



FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

**“LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE
ARTICULOS DE CUERO”**

**ARTÍCULO ACADÉMICO QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PARA
OPTAR EL TÍTULO DE INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES**

Autor

ALEJANDRA SAAVEDRA MOREIRA

Tutor

GONZALO PIZARRO RODRIGUEZ

SAMBORONDÓN, JUNIO DE 2014

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

La competitividad Ecuatoriana en la exportación de artículos de cuero

Alejandra Saavedra Moreira

Ingeniería, Universidad Especializada Espíritu Santo – Ecuador,

asaavedra@uees.edu.ec, Facultad de Economía, Edificio E, Universidad

Espíritu Santo, Km. 2.5 Vía Puntilla Samborondón

RESUMEN

La industria del Cuero en el Ecuador es uno de los sectores que se puede desarrollar para la exportación sistemática. Representa el 14.78 % de la contratación de la mano de obra nacional, y solo en Tungurahua se concentra el 68% de la producción total del cuero (CORPEI, 2009) este sector ha tenido gran acogida en el mercado internacional aunque las estadísticas demuestran bajas debido a la falta de crecimiento del sector.

Por lo cual, este artículo se buscará como resultado, mostrar las falencias del mercado nacional para intentar señalar un camino que pueda contribuir al fortalecimiento de la exportación de artículos de cuero de alta calidad, considerando las favorables condiciones en la que se cría el ganado como materia prima principal; lo que nos asegura una curtiembre con materias con cueros provenientes de nobles cuidados.

Por medio de una metodología descriptiva de tipo cuantitativa simple, se obtuvieron datos de encuestas que han señalado, aspectos relacionados a la competitividad del sector de la curtiembre de cuero para exportación; así como la capacidad para competir con otros países con un producto final referente por su calidad, productividad, materia prima nacional, tecnologías; todo lo cual recaerá en la producción de artículos como subproductos a evaluar.

Palabras claves: cuero, exportación, falencias, competitividad, calidad, materia prima nacional.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

ABSTRACT

Leather industry in Ecuador is one of the sectors that can be developed for the systematic export. It represents 14.78% of the hiring of local labor, and only in Tungurahua there is a 68% of the total production of leather (CORPEI, 2009), this sector has been very well received in the international market although statistics are low due to the lack of growth in the sector.

Therefore, this article will look as a result, to show the shortcomings of the domestic market to attempt to point the way which may help strengthen the export of leather goods of high quality, considering the favorable conditions in which livestock is raised as main raw material; which assures us tannery leather with materials from nobles care.

Through a simple quantitative descriptive type methodology, survey data have pointed out, related aspects to the competitiveness of the export leather tannery ; so as the ability to compete with other countries with regard to final product quality, productivity, domestic raw materials, technologies; all of which will fall in the production of items such as byproducts to evaluate.

Keywords: leather, export, failures, competitiveness, quality, domestic raw materials.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

Introducción

El cuero es un producto de gran calidad en nuestro país pero su lento desarrollo en elaboración de producto final nos deja atrás en la competencia con los mercados externos e internos, entre las causas podemos anotar: la pérdida de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas, la carencia de materia prima de primera calidad, y una demanda creciente acentuada desde el 2005, amenazando con desabastecer a las empresas de artículos terminados locales, generando que muchos de los países de la región emitieran norma restrictiva a la exportación de la “materia prima”, especialmente los químicos importados desde Italia tales como el pegamento, tintes, etc. para la elaboración del calzado y/o cualquier producto final, adicional la poca capacitación a los artesanos por parte de esta industria y por parte del gobierno, la ausencia de liderazgo en este sector y ausencia de inversión en este sector.

Las industrias ecuatorianas del subsector del cuero aún no pueden acceder a la alta tecnología utilizada en los países con un mayor nivel de desarrollo; por lo que su capacidad tecnológica industrial, en las curtiembres, cubre parcialmente las necesidades del tamaño del mercado, pues la producción es deficitaria con relación a la demanda del producto. La escasa capacidad de tecnología industrial en el sector de cuero, pone en desventaja al Ecuador, pues esto permite una menor calidad del cuero ecuatoriano.

Entre los obstáculos que frenan el desarrollo de la industria del cuero, se encuentran: las cualidades deficientes de la piel de ganado bovino, ovino, caprino por la inadecuada crianza y cuidado del ganado (utilización de alambres de púas, deficiente alimentación, maltrato y golpes, marcas con fuego, plagas); inadecuado transporte, los camales producen varios daños irreversibles en las distintas etapas del proceso de matanza (cortes, manchas, sellos, etc.) y preservación preliminar de la piel (salado y/o

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

congelamiento). Todos estos factores que no tienen ningún control estricto de calidad, afectan al proceso productivo del curtido y al producto final del cuero.

Pocas curtiembres logran productos terminados de calidad internacional, perdiendo productividad, y consecuentemente el nivel competitivo. Adicionalmente, en muchos casos el cuero de buena calidad que existe se lo envía a Colombia a manera de materia prima. La calidad de la materia prima (cuero de ganado vacuno y oveja) no está acorde con las exigencias internacionales, lo cual limita al sector del cuero ecuatoriano a competir con países que cuentan con materia prima de primera calidad.

Hay grandes empresas que cuentan con mayor capacidad económica, tienen la facilidad de incorporar mejor tecnología y contratar mayor número de personal operario, esta introducción de nueva tecnología y capital humano les ha permitido incrementar su producción a un 15% aproximadamente. No obstante, si se compara la calidad de los productos nacionales frente a los productos importados, es deficiente para el calzado ecuatoriano, lo que da cuenta de que la tecnología implementada no es de la más moderna y óptima, al ser muy costosa.

Por otra parte, la deficiencia en la calidad del calzado y la existencia de diseños poco creativos se debe a la escasa competitividad de los productores.

Los mayores competidores para el Ecuador, en cuero son: Argentina y Brasil. Pues son países que se encuentran entre los mayores proveedores de cuero a nivel mundial y una de sus características es la calidad en su producto.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

Fundamentación Teórica

Revisión literaria

En los últimos 15 años, los países de América Latina y el Caribe han registrado avances en los indicadores económicos y sociales. Entre 1994 y 2008 la región creció a una tasa media del 3,3% anual, la población tuvo un incremento anual del 1,4% y el ingreso per cápita aumentó un 1,9% (La era de la productividad, 2010). Sin embargo, desde una perspectiva de largo plazo, el crecimiento de la región ha quedado a la zaga del de otras economías emergentes. Contrariamente a lo que mucha gente cree, el exiguo nivel de inversión no es necesariamente responsable de este rendimiento deficiente. La productividad baja y lenta, más que los impedimentos a la acumulación de factores, aporta una mejor explicación para el bajo ingreso de América Latina en comparación con las economías desarrolladas, y su estancamiento en relación con otros países en desarrollo que están adquiriendo prominencia.

Las causas de la baja productividad que asuelan a la región son múltiples y variadas. Los altos índices de informalidad protegen a las empresas pequeñas e ineficientes de la competencia de compañías mejores y más productivas. Algunas políticas sociales concebidas con las mejores intenciones terminan produciendo resultados no intencionales en la productividad porque, en realidad, desplazan cada vez más trabajadores hacia actividades de baja productividad.

Los altos costos del transporte, la falta de crédito, la volatilidad macroeconómica, los regímenes tributarios discriminatorios, la falta de innovación y las políticas de desarrollo productivo insuficientes o pobremente diseñadas son todos factores que han tenido que ver con el retraso del crecimiento de la productividad en la región. (Como transformar las economías desde sus ceñimientos, 2010).

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

Evolución del sector

Los diez sectores con mejores oportunidades de expansión local y externa han sido analizados con el fin de medir su competitividad.

En un estudio realizado por el Ministerio de Industrias y productividad. Este informe deja al descubierto que en el país posee muchas bondades, las cuales no son optimizadas.

Las investigaciones realizadas demuestran las formas de maximizar las virtudes y fijan de manera estratégica para revertir las debilidades que tienen la capacidad de desarrollo en oportunidades.

El país cuenta con elementos naturales, como el clima, que favorecen a sectores maderero, las flores y el maíz; la geografía beneficia al turismo. Sin embargo, componentes externos como la carencia de recursos económicos, la falta de políticas gubernamentales y la restringida visión de los actores, interrumpen el adelanto de las industrias. Se debe considerar que existe un razonamiento que aplica para todos los sectores bajo análisis: los mercados demandan cada vez más; y es muy inevitable practicar con altos estándares de calidad.

Zonas de Producción

Cotopaxi, Azuay, Imbabura, Tungurahua, son las provincias con la mayor producción de cuero. Los datos de la Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador (ANCE). Tungurahua tiene casi 1800 talleres destinados a la elaboración de calzado y prendas de vestir. Estos talleres ocupan el 76% de la actividad manufacturera del cuero en el país. Los cantones con mayor incidencia son Ambato, Baños de Ambato, Cevallos y Quisapincha.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

Principales zonas de producción de cuero en el Ecuador

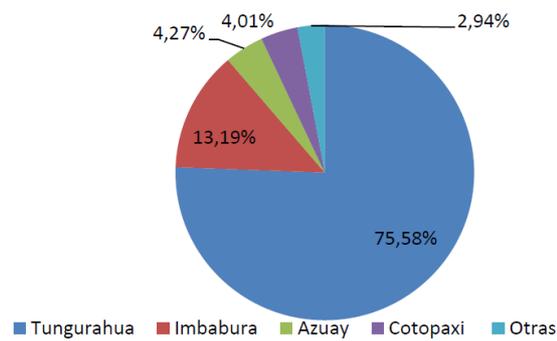


Figura 1. Gráfico de las principales zonas de producción de cuero en el Ecuador. Se puede observar el rango de producción en las provincias del país.

Fuente: Asociación Nacional de curtidores del Ecuador

En Imbabura se cuenta con 310 talleres artesanales entregados a la fabricación en cuero y talabartería. La provincia posee el 13% de los talleres de cuero del país. Cotacachi es el principal cantón en cuanto a producción, distinguiéndose por la calidad de los productos.

Provincias como Azuay, también se puede encontrar talleres orientados a la actividad del cuero con unos 100 unidades de producción representa el 4,3% y la provincia de Cotopaxi con 95 talleres con el 4,0%. En las dos provincias confeccionan productos de cuero y talabartería.

La producción en las otras provincias es muy poca, juntas poseen 69 talleres con una proporción del 3% de toda el trabajo en cuero, talabartería y manufacturas de todo el país.

Mercado laboral

El Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas (INSOTEC) indica que el sector de cuero y calzado genera trabajo a más hombres que mujeres: 70,8% son hombres y 29,2% son mujeres. Este dato discrepa con la adquirida por el Banco Central del Ecuador. Para el instituto, la relación sería contraria, con 28,1% de hombres trabajando en el sector, y 71,8% de mujeres. Está indicada desigualdad se debe

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

a que la investigación del Banco Central toma en cuenta a quienes gana sueldo, familiares ayudantes, patronos, propietarios.

Para el BCE, el sector manufacturero de vestimentas de cuero utilizó a 1.316 personas, de las cuales 44,9% eran retribuidos no declarados, otro 22% eran trabajadores por su cuenta y un 16,3% familiares ayudantes. El 11% de la ocupación eran remunerados formales. Este modelo laboral nos dice que la confección de vestimenta de cuero se ejecuta en un ambiente eminentemente artesanal.

Fabricación de prendas de vestir de cuero: número de empleados

Asalariados declarados	145
Hombres	29
Mujeres	116
Asalariados no declarados	590
Hombres	172
Mujeres	418
Patronos	77
Hombres	44
Mujeres	33
Cuenta propia	290
Hombres	97
Mujeres	193
Ayudantes familiares	214
Hombres	28
Mujeres	186
Total Empleo	1.316

Tabla# 1: Fabricacion de prendas de vestir de cuero: número de empleados.

Fuente: Banco central del ecuador, 2012

Esta línea de la actividad solventó salarios por \$ 1,37 millones, de los cuales \$ 800,8 mil, pertenecieron a asalariados no declarados. Esta fracción más abultada de salarios se compartió en un número de asalariados informales mucho mayor que el de asalariados formales. La diferencia destacó que mientras el salario promedio al mes de un asalariado formal fuera de \$ 268,9, el de un asalariado informal fuera de \$ 113,1

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

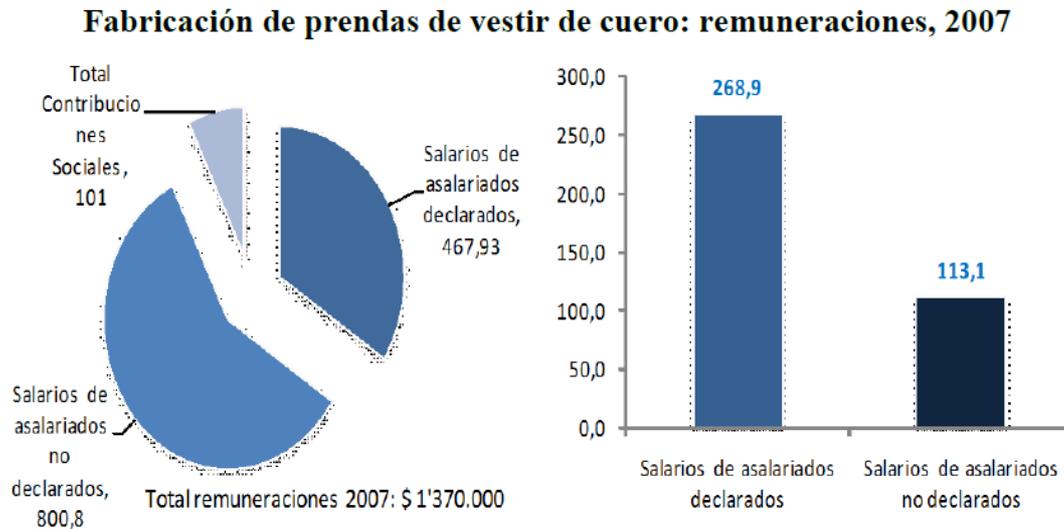


Figura 2. Gráfico de fabricación de prendas de vestir de cuero: remuneraciones. Se puede observar el total de remuneraciones y sus divisiones.

Fuente: Banco central del Ecuador, 2012

Aspectos institucionales

La Asociación Nacional de Curtidores del Ecuador, ANCE, es el ente regulador de la actividad del cuero en el Ecuador, que destaca que el 68% de unidades de producción está concentrado en la provincia del Tungurahua. La ANCE es un sujeto sin fines de lucro que busca el desarrollo de la industria del cuero, por medio de procesos sustentables.

Por otra parte, el Instituto Tecnológico del Cuero, es un ente localizado en Cotacachi, en la provincia del Imbabura. Se orienta a la instrucción técnica; sus estudiantes estudian procesos productores de elaboración de calzado y vestimenta. En la fábrica, que es operada por profesionales y obreros, los alumnos se instruyen en diseñar, cortar, armar y terminado de calzado; además, elaboran chompas, billeteras, maletas, carteras, cinturones llaveros, monederos.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

La industria del cuero y calzado forma parte de uno de los 10 sectores priorizados en el esquema del Programa Estrategias Productivas. Este esquema busca financiar, estimular y promover la introducción tecnológica para activar los métodos de concepción de nuevos productos y redistribuir las entradas a las cadenas de manufactura a favor de los micros y pequeños productores, por medio de reformas de fabricación, cadenas de logísticas, adjudicación de mayor valor en la presentación y acceso inmediato a mercados.

Por parte del Estudio Técnico para la Identificación de la Política Comercial necesaria para que la industria del cuero y calzado del Ecuador se desarrolle e incremente su participación de las exportaciones en el mundo, Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad, Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas INSOTEC, realizaron un Diagnóstico de la Pequeña y Mediana Empresa en Ecuador, dando como resultado esta matriz foda como de detalla a continuación:

Aspectos contradictorios

Protección a los animales

La mayor parte de la producción mundial de cuero procede de pieles de ganado vacuno, caprino y lanar. Además, se utilizan en menor porcentaje, pieles de otros animales como lo son: reptiles, morsas, foca, venados, canguros, cerdos y caballo. Esta variedad de orígenes ocasiona penetrantes problemas sociales, entre conservacionistas y grupos empresariales sin habilidad a asumir sus compromisos ambientales.

En el nombre de la moda, muchos animales mueren en manos de la industria del cuero, para este propósito son sustentados de tal manera que optimicen la calidad de su cuero y piel para mejorar las prendas de vestir. La extracción de la piel es la prioridad

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

de la industria del cuero. Por ende, los consumidores con una orientación conservacionista pueden cerrar las puertas de esta industria por medio de prescindir la compra de prendas elaboradas con piel de animal.

Se alega también que los productores de ganado vacuno mantienen a los animales en abusivas e insanas condiciones con el propósito de obtener los derivados de los mismos. La tamización de las vacas lecheras que ya no producen suficiente leche o ya no están en temporada fértil para la procreación de terneros es un indicador para confinar a estas reses a la obtención del cuero. Esta marginación los conlleva a vivir en lugares inadecuados y desprovistos de espacio y luz solar.

Se considera además que los medios de transporte no son las condiciones óptimas en cuanto al hacinamiento de las reses en espacios reducidos cuando se dirigen a los camales en cuyo traslado pueden ser varias horas en las que no reciben ni alimento ni agua lo que puede provocar la muerte del animal en el trayecto. Fuente: In defense of animals, traducido por Gabriel Montero.

Medio ambiente

Desde la óptica ambiental, el sector de la curtiembre ha sido catalogado como una transformación de materia prima contaminante permanente, sin considerar que es un subproducto de biodegradación lenta y altamente putrescible. Entonces, es verdad que una parte del proceso de la curtiembre forma una significativa carga de contaminación, pero, adquiriendo precauciones y medidas esenciales, esta puede neutralizar de manera apropiada en cuanto al cuidado del medio ambiente.

Son algunas las normas para disminuir y/o prevenir la contaminación formada. En su mayoría estas son de fácil manejo y producen disminuciones en los costos que se ven reflejadas en mejoras provechosas. Por otro lado, existen también respuestas a los

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

inconvenientes producidos por los residuos generados al final del procedimiento de curtido.

Estos recursos necesitan de mayores cambios y asesoría técnica especializada, no forman parte de una traba inevitable para que continúe la actividad, excluyendo el caso de empresas que poseen muchas deudas o de tipo artesanales, considerando que ocupan un lugar importante en la economía del sector.

En resumen, los medios a la solución de los problemas de contaminación se encaminan por medio de una mezcla de control de la contaminación y medidas preventivas. Por consiguiente se logran destacados ahorros y se optiman los recursos.

Foda

Fortalezas. Mano de obra barata con lo cual sustentar precios internacionales más competitivos.

Sector en crecimiento.

Abastecimiento interno de cuero, con potenciales de alta calidad en sus acabados.

Es parte de los sectores manufactureros, junto al de textiles, que generan 15.7% del PIB.

Podrían constituirse en clusters.

Oportunidades. Presencia de amplios mercados que demandan confecciones de cuero, en temporadas invernales, en EEUU, América Latina y Asia.

El Instituto Tecnológico del Cuero, ubicado en Cotacachi, provincia de Imbabura, podría constituir un núcleo de innovación y cambio tecnológico.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

Política de comercio exterior proclive a la diversificación de la oferta exportable, de los destinos de las exportaciones y de los agentes del comercio exterior.

Debilidades. Sector de las manufacturas sin cohesión interna y sin cultura de sociabilidad.

Economías de escala inexistentes, en comparación con la competencia de otros países.

Carencia de información estadística, cuantitativa y cualitativa, sobre las condiciones del sector y la producción nacional.

Poca actualización y carencia de personal calificado.

Amenazas. Futuros convenios entre EEUU y los grandes exportadores asiáticos de manufacturas de cuero, que limitarían la presencia de los productos ecuatorianos en el mercado norteamericano.

Asimetrías tecnológicas respecto de otros productos.

Mejores condiciones institucionales en competidores de Asia y América Latina.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

Marco Teórico

En la década de los noventa, ocurrieron varias crisis importantes en diversos países de distintas partes del mundo; México y Venezuela (1994); Tailandia, Indonesia, Filipinas, Taiwán, Corea del Sur (1997), Rusia (1998), Argentina (2001); las cuales afectaron a otras economías y representaron un riesgo de contagio generalizado. A partir del año 2000, la presencia de estas crisis pareció diluirse parcialmente, lo cual vino acompañado de una mejora en el desempeño de la economía internacional. Sin embargo, en la segunda mitad de esta década, la crisis inmobiliaria, financiera y económica de los Estados Unidos hizo su aparición, se transformó rápidamente en una crisis global y afectó, por tanto, el crecimiento del mundo y, más específicamente, de América Latina.

La oferta mundial de cueros y sus manufacturas

La industria de cueros y sus manufacturas a nivel mundial experimentó cambios sustanciales durante el último cuarto del siglo XX. En efecto, como uno de los resultados de la globalización, el comercio mundial del cuero presentó una clara tendencia a la concentración de la demanda entre las grandes empresas del sector, las cuales tendieron a optimizar sus procedimientos de compra y por tanto a reducir el número de sus proveedores, logrando que las materias primas fueran entregadas en el lugar de producción, en el tiempo y en la forma requeridos, conduciendo a ahorros sustanciales y a una disminución de los riesgos asociados a un proceso de producción de gran valor.

Las economías de localización y escala han dado lugar a una internacionalización de las empresas y una relación necesaria entre países con tecnología y países con materia prima. La escasa materia prima y una demanda creciente acentuada desde el 2000, con la subida consecuente de los precios, provocó

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

una explosión de exportaciones wet blue hacia Europa y Asia especialmente, amenazando desabastecer a las empresas de artículos terminados locales, generando que muchos de los países de la región emitieran norma restrictiva a la exportación de la “materia prima”.

Si enfocamos nuestra atención y análisis del comportamiento de los principales proveedores a los mercados de interés para Bolivia, como los Estados Unidos y Europa (los regionales son pocos por la oferta similar y las capacidades locales), podemos indicar que el juego global está definido por costo de producción y el costo logístico relacionado a la posibilidad de vender oportunamente.

Planteamiento del problema

Como ya sabemos, la manufactura con cuero es ancestral y que está relacionada directamente con la cultura y la tradición de los pueblos, por efectos de la globalización, en los últimos veinte años el sector industrial del cuero y calzado tienen una marcada tendencia a su uso, lo que lo hace transitar por caminos de fuertes desafíos tanto en la actividad como en la parte comercial de todo el mundo, superando escollos de tecnología, capacidad instalada e institucionalidad, presenta escenarios menos atractivos para competir con mercados más desarrollados.

La falta de competitividad en la industria de cuero es el mayor problema que podemos encontrar ya que esto impide desarrollar no solo la materia prima pero el producto final para obtener un producto de alta calidad. La baja producción, la escases de mano de obra, la falta de inversión y tecnología nos impide obtener un producto final moderno con un acabado apto para competir en el mercado exterior.

Las industrias ecuatorianas del subsector del cuero aún no pueden acceder a la alta tecnología utilizada en los países con un mayor nivel de desarrollo; por lo que su

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

capacidad tecnológica industrial, en las curtiembres, cubre parcialmente las necesidades del tamaño del mercado, pues la producción es deficitaria con relación a la demanda del producto. La escasa capacidad de tecnología industrial en el sector de cuero, le pone en desventaja a Ecuador, pues esto permite una menor calidad del cuero ecuatoriano

Entre los obstáculos que frenan el desarrollo de la industria del cuero, se encuentran: las cualidades deficientes de la piel de ganado bovino, ovino, caprino por la inadecuada crianza y cuidado del ganado (utilización de alambres de púas, deficiente alimentación, maltrato y golpes, marcas con fuego, plagas); inadecuado transporte, los camales producen varios daños irreversibles en las distintas etapas del proceso de matanza (cortes, manchas, sellos, etc.) y preservación preliminar de la piel (salado y/o congelamiento). Todos estos factores que no tienen ningún control estricto de calidad, afectan al proceso productivo del curtido y al producto final del cuero.

Pocas curtiembres logran productos terminados de calidad internacional, perdiendo productividad, y consecuentemente el nivel competitivo. Adicionalmente, en muchos casos el cuero de buena calidad que existe se lo envía a Colombia a manera de materia prima. El tamaño de la industria de cuero es pequeño en el Ecuador, y su desarrollo se ve restringido principalmente porque su productividad no es tan alta como en otros países. La calidad de la materia prima (cuero de ganado vacuno y oveja) no está acorde con las exigencias internacionales, lo cual limita al sector del cuero ecuatoriano a competir con países que cuentan con materia prima de primera calidad.

Hay grandes empresas que cuentan con mayor capacidad económica, tienen la facilidad de incorporar mejor tecnología y contratar mayor número de personal operativo, esta introducción de nueva tecnología y capital humano les ha permitido incrementar su producción a un 15% aproximadamente. No obstante, si se compara la calidad de los productos nacionales frente a los productos importados, es deficiente para el calzado

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

ecuatoriano, lo que da cuenta de que la tecnología implementada no es de la más moderna y óptima, al ser muy costosa.

Por otra parte, la deficiencia en la calidad del calzado y la existencia de diseños poco creativos se debe a la escasa competitividad de los productores.

Los mayores competidores para el Ecuador, en cuero son: Argentina y Brasil. Pues son países que se encuentran entre los mayores proveedores de cuero a nivel mundial y una de sus características es la calidad en su producto.

Los artículos de cuero se elaboran con piel de animales, que tratadas por procesos químicos, se obtiene materiales más resistentes, flexibles o duros al deterioro orgánico. Los cueros que mayor demanda tienen para ese proceso proceden de las vacas.

Es más, la producción mundial del cuero, en su mayor parte, proviene de las vacas, cabras y ovejas, además se emplean, es menor cuantía, las pieles de los equinos, porcinos, así como también de venados, reptiles, anfibios, focas, morsas, canguros, entre otros.

El sector del cuero muestra inconvenientes dentro de los márgenes de la calidad de las pieles y la producción, lo que no permiten cubrir la demanda del mercado actual.

La fabricación de vestuarios de cuero en un área productiva en capacidad de digerir altos niveles de trabajo, según la tecnología requerida y las circunstancias de precios fluctuantes, es el juicio más convincente para que las atribuciones económicas determinen como un sector prioritario, lo que permite cruzar la frontera para identificar los contextos necesarios para decidir sobre los ciclos que demandan incrementar los niveles de productividad y definir nuevos modelos de calidad de manera particular en la materia prima.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

METODOLOGÍA

El método empleado de tipo descriptivo simple, permitió por medio de encuestas y revisión de documentos, realizar es el de investigación de mercados que ha permitido suministrar información para lograr los resultados de este trabajo.

Los estudios relacionados con la investigación de mercados pueden clasificarse como básicos o aplicados según su naturaleza. La investigación básica busca extender los límites del conocimiento, en relación con algún aspecto del sistema de mercadeo. Los estudios o investigaciones de la investigación aplicada están interesados en facilitarles ayuda a los gerentes para que tomen mejores decisiones. Estos estudios están dirigidos hacia situaciones específicas de la organización y determinarlos por los requisitos del proceso de toma de decisiones.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

Resultados

Encuestas

Las Encuestas fueron aplicadas en las diferentes empresas entre los días 14 y 15 de febrero del presente año, a personas que desempeñan diferentes cargos y funciones en sus respectivas empresas.

Entrevistas

La entrevista mediante las herramientas de comunicación y Marketing en una entrevista directa la cual trata de realizar un dialogo mediante una secuencia de preguntas concretas.

Observación

En esta investigación pude observar entre encuestas la similitud de las empresas a que sus empleados tengan un profundo conocimiento donde ejercen sus labores o diferentes actividades y los diferentes porcentajes de una empresa a otra. En la Entrevista destaco la cordial y total colaboración por parte del entrevistado que muy presto aclaro las inquietudes vertidas y la eficaz apertura al responder cada Pregunta realizada en una manera muy abierta realizando un dialogo de la misma.

Procesamiento de la información

Se realizó de manera transversal aplicando todos los pasos de la investigación científica, y de mercado para lo cual: se recolectó la información partiendo de los antecedentes del problema hasta el grado de participación en los actores de la producción y competitividad de los artículos ecuatorianos con proyección exportadora.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

Debido al planteamiento del problema, se realizó un análisis de causa-efecto de la escases en la exportación de nuestro cuero y sus derivados.

Una vez planteado el problema con sus respectivos análisis se estableció la formulación del problema y los objetivos, en base a los cuales se estructuró la recopilación de datos a través de diversas fuentes entre ellas la investigación de mercado, bibliográfica, de campo, en la aplicación de las encuestas y entrevistas a cada uno de los actores involucrados cuya información fue debidamente codificada, tabulada con técnicas matemáticas de tipo estadístico representadas gráficamente e interpretada de lo cual se obtuvieron las conclusiones correspondientes que permitieron comprobar las hipótesis expresadas.

Realizada la investigación de mercados. Se logra una valiosa información proveniente de las fuentes internas o externas de las empresas. Si los datos pueden conseguirse de fuentes internas o externas, el siguiente paso será recopilar nuevos datos.

Los datos fueron procesados a través de entrevistas u observación directa. Para lo cual se procedió a la redacción de las preguntas, la secuencia de las preguntas, la utilización de preguntas directas en contra-posición a las indirectas y el formato en general del cuestionario son muy importantes.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1P.- ¿Qué tiempo toma la Fabricación/producción del producto o servicio?

Días	Frecuencia	Porcentaje
1-10	1	10%
10-25	2	45%
25-30 (o más)	2	45%
Total	5	100%

Tabla# 2: Tiempo de fabricacion de prendas de vestir de cuero.

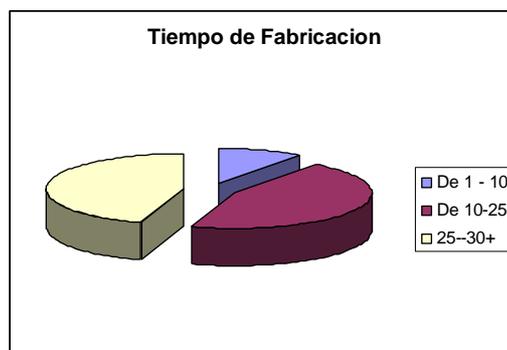


Figura 3. Grafico del tiempo de fabricacion de prendas de vestir de cuero

Análisis

En ésta encuesta podemos observar que el 90% de los fabricantes competidores con el mismo producto o similares, su proceso de fabricación previo a su despacho final les toma de 10 a 30 días. Y un 10% un proceso de hasta 10 días, todo esto dependiendo de la tecnología que cuenten y sobre todo de la variedad y diversidad del producto de cuero.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

2P.- ¿Qué tipo de tecnología utiliza para la producción de artículos de cuero?

Tecnología	Frecuencia	Porcentaje
Tradicional	0	0 %
Intermedia	1	10%
Moderna	4	90%
Total	5	100%

Tabla# 3: Fabricación de tecnología utilizada en la producción de cuero.

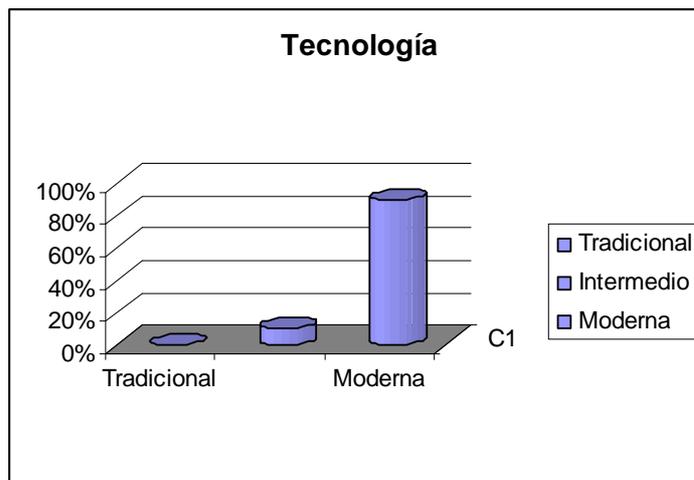


Figura 4. Gráfico de la fabricación de tecnología utilizada en la producción de cuero.

Análisis

Esta estadística es muy satisfactoria porque el 90% de empresas encuestadas cuentan con una tecnología moderna esto mejora la calidad y gana una diferenciación entre sus competidores. Por otro lado el 10% cuentan con una tecnología intermedia con una visión de que a largo plazo puedan cambiar la tecnología.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

3.- ¿En la actualidad la empresa exporta?

Exporta	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	30%
No	3	70%
Total	5	100%

Tabla# 4: Cantidad que exportan el cuero las empresas.

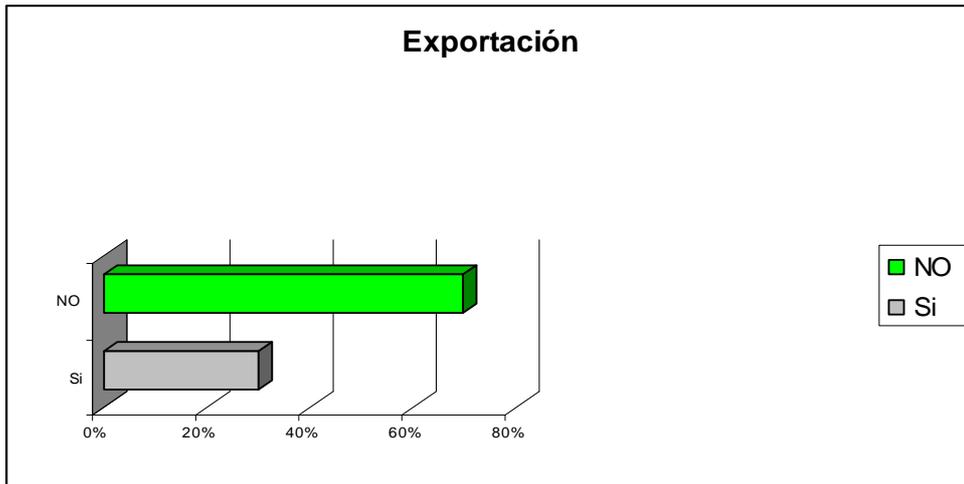


Figura 5. Grafico de la cantidad que exportan el cuero las empresas.

Análisis

El 70% de esta encuesta nos indica que no exporta puede ser por varios factores ya sea porque su costo de exportación y mantenimiento sean muy elevados y salgan del límite en el que están presupuestado o porque a nivel local no logran estabilizarse y tener la acogida que necesitan para así dar el siguiente paso; el 30% exporta y se debe ya que su producción a nivel local son reconocidas y ya se encuentran posicionadas y se da la apertura a la exportación.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE
ARTICULOS DE CUERO

4.- ¿La empresa vende sus productos?

Venta de Productos	Frecuencia	Porcentaje
Solo Contado	0	0%
Solo Crédito	0	0%
Mixto	5	100%
Otros	0	0%
Total	5	100%

Tabla# 5: Porcentaje de venta de productos.

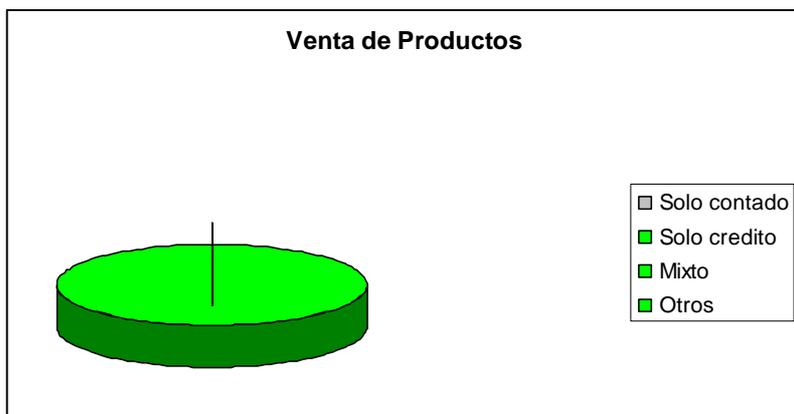


Figura 6. Porcentaje de venta de productos.

Análisis

En su totalidad según la encuesta formulada vemos la apertura y la facilidad que se entrega al momento de la venta esto está comprobado que teniendo los dos tipos de venta se logran lazos de confianza y el cliente se vuelve fiel a la empresa ya que por la apertura que dan al momento de la venta no se ven acechados y sienten total apertura al realizar la compra.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE
ARTICULOS DE CUERO

5.- ¿Qué porcentaje de ventas tiene su producto en el mercado local?

Porcentaje M.T.	Frecuencia
20%	0
21%-45%	1
46%-85%	4
85%-99%	0
Total	5

Tabla# 6: Porcentaje de ventas de productos en el mercado local.

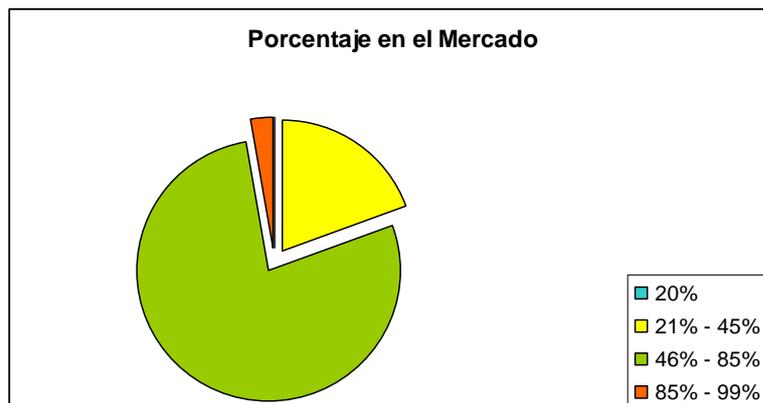


Figura 7. Gráfico del porcentaje de ventas de productos en el mercado local.

Análisis

El mayor porcentaje con un 46%-85% lo tienen o lo poseen 4 empresas esto quiere decir que tienen una buena base y están sólidas se encuentran bien en el mercado en un buen punto en el cual su mercado puede ir creciendo según las estrategias que usen y ubicarse mejor según su cartera de productos y analizar su matriz Bcm y ubicar a su producto estrella en el más alto porcentaje de esta manera pueden adquirir más porcentaje en el mercado; un 21% - 45% una empresa la cual es una posición aceptable en el mercado.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El mercado del cuero es altamente competitivo en Ecuador, principalmente porque es un país con gran capacidad de zonas adecuadas para el cultivo de ganado.

La venta de los artículos de cuero está determinada por la calidad y diseño, debiendo ser aspectos a considerar en el desarrollo competitivo de esta industria, buscando implementar tecnología y diseños de vanguardia.

Los países latinoamericanos de mayor competencia para el Ecuador son Argentina, Brasil y Colombia; lo que demuestra que bajo nuestras ventajas comparativas, se tienen altas posibilidades de mejorar el mercado de producción nacional.

Las mujeres son las que mayormente administran los establecimientos de venta de artículos de cuero y tienen un mayor acercamiento a captar impresiones de compradores turistas principalmente pero aun así la producción nacional de artículos de cuero no es tan satisfactoria, debido a escaso desarrollo en diseños.

Para los ecuatorianos el principal factor de compra es el precio, mientras que para los extranjeros el factor precio es de mínima importancia ya que para ellos prevalece el factor calidad, Estados Unidos es la principal nación emisora de turistas que visita nuestro país como demandantes de productos en cuero siendo la principal prenda de vestir las chaquetas.

La producción de prendas de vestir de cuero, se lo realiza de manera artesanal, creando así una ventaja competitiva ya que los extranjeros le dan mayor valor a los productos hechos a mano y no a lo sintético producido en masa perdiendo su valor por la estandarización.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

El Instituto Superior Tecnológico de la Industria del Cuero en Cotacachi, es el único en el país, aportando desarrollo en la mano de obra en la industria del cuero, permitiendo ofertar productos diferenciados y de calidad.

En conclusión se puede demostrar que en el Ecuador son pocos los establecimientos que exportan y esto es debido a la falta de información y requisitos para dicha estrategia de negocio.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

Recomendaciones

Marketing mix

Productos

De acuerdo con la investigación realizada, las chaquetas de cuero es el producto de mayor demanda de turistas nacionales y extranjeros, ya que; proporciona cierto nivel de status y moda.

Las chaquetas en el Ecuador son elaboradas cuidadosamente, con acabados de primera para satisfacer las necesidades exigentes de turistas extranjeros que su principal factor de comprar es la calidad; además los modelos, texturas y colores complementan valores agregados al producto

Podemos decir que las chaquetas, serian el principal producto de exportación por parte de la organización que se vaya a crear, sin descartar los demás artículos tales como: carteras, zapatos. Su comercialización se basará en calidad que por precio.

La elaboración de productos, tendrán materiales óptimos para su producción, captando la atención de los consumidores y una mano de obra especializada.

La organización podrá ofrecer una gama amplia de servicios al cliente que se encuentran reflejados en los canales de distribución donde se comercializarán los productos, tales como: crédito, garantía, servicios post-venta.

La empresa siempre estará en constante desarrollo de nuevos modelos, diseños basándonos en las modas extranjeras y en cambios en las preferencias de nuestros clientes.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

Precios

La fijación de precios de la organización se basa en la calidad de la materia prima, ya que; producimos con materiales 100% ecuatorianos.

Se podrán enfocar en el liderazgo en calidad, es decir; comunicaremos nuestra calidad superior, fijando un precio mayor al de la competencia, que justificará la inversión en materia prima y mano de obra.

Además en la industria de cuero existe gran competencia a nivel nacional especialmente a nivel sierra, que a la hora de fijar precios se tomará en cuenta como referencia los precios de los demás competidores.

Canales de distribución

El canal empleado por la empresa a nivel nacional será directo: del fabricante al consumidor. Se establecerá puntos de ventas estratégicos de la misma empresa a nivel nacional para captar la mayor demanda.

El diseño de este canal permite eliminar todo aumento de precio por parte de intermediarios, facilitando la compra y descubrir nuevos gustos y preferencias de los consumidores al tener un contacto más cercano, es decir; fomentará un canal de retroalimentación.

El canal empleado para la exportación será el de Joint-Ventures, ya que; requiere menor inversión y permite un mejor control de calidad, de esta manera se comprobara el potencial del mercado y su aceptación.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

Permitirá expandirse sin necesidad de inversión en capital; acaparando mayor porcentaje del mercado reduciendo el riesgo de fracaso.

Publicidad

El enfoque de publicidad será de carácter informativo, es decir; comunicando que los productos son producidos con 100% cuero ecuatoriano, es muy importante saber que los extranjeros basan sus decisiones de comprar en calidad antes que precio.

La empresa siempre se encontrará en constante desarrollo de nuevos diseños que se comunicaran inmediatamente a los clientes. Los mensajes publicitarios constaran de paisajes ecuatorianos con personajes líderes de opinión.

Se comunicara nuestros mensajes en feria internacionales, tales como: FICA (Feria Internacional de Calzado Argentino), FIMEC (Feria Internacional de Cueros más importante del sector a nivel mundial, realizado en Brasil) en el cual se mostrara todos los productos; además de informar de temas de actualidad y tendencias del mercado y tecnologías. Permitiendo consolidar negocios con empresas extranjeras.

En el punto de venta se emplearía recursos de merchandising, como: Monitores con videos de instalaciones y proceso de fabricación de prendas de vestir de cuero, exhibidores de prestigio con perfecta iluminación, produciendo un ambiente cálido, estimulando los 5 sentidos.

La organización con el enfoque de alcanzar impacto de mercado con los mensajes publicitarios, utilizarían medios masivos de comunicación como:

- Televisión pagada
- Periódicos, en secciones de actualidad

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE ARTICULOS DE CUERO

- Revistas de negocios

Se recomienda que las empresas integren dentro de sus equipos de trabajos a un buen diseñador para artículos de cuero.

Diseñar una página Web que permita una mayor comercialización y difusión de los productos elaborados en nuestro país.

Contratar a proveedores cuyos precios de los insumos y materias primas sean más económicos.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE
ARTICULOS DE CUERO

BIBLIOGRAFÍA

1. Centro de Investigaciones Económicas Nacionales (2004) “Política cambiaria, propuesta de acciones para la competitividad de las exportaciones”.
2. Pages, (2010). La era de la productividad: Como transformar las economías desde sus ceñimientos. (1ª ed.). Barcelona: Iadb- Bid
3. COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES (1999), Evaluación de las Exportaciones Intra Comunidad.
4. Chacholiades, Miltiades, (1992) “Economía internacional”. Editorial McGraw Segunda Edición. México.
5. El COMEXI, organismo rector de la política comercial.
6. Fea. Ugo(1995). COMPETITIVIDAD ES CALIDAD TOTAL. Editorial Alfaomega, 1995. México.
7. HURTADO Osvaldo (1998) Competitividad Internacional y Exportaciones, Quito.CORDES.
8. Nasn, Edgar L. Mercadotecnia directa: Estrategia, planeación y control. 2ª. ed. McGraw Hill. México, D.F., 1989.
9. Porter. Michael (1996). ESTRATEGIAS COMPETITIVAS. Técnicas para el análisis de los Sectores Industriales y de la Competitividad. Ed. CECSA. México, 1996.
10. Kotler, Philip. Dirección de mercadotecnia: Análisis, planeación, implementación y control. 8ª. ed. Prentice Hall. México, D.F., 1999.

LA COMPETITIVIDAD ECUATORIANA EN LA EXPORTACION DE
ARTICULOS DE CUERO

11. Orozco, Arturo. Investigación de mercado. Norma. Colombia, Bogotá. 1999.
12. Hernández Sampieri, Roberto; et al. Metodología de la investigación. 2ª. ed. McGraw Hill. México, D.F., 2000.
13. In Defense of Animals Traducido por Gabriel Martino -
<http://www.uva.org.ar/cuero.html>
14. Porter, Michael. Ventajas competitivas. Continental. México, D.F., 1982.