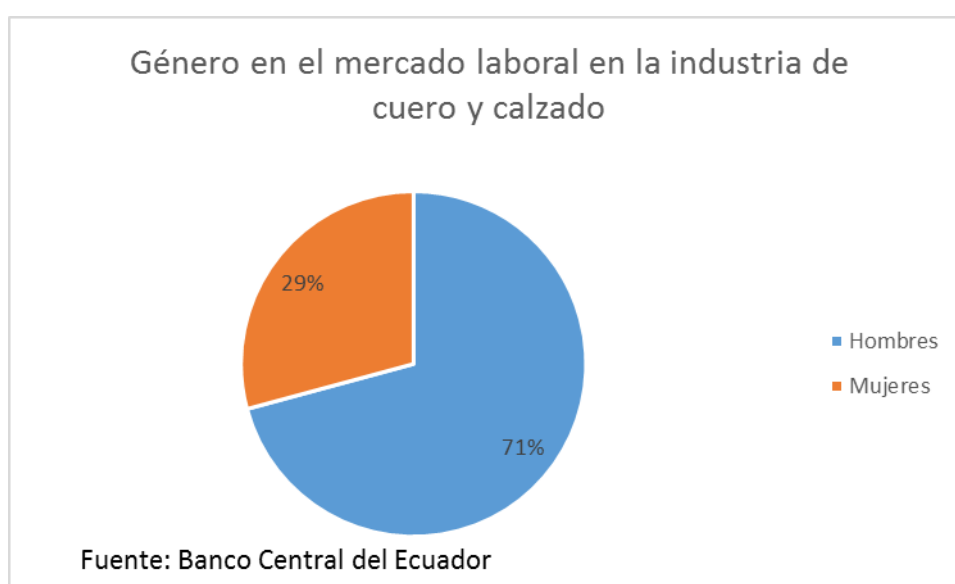


Figura 3 Empleo en el Sector

Fuente: BCE, 2007. Boletín mensual del Banco Central del Ecuador. (<http://www.bce.fin.ec/>).

En 2007 esta sub-rama de actividad pagó remuneraciones por un total de \$1,37 millones, de los cuales 58,5%, es decir \$ 800,8 millones, correspondieron a salarios de asalariados no declarados. Esta porción más voluminosa de salarios se repartió en un número de asalariados no declarados mucho mayor que el de asalariados declarados. Esta diferencia hizo que mientras el salario promedio mensual de un asalariado declarado fuera de \$ 268,9, el de un asalariado no declarado fue de \$113,1.

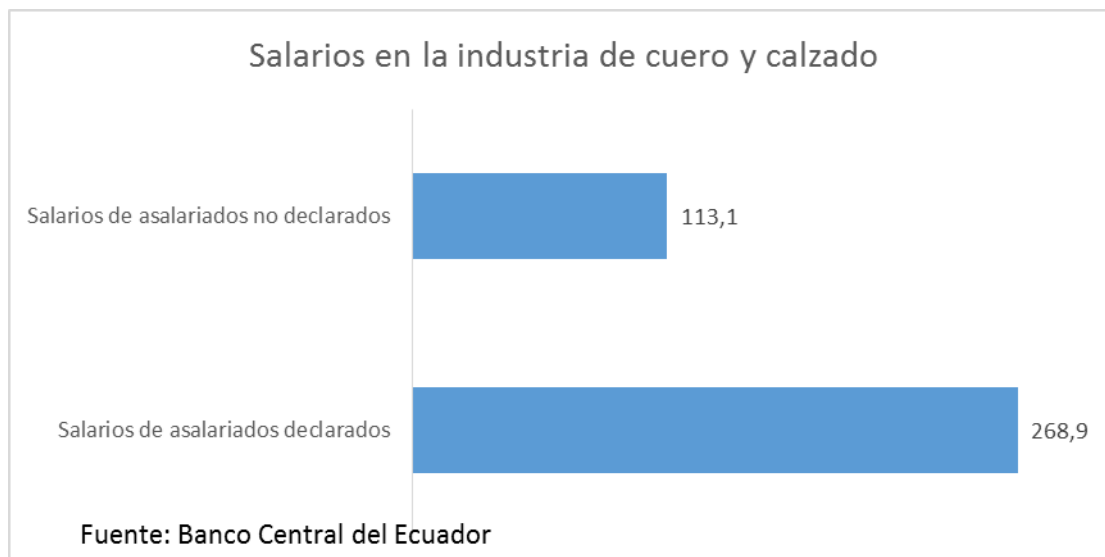


Figura 4 Salario en el Sector

Fuente: BCE (2013). Tomado Boletín del Banco Central del Ecuador (<http://www.bce.fin.ec/>)

El capítulo 64 del Arancel corresponde al Calzado, polainas y artículos análogos; y las partes de estos artículos.

El subsector del Calzado es el principal subsector en las exportaciones del sector Cuero y Elaborados, en los cinco años, 2005 al 2009, éste subsector registra en valores FOB un total de 146 millones de US dólares exportados que representan el 81% del total exportado del Sector Cuero y Elaborados (179 millones de US dólares).

En los datos del Banco Central se puede observar que la mayor exportación fue en el año 2011 con 11.328,95 toneladas con un valor FOB-Dólar de \$42.894,69 representado un 17% de total desde el 2008 hasta el 2014, la variación de un año en promedio es del 0,5%.

El calzado que más se exporta son los que cubren el tobillo pero no la rodilla con una partida arancelaria 6401920000, este tipo de producto representa el 23,16% de las exportaciones.

Ecuador exporta anualmente calzado a más de 7 países en el mundo. Se

presenta una alta concentración en valores exportados ya que el 99% se destina a países de América Latina y el Caribe y sólo el 1% hacia los Estados Unidos y otros territorios.

Los países que más exporta Ecuador el producto de calzado es Colombia, en el año 2014 por un valor anual FOB de \$14 125,41 que representa el 68% de las exportaciones de calzado. Es seguido por Perú que equivale el 19% aproximadamente.

La mayor importación entre el 2008 y el 2014 fue en el año del 2008 con un calor del 34,02% con 23 516,34 toneladas, sin embargo en términos de FOB-Dólar el que tiene un mayor peso porcentual fue el año del 2014 con \$168 683,94 con un 18,44% del total.

El tipo de calzado que más importa el Ecuador son los calzados deportivos, ya que estos representan más del 50% de las importaciones de calzado. Específicamente los calzados de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares equivales el 14% de las importaciones de Ecuador con lo que respecta a calzado.

De los países que más importa el Ecuador el producto del calzado es Panamá ya que representa un 35.3% de las importaciones con un valor FOB de \$40 656 393, este es seguido por Colombia con un 13% de las importaciones de calzado.

Al realizar un análisis entre las exportaciones e importaciones en términos de toneladas podemos demostrar que no han tenido mucha diferencia, ya que entre estas son de un 2%, aunque en el año 2008 las importaciones superaban a las exportaciones con un 40% sin embargo en el año 2009, 2010, 2011 ocurrió lo contrario ya que las exportaciones fueron más que las importaciones aproximadamente del 15%.

Sin embargo si se compara las importaciones vs las exportaciones en relación al FOB-Dólar se puede ver que las importaciones superan notoriamente a

las exportaciones con un 55%, una de las razones por la cual sucede es la diferencia de precios de un calzado nacional con uno que se importe del exterior. El zapato ecuatoriano tiene un precio promedio de \$18.00.

Al analizar los principales exportadores del mundo, podemos observar que China es el principal exportador de calzado ya que en el año 2013 fueron de \$46 811 268 representando el 40,5% de las exportaciones mundiales de calzado, el segundo País exportador es Vietnam seguido por Italia con un 9% de las exportaciones mundiales del calzado.

Ecuador ocupa el lugar número 72, llevando un valor del 0,03% de las exportaciones mundiales, sus exportaciones fueron de \$33 085 valores FOB, las importaciones de calzado de Ecuador fueron \$ 173.641 valores FOB Ocupando el puesto 63 de los mayores importadores mundiales de calzado. Dando un saldo comercial negativo de \$140.556 valores FOB. En lo que son las importaciones el principal país es Estados Unidos llevando un 52% de las importaciones de calzado con un valor FOB de \$ 25 788 990 en el 2013, seguido por Alemania con 20% y Francia el 14%.

En el informe del Banco Central del Ecuador, podemos ver la relación Manufactureros/Destino final, que son grandes demandantes de insumos intermedios, son industrias que compran cantidades importantes de insumos y venden su producción a la demanda final. En los productos de cuero y calzado hacia atrás es 0,4741 esto mide la capacidad del sector de arrastrar directamente a otros sectores ligados a él, por su demanda de bienes de consumo intermedio y estimular a su vez la actividad del sector, hacia adelante es un valor de 0,2334 que mide la capacidad de un sector, en una primera ronda de ventas, de estimular a otros sectores.

4.2. Análisis de Indicadores de Competitividad en Comercio Exterior del Sector del Calzado en el Ecuador

Para la construcción de los indicadores de competitividad se utiliza datos

de Trade Map, China tiene mayor volumen de exportaciones de calzado y tiene una mayor valoración de \$ 1 964 123 miles de dólares en el año 2013. Las exportaciones de Brasil de este producto son irrelevantes comparadas a China o incluso algo de Ecuador.

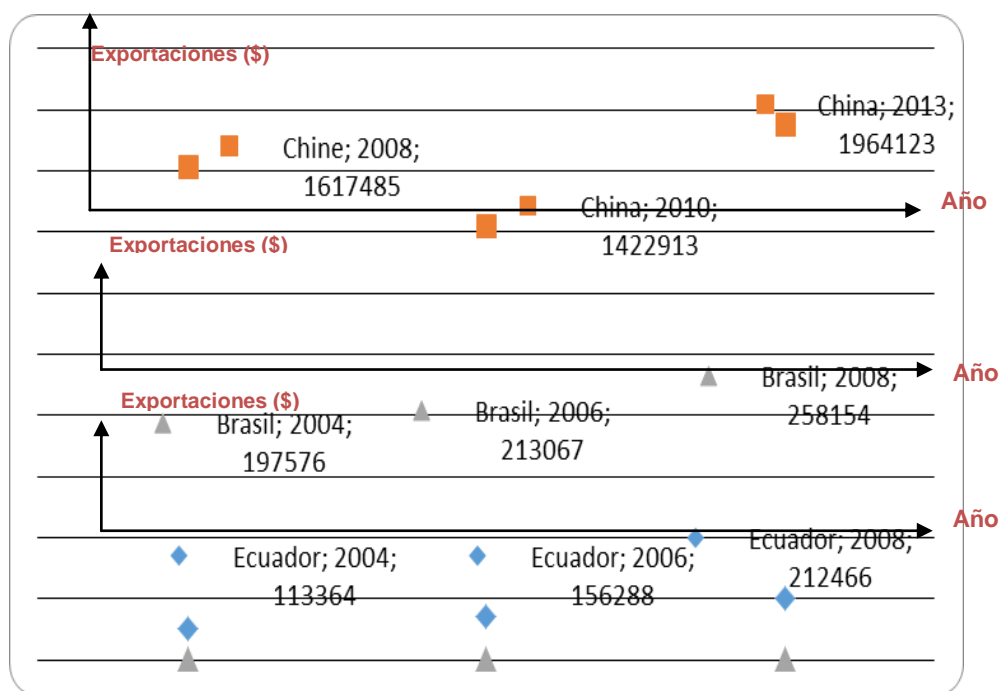


Figura 5: Exportaciones de Calzado- 2013

Fuente: Trade Map

(<http://www.trademap.org/Index.aspx>).

Se escogieron cuatro indicadores de comercio exterior para determinar la competitividad de Ecuador, China y Brasil, a ser medidos en los años 2008, 2010 y 2013 para cada país. La participación en los mercados internacionales es la importancia relativa de cada país en cuanto a sus niveles de exportación a nivel mundial de calzado y así medir la participación de mercado y por ende su nivel de competitividad. Según datos de Trade Map, la mayor participación de mercado la tiene China dado que sus exportaciones de calzado son superiores a las de Brasil y Ecuador.

| MERCADO – PAÍS | AÑO | EXPORTACIONES EN MILES DE USD |
|----------------|------|-------------------------------|
| CHINA | 2008 | 173.166 |
| CHINA | 2010 | 214.170 |
| CHINA | 2013 | 323.319 |
| BRASIL | 2008 | 156.343 |
| BRASIL | 2010 | 155.200 |
| BRASIL | 2013 | 144.933 |
| ECUADOR | 2008 | 34.067 |
| ECUADOR | 2010 | 16.081 |
| ECUADOR | 2013 | 24.549 |

Tabla 3 Participación de los Mercados (Miles de USD)

Fuente: Trade Map (<http://www.trademap.org/Index.aspx>).

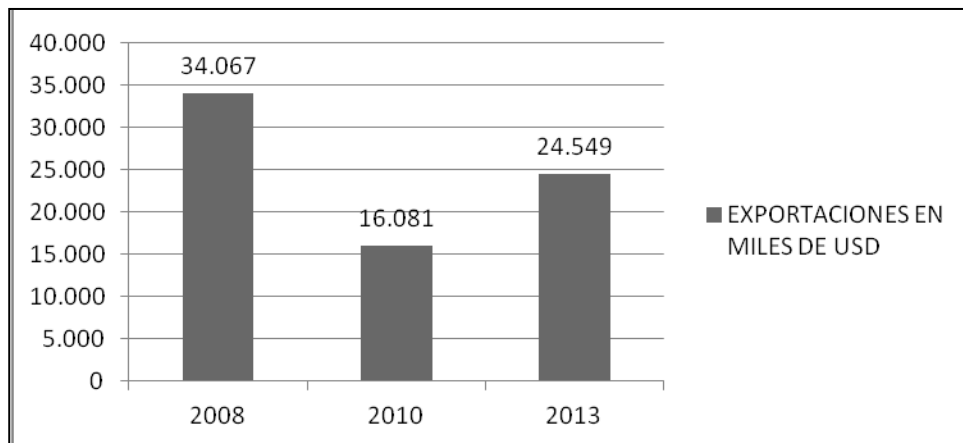


Figura 6: Participación de los Mercados (Miles de USD)- 2013

Fuente: Trade Map

(<http://www.trademap.org/Index.aspx>).

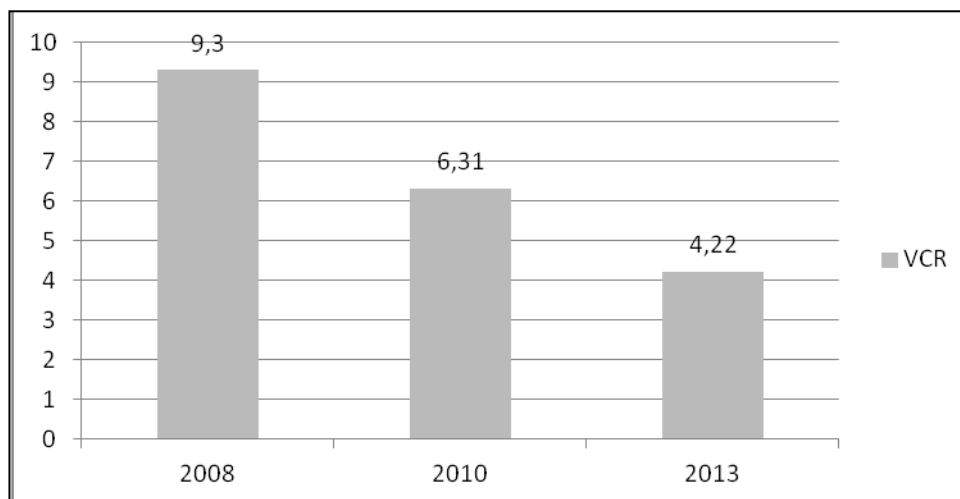
| MERCADO - PAÍS | AÑO | EXPORTACIONES |
|----------------|------|---------------|
| CHINA | 2008 | 66.87 |
| CHINA | 2010 | 96.67 |
| CHINA | 2013 | 63.73 |
| BRASIL | 2008 | 9.91 |
| BRASIL | 2010 | 11.08 |
| BRASIL | 2013 | 12.62 |

| | | |
|---------|------|------|
| ECUADOR | 2008 | 9.3 |
| ECUADOR | 2010 | 6.31 |
| ECUADOR | 2013 | 4.22 |

Tabla 4 Ventaja Comparativa Revelada

Fuente: Trade Map. (<http://www.trademap.org/Index.aspx>)

Figura 7 Ventaja Comparativa Revelada



Fuente: Trade Map (<http://www.trademap.org/Index.aspx>)

La tabla y gráfico anterior, muestra que en los años de estudio China es el país que tiene mayor ventaja competitiva frente a los demás países. De la misma manera, Brasil ha aumentado su ventaja competitiva a lo largo del tiempo, Ecuador si bien ha aumentado su competitividad pero no es suficiente para compararse con los países estudiados.

En la tabla siguiente se muestra el indicador de tasa de penetración de importaciones, donde se analiza la relación entre las importaciones de calzado versus el consumo de calzado en cada país. Se observa que China tiene una nula tasa lo que muestra el mayor nivel de competitividad, de la misma manera, Brasil cuenta con una tasa de 9,16 donde muestra importaciones bajas de calzado frente a la producción local, esto denota una buena competitividad en el sector. Por otro lado, en Ecuador la tasa es mayor denotando una baja competitividad en el sector del calzado.

| Tasa de Penetración de las Importaciones | | |
|--|------|-----------|
| PAÍS | AÑO | INDICADOR |
| CHINA | 2008 | 0 |
| CHINA | 2010 | 0 |
| CHINA | 2013 | 0 |
| BRASIL | 2008 | 2.89 |
| BRASIL | 2010 | 5.37 |
| BRASIL | 2013 | 9.16 |
| ECUADOR | 2008 | 30.4 |
| ECUADOR | 2010 | 32.03 |
| ECUADOR | 2013 | 40.65 |

Tabla 5 Tasa de Penetración de Importaciones

Fuente: Trade Map

(<http://www.trademap.org/Index.aspx>)

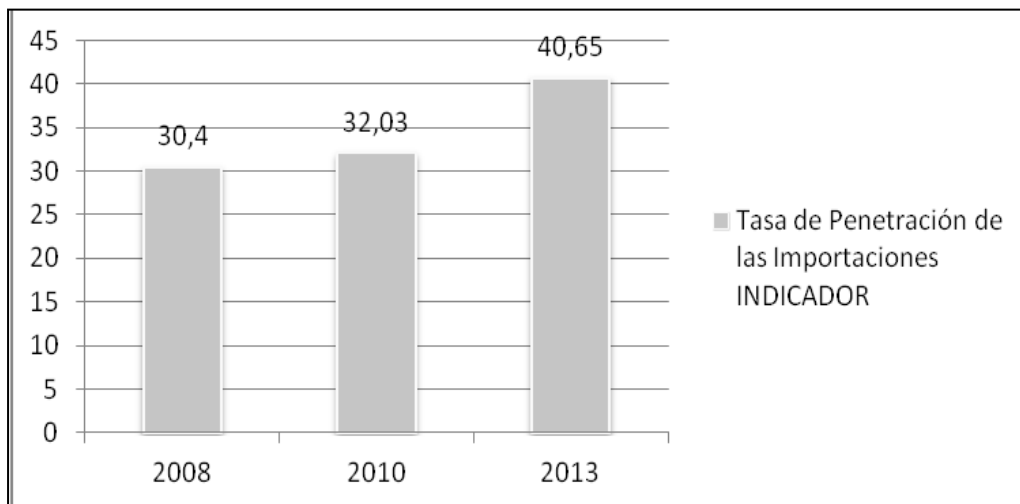


Figura 8 Tasa de Penetración de Importaciones

Fuente: Trade Map (<http://www.trademap.org/Index.aspx>)

En la tabla y gráfico siguientes se muestra la tasa de exposición de la competencia internacional, este indicador al ser mayor muestra el nivel de exposición que tiene un sector en el comercio mundial, denotando una débil competitividad. Los resultados muestran que Brasil tiene mayor tasa de exposición seguido de Ecuador, esto muestra que la estructura de producción local de calzado no es superior al consumo local de calzado importado lo que hace que

su competitividad disminuya en el tiempo.

| Exposición a la Competencia Internacional | | |
|---|------|-----------|
| PAÍS | AÑO | INDICADOR |
| CHINA | 2008 | 1.09 |
| CHINA | 2010 | 1.04 |
| CHINA | 2013 | 1.4 |
| BRASIL | 2008 | 29.65 |
| BRASIL | 2010 | 51.93 |
| BRASIL | 2013 | 52.79 |
| ECUADOR | 2008 | 1.22 |
| ECUADOR | 2010 | 2.22 |
| ECUADOR | 2013 | 1.67 |

Tabla 6 Tasa de Exposición a la Competencia Internacional

Fuente: Trade Map (<http://www.trademap.org/Index.aspx>)

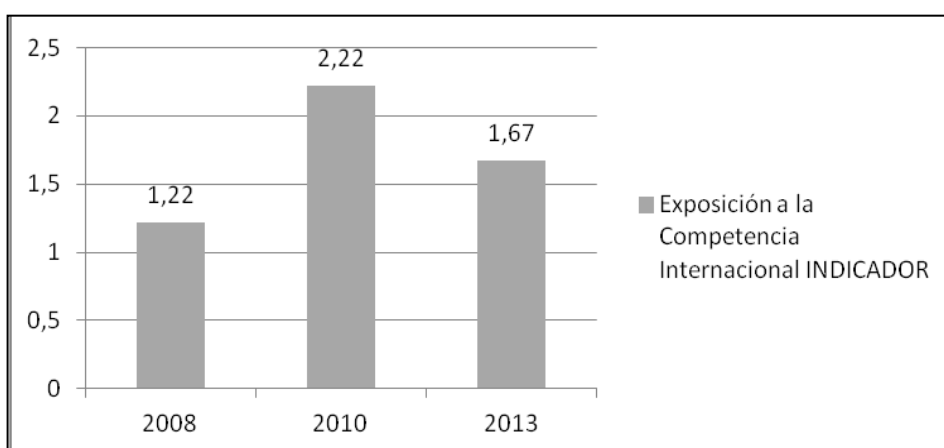


Figura 9 Tasa de Exposición a la Competencia Internacional

Fuente: Trade Map (<http://www.trademap.org/Index.aspx>).

Finalmente, se puede determinar que la competitividad del calzado en los países de estudio ha aumentado en ciertos contextos mientras que en otros no. China mantiene un importante liderazgo en el sector y denotando una mayor competitividad frente a Brasil y Ecuador.

4.3. Análisis de entrevistas a actores

Para obtener un análisis personalizado, se indagó en base a cuatro entrevistas realizadas a dos productores de calzado y a dos representantes de asociaciones de calzado con el fin de conocer sus opiniones y visiones que tienen sobre la competitividad en el sector ayudando al fortalecimiento del mismo.

1. ¿Bajo su perspectiva, cómo considera usted que la competitividad del sector se vio afectada con el ingreso de calzados procedentes de otros países?

En respuesta a la pregunta, tanto los productores como los representantes de las distintas asociaciones que existen sobre el calzado. A decir verdad, todos coinciden en que con la entrada de calzados fabricados en otros países nuestras empresas productoras de calzado nacional perdieron competitividad significativamente a lo largo de los meses a tal punto que empezaron a cerrar sus puertas y como consecuencia de eso, muchos trabajadores se quedaron sin empleo. Este hecho produjo una gran crisis al sector, puesto que no había forma de competir con un calzado que ingresaba al Ecuador con un valor menor donde el costo de producción del calzado nacional era notablemente superior y donde por obvias razones las personas preferían comprar zapatos importados a bajos costos.

2. ¿El gobierno en su afán de cumplir con su deber de generar plazas de trabajo en el país y tomando en cuenta su experiencia en este sector, cuál denominaría usted que fue la reforma que se aplicó en términos gubernamentales con el objetivo de mejorar la competitividad en el sector del calzado nacional?

Los principales de las asociaciones de calzado entrevistados explican que las medidas gubernamentales aplicadas consistieron en cobrar un arancel mixto cuyo porcentaje se cargaba sobre el valor total de la mercadería, y con esta medida se esperaba tener éxito en el ideal de reactivar la industria nacional del calzado. Entre otras reformas también se establecieron otros tipos de aranceles,

como por ejemplo: un arancel ad-valorem correspondiente al 10%, y un arancel del 6% por cada par de zapatos que ingresara al Ecuador. Todo esto dejó confundidos a los productores, ellos denunciaban que no conocían con exactitud el concepto de arancel mixto. Sin embargo, aceptaban que el gobierno los estaba apoyando con la aplicación de estas medidas.

3. ¿Viendo las condiciones y medios que tienen los productores, considera usted que la demanda del mercado puede ser cubierta por la producción nacional en su totalidad?

Todos los entrevistados coinciden que en la actualidad se está ejecutando la mayor inversión registrada en este sector, influenciada básicamente por la mejora en los medios de producción con la compra de nuevas maquinarias y en reclutamiento de más personal capacitado para poder producir y abastecer a la demanda nacional. Sin embargo, los productores recalcan que es necesario la obtención de créditos que coadyuven al financiamiento de dichas maquinarias y capacitaciones a los trabajadores, para de esta forma perfeccionar la producción pudiendo cubrir la demanda del mercado.

4. ¿Cómo califica usted la asistencia técnica recibida a los MYPIMES por parte del gobierno para optimizar la competitividad en la producción de calzado?

Los gremios del calzado manifiestan que se está trabajando en proyectos vinculados con entidades del sector público para implementar nuevas técnicas y procesos en la fabricación del calzado, con el propósito de bajar los costos en el proceso productivo. Es decir, se está buscando la aplicación de economías de escala en el sector. En tanto, los productores expresan una realidad totalmente opuesta, ellos enfatizan que han recibido muy poca capacitación por parte de los gremios y entidades públicas concernientes a la implementación e innovación de técnicas de elaboración en la industria del calzado.

5. ¿A fin de lograr captar esa anhelada competitividad a nivel internacional, Qué supone usted que le hace falta al sector del calzado ecuatoriano?

Los gremios proponen aumentar la capacitación a los productores, pues ellos consideran que es la única forma que tienen para formalizar sus empresas poniendo las cosas en su orden y generando productos con un alto valor agregado volcándose a los mercados internacionales con una mayor competitividad, pero para lograrlo, primero se debe inculcar a la población a que consuma productos nacionales- locales de primera calidad que sí lo hay y sin olvidar el apoyo del gobierno a los productores en su financiamiento y capacitación para una mejor promoción del producto a nivel nacional e internacional.

4.4. Análisis FODA de las entrevistas

FORTALEZAS

- Ofrecer precios que representan el valor que las personas le dan al producto/servicio en el mercado
- Innovación en la manufactura de estos productos con el sello propio de cada individuo.
- Optimizar el tiempo de nuestros consumidores al momento de realizar mejores diseños

OPORTUNIDADES

- Extenderse en ciertos países, aprovechando el incremento de las exportaciones en mercados potenciales.
- Falta de competencia directa.
- Diversidades culturales por las cuales cada individuo tratara de buscar algún objeto que tenga su identidad y otros rasgos personales.

DEBILIDADES

- Nuevos en el mercado, por lo que nuestra experiencia en el mercado es casi nula.

- Falta de confianza en la creatividad de los productores.

AMENAZAS

- Al entrar en este nuevo mercado y desarrollarlo podríamos más adelante enfrentar una dura competencia con productos más baratos

CONCLUSIONES

El objetivo de este trabajo es realizar un análisis de competitividad del sector del calzado entre Ecuador, China y Brasil tomando en cuenta un conjunto de indicadores de competitividad en el comercio exterior.

En las cifras del Banco Central se puede decir que de las industrias manufactureras ecuatorianas representan el 14,3% del PIB total del año 2013. De este sector, los textiles, prendas de vestir e industrias de cuero representa el 1,9% de las industrias manufactureras, ocupando el segundo lugar después de los elaborados de Carnes y pescados. Además, el 71% de la mano de obra que se ocupa en la producción del calzado en el Ecuador, es mano de obra masculina, ya que tiene aproximadamente 935 puestos de trabajos mientras que las mujeres representan el 29%, aproximadamente unas 381 plazas de trabajo.

De los países a los que más exporta Ecuador el producto de calzado es Colombia, en el año 2014, por un valor anual FOB de \$14.125,41 que representa el 68% de las exportaciones de calzado. Es seguido por Perú que equivale el 19% aproximadamente. La mayor importación entre el 2008 y el 2014 fue en el año del 2008 con 34,02% , que se traduce en 23.516,34 toneladas, sin embargo, en términos de FOB-Dólar el que tiene un mayor peso porcentual fue el año del 2014 con \$168. 683,94 con un 18,44% del total.

El tipo de calzado que más importa el Ecuador son los calzados deportivos, ya que estos representan más del 50% de las importaciones de calzado. Específicamente los calzados de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares, los que equivalen el 14% de las importaciones de Ecuador con lo que respecta a calzado.

Al realizar un análisis entre las exportaciones e importaciones en términos de toneladas podemos demostrar, que no han tenido mucha diferencia, ya que entre estas son de un 2%, aunque en el año 2008 las importaciones superaban a las exportaciones con un 40%, sin embargo, en el año 2009, 2010, 2011 ocurrió lo

contrario, ya que las exportaciones superaron las importaciones en esta área, aproximadamente en un 15%.

Se escogieron cuatro indicadores de comercio exterior para determinar la competitividad de Ecuador, China y Brasil, a ser medidos en los años 2008, 2010 y 2013 para cada país. La participación en los mercados internacionales es la importancia relativa de cada país, en cuanto a sus niveles de exportación a nivel mundial de calzado, y así medir la participación de mercado y por ende su nivel de competitividad. Según datos de Trade Map, la mayor participación de mercado la tiene China, dado que sus exportaciones de calzado son superiores a las de Brasil y Ecuador.

China es el país que tiene mayor ventaja competitiva frente a los demás países. De la misma manera, Brasil ha aumentado su ventaja a lo largo del tiempo, Ecuador si bien ha aumentado su competitividad pero no es suficiente para compararse con los países estudiados.

En el indicador de tasa de penetración de importaciones, se observó que China tiene una tasa nula, lo que muestra el mayor nivel de competitividad, de la misma manera, Brasil cuenta con una tasa de 9,16%, donde muestra importaciones bajas de calzado frente a la producción local, esto denota una alta competitividad en el sector. Por otro lado, en Ecuador la tasa es mayor denotando una baja competitividad en el sector del calzado.

Dentro de sus antecedentes, el sector del calzado ha perdido competitividad a nivel de mercado local debido a se ha permitido el ingreso de otros tipos y marcas de calzados procedentes de otros países y ofertados a un menor costo de producción, resultado de esto son los cierres continuos y repentinos de varias fábricas nacionales empobreciendo al país y aumentando el porcentaje de desempleo en el sector. Sin embargo, dada las medidas aplicadas por el gobierno, poco a poco la industria se está posesionando nuevamente en el mercado aperturando una esperanza a una de las tradiciones más significativas del país como son los productores de calzado.

RECOMENDACIONES

La aplicación de aranceles se quiera o no guarda cierto recelo con el aumento de las estadísticas en el contrabando, a tal punto, que los productos que ingresaban del exterior legalmente, se han visto tentados a ingresar de forma clandestina para evadir el pago de aranceles, donde para ello el gobierno refuerza su control en las fronteras del país aplicando duras sanciones contra este delito.

Es importante que las autoridades de estas instituciones tengan en cuenta que al aplicar las tarifas o recargos arancelarios la imagen del país puede verse afectada a nivel internacional. Por tal motivo, se requiere que las políticas que vayan acorde con los principios establecidos y mundialmente aceptados y reconocidos por la Organización Mundial del Comercio.

De igual forma, se debe tener presente que aparte de la consumación de las reformas arancelarias, el gobierno debe continuar con la inversión en el sector del calzado para acelerar la generación de empleo, la elaboración de productos con mayor calidad en sus componentes que cumplan con las exigencias de los estándares vigentes en los mercados internacionales, y de esta manera con la ayuda de todos, se logrará reactivar la economía del país, evitando la dependencia petrolera que durante años ha sido una de nuestras principales fuentes de riqueza.

A su vez, el país exhorta a la creación de nuevos mecanismos complementarios para fomentar la producción del calzado, fortalecer los nexos que influyen directamente en nuestra exportación a través de capacitaciones de tipo profesional que instruyan al productor de una manera eficiente y solvente. Consiguiendo un mejor aprovechamiento en la utilización y uso de los insumos y herramientas para la producción. Fomentar la competitividad y la internacionalización del producto debe de ser el propósito del país adquiriendo mayores divisas y otorgándole buena salud a nuestra balanza de pagos.

BIBLIOGRAFÍA

- Águila, E. de la P. H. (2015). Retos y perspectivas de la industria mexicana del calzado ante la apertura comercial. El impacto de la competencia con China. *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*, 14(40). Recuperado a partir de:
<http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/EEES/article/view/1349>
- Aliende, J. M. C., & Guerrero, P. L. P. (2002). *Introducción al gobierno y a la gestión local*. Editorial Club Universitario.
- Álvarez, D. C. V., González, H. D. Z., Álvarez, H. F. R., & Carvajal, M. C. V. (2007). Competitividad sectorial internacional: Caso: sector del cuero y del calzado. *Entramado*, 3(1), 24–49.
- Argohty Almeida, L. A. (2012). Transferencia de tecnología incorporada mediante el comercio interindustrial en la economía ecuatoriana. Un análisis basado en matrices input-output. Recuperado a partir de
<http://repositorio.educacionsuperior.gob.ec/handle/28000/833>
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución del Ecuador*. Recuperado a partir de
http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- BCE. (2014). *Notas Metodológicas sobre la Balanza de Pagos del Ecuador*. Banco Central del Ecuador. Recuperado a partir de
<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/IEMensual/metodologia/nm-bpe.pdf>
- Dávila, A. O. (2008). Economía de la innovación y del cambio tecnológico: una aproximación teórica desde el pensamiento schumpeteriano. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20), 237–246.

- Estrin, J., & Herrero Díaz, M. J. (2010). *Innovación sostenible*. México: McGraw-Hill.
- Falconi, F., & Jacome, H. (2011). *La invitada indiscreta de la dolarización en Ecuador: la competitividad*. Recuperado a partir de <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/506>
- García-Ochoa-Mayor, M., Blázquez-de-la-Hera, M. L., & López-Sánchez, J. I. (2012). *Uso y aplicación de la técnica de análisis estadístico multivariante de cluster sobre la capacidad de innovación tecnológica en Latinoamérica y España*. *Innovar*, 22(44), 21–40.
- Gavilanes, R. V. (2010). *Hacia una nueva definición del concepto «política pública»*. *Desafíos*, 20, 149–187.
- González, M. E. N. (2006). *Las políticas públicas: ¿ discurso o realidad? Espacios Públicos*, 9(17), 252–274.
- Goñi, R., & Goin, F. (2006). *Marco conceptual para la definición del desarrollo sustentable*. *Salud colectiva*, 2(2), 191–198.
- Hernández, J. M. O., Ponce, R. A. C., & Llamas, R. V. (2009). *Crecimiento regional en México: Especialización y sectores clave*. *Problemas del Desarrollo*. *Revista Latinoamericana de Economía*, 40(159), 61–84.
- LESAGA, E., & Rocha, A. (2006). *La Macrorregión del Calzado Guanajuatense: ¿ un Espacio de Transición? Revista Pueblos y Fronteras Digital*, 1. Recuperado a partir de http://www.pueblosyfronteras.unam.mx/a05n1/art_06.html
- Luecke, R. (2004). *Desarrollar la gestión de la creatividad y de la innovación*. Barcelona: Deusto.

- Luna, R. G. (2013). Competitividad del calzado de cuero colombiano: perspectiva de la ventaja comparativa revelada (1980-2008). *Dimensión Empresarial*, 11(1), 77–91.
- Martínez, P. C. C. (2012). El axioma del desarrollo sustentable. *Revista de ciencias sociales*, (137).
- MCPEC. (2011). Agenda de Transformación Productiva. Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. Recuperado a partir de http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Agenda_Productiva%5B1%5D.pdf
- Mielgo, N. L., Peón, J. M. M., & Ordás, C. J. V. (2007). Cómo gestionar la innovación en las pymes. Netbiblo.
- MIPRO, M. (2012). Sellos Hace Bien Hace Mejor. Recuperado a partir de http://aplicaciones.mipro.gob.ec/crecuador/files/reglamento_Sellos_Hace_Bien_Hace_Mejor.pdf
- Ortiz, A., & Martínez, A. (2014). Factores de competitividad, situación nacional y cadena productiva de la industria del calzado en León, Guanajuato. *Revista Economía, Sociedad y Territorio*, 2(7). Recuperado a partir de <http://est.cmq.edu.mx/index.php/est/article/view/441>
- Pacheco-Blanco, B., Collado-Ruiz, D., & Capuz-Rizo, S. (2015). Identification of impacts of stages and materials on life cycle of footwear. *DYNA*, 82(189), 134-141. <http://doi.org/10.15446/dyna.v82n189.42575>
- Porter, M. E. (1998). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance: with a new introduction (1st Free Press ed)*. New York: Free Press.

- Porter, M. E. (2011). *Competitive Advantage of Nations: Creating and Sustaining Superior Performance*. Simon and Schuster.
- Purón-Cid, G. (2013). Las dimensiones del conocimiento en la adopción del e-gobierno. *Comité Editorial*, 211.
- Rendón Trejo, A., & Morales Alquicira, A. (2006). Flujos comerciales y competitividad en la Industria del calzado. *Política y cultura*, (26), 235–260.
- Sánchez Tovar, Y., García Fernández, F., & Mendoza Flores, E. (2014). Determinantes de la capacidad de innovación regional en México: Una tipología de las regiones. *Región y sociedad*, 26(61), 118–158.
- SENPLADES. (2012). Transformación de la Matriz Productiva. Recuperado a partir de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Wong, S. (2006). Impactos del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos: Un análisis de Equilibrio General Aplicado. *Revista Tecnológica ESPOL*. Recuperado a partir de http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/articulos/Impactos_del_Tratado_de_Libre_Comercio.pdf
- Diario El Universo. (2009). Ecuador evaluará barreras arancelarias. Obtenido de *Diario El Universo*: <http://www.eluniverso.com/2009/03/22/1/1355/7C56912DF4DD47C6920EDF0C458D98C1.html>
- Fernandez, S., Cordero, J., & Córdova, A. (2002). Obtenido de Google Books: <http://books.google.es/books?id=31d5cGxXUnEC&pg=PA9&dq=analisis+estadistico+descriptivo&hl=es&sa=X&ei=6eEIU6yONa3IsASar4CYCQ>

&ved=0CD4Q6AEwAQ#v=onepage&q=análisis%20estadístico%20descriptivo&f=false

Vargas, I., & Vazquez, L. (2006). Obtenido de Google Books:

<http://books.google.es/books?id=o2n57QYwMDIC&pg=PA55&dq=entrevistas+cualitativas&hl=es&sa=X&ei=oLkIU9qoO6mvsATTu4C4Bg&ved=0CD8Q6AEwAQ#v=onepage&q=entrevistas%20cualitativas&f=false>

ANEXOS



Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
Entrevista sobre Competitividad del Sector de Calzado

Nombre: _____

Cargo: _____

Fecha: _____

- 1. ¿Bajo su perspectiva, cómo considera usted que la competitividad del sector se vio afectada con el ingreso de calzados procedentes de otros países?**

- 2. ¿El gobierno en su afán de cumplir con su deber de generar plazas de trabajo en el país y tomando en cuenta su experiencia en este sector, cuál denominaría usted que fue la reforma que se aplicó en términos gubernamentales con el objetivo de mejorar la competitividad en el sector del calzado nacional?**

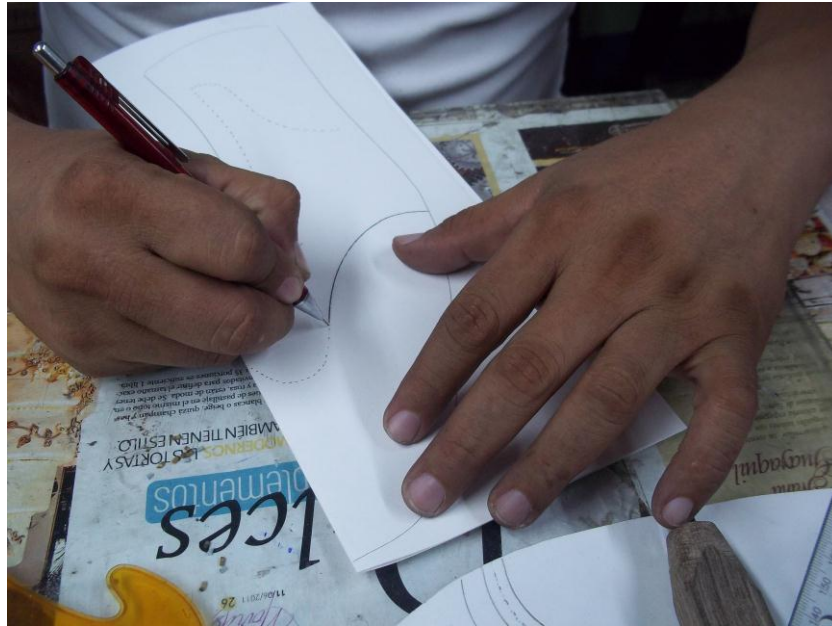
- 3. ¿Viendo las condiciones y medios que tienen los productores, considera usted que la demanda del mercado puede ser cubierta por la producción nacional en su totalidad?**

4. ¿Cómo califica usted la asistencia técnica recibida a los MYPIMES por parte del gobierno para optimizar la competitividad en la producción de calzado?

5. ¿A fin de lograr captar esa anhelada competitividad a nivel internacional, Qué supone usted que le hace falta al sector del calzado ecuatoriano?

Imágenes del proceso productivo de Calzado Estrada

Diseño



Corte



Aparado de Cortes



Ribeteado de cortes



Proceso de Corte



Armado de cortes a mano



Secado y Moldeado



Rearmado



Plantado con suela natural



Proceso terminado



Curtiembre

