

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA

Trabajo de Disertación para la obtención del título de Economista

**TEMA: ESTRUCTURA DE MERCADO DE LA PRODUCCIÓN
MANUFACTURERA DE CALZADO EN EL CANTÓN AMBATO, PERIODO 2016-
2020**

Alumna: Evelyn Dayana Gancino Jurado

edgancino@puce.edu.ec

Director: Econ. Carlos Andrade Herrera

cjandrade@puce.edu.ec

Quito, febrero 2022

RESUMEN

La presente investigación se realiza con el objetivo de analizar la estructura de mercado de la producción manufacturera del calzado en el cantón Ambato entre el 2016-2020, mediante la determinación de la concentración económica de este sector productivo, a fin de conocer en términos estructurales, cual ha sido el comportamiento de los principales actores económicos en el mercado durante el periodo de estudio. La investigación realizada es de carácter documental y los resultados de la investigación se pudieron determinar a través del índice de Herfindahl-Hirschman, que con un promedio de 0,88 se corresponde con un mercado altamente concentrado, y se puede evidenciar que, durante este periodo, una sola empresa pudo concentrar alrededor del 90% del mercado de la producción y ventas de calzados en Ambato. Asimismo, la determinación del índice de Lerner de 0,31, refiere que ninguna empresa por sí sola tiene capacidad de influenciar en el precio más allá de la cuota de mercado. El estudio concluye indicando la alta concentración que existe en Ambato en la fabricación de calzado, motivado principalmente a la presencia de una empresa con mucha experiencia y tradición en este sector, y a la vez la presencia de muchas pequeñas y artesanales empresas que ofrecen sus productos al mercado, que no representan competencia alguna.

Palabras clave: Estructura de mercado – Concentración económica – Producción de calzado – Competencia.

ABSTRACT

The present investigation is carried out with the objective of analyzing the market structure of the manufacturing production of footwear in the Ambato canton between 2016-2020, and determining the economic concentration of this productive sector, in order to know in structural terms, which has been the behavior of the main economic actors and determine the incidences in the market that this synergy has had during the study period. The research carried out is of a documentary nature, to obtain decisive information about their situation and main aspects of academic interest. In the results of the investigation, it was possible to determine through the Herfindahl-Hirschman index, which with an average of 0.88 corresponds to a highly concentrated market, and if it can be evidenced that during this period, a single company could concentrate around 90% of the footwear production and sales market in Ambato. Likewise, the determination of the Lerner index of 0.31, refers that no company by itself has the capacity to influence the price beyond with the market share. The study concludes by indicating the high concentration that exists in Ambato in the footwear market, motivated mainly by the presence of a company with a lot of experience and tradition in this sector, and at the same time the presence of many small and artisan companies that offer their products to the market.

Key words: Market structure - Economic concentration - Footwear production - Competition.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por bendecirme durante toda mi carrera, a mis padres por creer en mí y darme la fuerza para salir adelante, a mis queridas hermanas por su apoyo, a mi abuelita y a mis tíos por siempre apoyarme en mis estudios, a mis amigos y compañeros de la universidad y me gustaría ofrecer mi agradecimiento especial al Eco. Carlos Andrade que, gracias a sus consejos y ayuda académica, se logro el desarrollo exitoso del presente trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A mis padres Franklin y Alexandra, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo hicieron posible que hoy cumpla otro sueño, gracias por inculcarme el ejemplo de esfuerzo, sin miedo ante los problemas porque Dios siempre está conmigo. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y ánimos me han hecho mejor persona y de una forma u otra me acompañan en este logro tan grande.

ESTRUCTURA DE MERCADO DE LA PRODUCCIÓN MANUFACTURERA DE CALZADO EN EL CANTÓN AMBATO, PERIODO 2016-2020

Resumen	2
Introducción	11
Metodología de trabajo	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos	13
Pregunta General	13
Preguntas Específicas	13
Estrategia de la investigación	13
Proceso Metodológico	14
Fuentes de Información	15
Fundamentación Teórica.....	16
Teoría del Desarrollo Territorial	16
Concepto de Región	17
Desarrollo Regional y Local	18
Ventajas competitivas	19
Ventajas comparativas.....	19
Diamante de Porter.....	20
Teoría de la Organización Industrial	21
Teoría de la localización	23
Concentración Industrial	23
Estructuras de Mercado	24
Índice de Herfindahl-Hirschman	26
Índice C4	27
Índice de Lerner	27
Capítulo I: Marco empírico de la industria del calzado.....	29
Factores de éxito en las aglomeraciones de calzado	29
Análisis y caracterización de la industria del calzado de cuero en el clúster del barrio restrepo (Colombia)	29
Planeamiento Estratégico de la Industria del Calzado	30

La estrategia de retorno de la industria española: El caso del sector calzado en Alicante, su importancia y determinantes	30
El efecto de la importación de calzados en la economía boliviana	31
¿Un clúster industrial en américa latina? la industria mexicana del calzado de cuero en león, Guanajuato	32
Expansión, crisis y reconversión en la industria del calzado del Sur de Europa. Un análisis comparativo	32
Teoría industrial: un vínculo con el clúster del calzado	33
Programa Integrado para el Mejoramiento Sustentable de la Competitividad Industrial	34
Nivel de concentración económica en la producción de calzado en Tungurahua	34
Desarrollo de una propuesta de estrategia digital para la formación de un clúster de Pymes el sector calzado ecuatoriano en la ciudad de Guayaquil	35
El oligopolio del sector curtiembre CIU: C151101 y la rentabilidad de las empresas en el Ecuador	36
Habilidades directivas y el desarrollo empresarial en la industria de calzado a través de la modelización	37
Capítulo II: Estructura del sector calzado en el cantón Ambato entre el 2016-2020	38
Dinámica de la manufactura de calzado en Ecuador	38
Participación del sector Manufacturero en el PIB	39
Empresas de calzado en Ecuador	40
Fabricación de calzado en la provincia de Tungurahua	43
Sector Manufacturero del cantón Ambato	44
Caracterización del subsector Fabricación de cueros y productos conexos	46
Fabricación de Calzado en la industria manufacturera en Ambato	47
Empleo en la fabricación de calzado del cantón Ambato	49
Empresas de Fabricación de Calzado en la industria manufacturera en Ambato	50
Análisis de la concentración de la industria manufacturera del calzado en Ambato.....	53

Ventajas y desventajas de la concentración de la industria del sector calzado.....	60
Capítulo III: Análisis de la competencia a las empresas del sector calzado en el cantón Ambato entre el 2016-2020.....	62
Diagnostico situacional del Sector Calzado mediante el análisis de las Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades en Ambato	62
Aplicación del Índice de Lerner a las Fábricas de calzado en Ambato	66
Análisis de las cinco fuerzas de Porter en la Industria Manufacturera del calzado	67
Mercado del Calzado	74
Ventajas competitivas y comparativas del sector manufacturero en la fabricación de calzado en Ambato	75
Capítulo IV	78
Conclusiones	78
Recomendaciones	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables de estudio.....	15
Tabla 2. Distribución del número de empresas del sector Manufacturero	42
Tabla 3. Principales sectores económicos de la manufactura en relación con el número de empresas del cantón Ambato	45
Tabla 4. Participación de las actividades económicas en la fabricación de cuero y productos conexos	47
Tabla 5. Promedio en ventas por tipo de empresa en la Fabricación de calzado; periodo 2016-2020.....	49
Tabla 6. Empleo registrado promedio de los subsectores de la fabricación de cueros y productos conexos, periodo 2016-2020.....	50
Tabla 7. Formas de mercados más comunes.....	54
Tabla 8. Concentración de mercado en función de las cantidades vendidas	56
Tabla 9. Concentración de mercado de las 4 mayores empresas.....	58
Tabla 10. Costo marginal y precio promedio de las fábricas de calzado.....	66
Tabla 11. Índice de Lerner sector calzado Ambato	67
Tabla 12. Matriz de Porter en la fabricación de calzado – Barreras de entrada	68
Tabla 13. Barreras de salida.....	69
Tabla 14. Rivalidad entre empresas competidoras	70
Tabla 15. Poder de negociación de los proveedores	71
Tabla 16. Capacidad de negociación con los compradores	72
Tabla 17. Resultado total de la industria del calzado.....	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Valor Agregado Bruto Nacional 2020	39
Gráfico 2. Evolución del número de empresas de fabricación de calzado	40
Gráfico 3. Distribución del número de empresas de calzado de la provincia de Tungurahua entre 2016 al 2020	43
Gráfico 4. Ventas totales de la fabricación de calzado 2016-2020.....	48
Gráfico 5. Criterios de evaluación índice Herfindahl-Hirschman	55
Gráfico 6. Cantidad promedio de pares producidos registrado por las empresas seleccionadas para el análisis de concentración.....	56
Gráfico 7. Criterios de evaluación índice concentración mayores empresa (C4).....	58

Introducción

La concentración económica y su determinación en los mercados, tiene gran importancia pues a través de esta se puede caracterizar como se encuentra conformada una determinada industria de la economía nacional y conocer cuántas empresas lo conforman y cuáles son las fuerzas que operan o no entre sí. El conocer como son estas dinámicas de determinados sectores, va a permitir generar políticas económicas y de regulación de competencia que permitan crear fortalezas para aprovechar las oportunidades que se presentan y mitigar aspectos que pudieran estar incidiendo negativamente en un mejor desarrollo de la producción del calzado en Tungurahua.

Afirma Benítez y Martínez (2019), que la globalización ha provocado una concentración importante del poder económico, y se puede observar gran poder económico y riqueza en manos de un número pequeño de empresas y personas. Esto hace referencia a la tendencia de observar un reducido número de empresas en determinados sectores, que ejercen relaciones de dominio en los mercados, y en consecuencia acumulan mayores beneficios.

El sector del calzado en Tungurahua, representa gran importancia para la producción nacional del calzado ecuatoriano pues en esta zona se produce alrededor del 80% de la producción del país, por lo que se requiere conocer cuál es la concentración de las mayores empresas.

La provincia de Tungurahua está ubicada en la Sierra Centro del Ecuador, con un área de aproximadamente 3,400 kilómetros cuadrados. Según el Censo de Población y Vivienda del INEC (2010), la población de la provincia es de alrededor de 504,683 habitantes, con una densidad de población de 150 habitantes por kilómetro cuadrado. El 43.0% de la población se ubica en áreas rurales, mientras que el 57.0% se ubica en áreas urbanas (Gómez & López, 2018).

Tungurahua según el BCE (2019) es una de las 10 provincias que aportó mayormente al VAB con USD 2,799 millones, siendo Ambato el cantón con mayor tasa de contribución (80.36%). La economía rural se centra en la agricultura y ganadería, en tanto que la industria se orienta entre otras actividades a la manufactura del calzado, procesamiento de cuero, confecciones de textiles, muebles, alimentos y bebidas, procesamiento de metales y comercio que son

importantes para los habitantes de cada parroquia del cantón Ambato como: Ambatillo, Atahualpa, Huachi, Izamba, Martínez, Picaihua, Quisapincha y Totoras (Redacción, 2018).

Es de resaltar que, según el Servicio de Rentas Internas (SRI) al 2019, las empresas que se dedican a la fabricación de calzado, polainas, botines y partes de cuero para calzado registraron ventas totales por USD 138.4 millones a nivel nacional, de las cuales la provincia con mayor concentración fue Tungurahua representando el 54.4%, seguido de Pichincha con el 20.7%, Azuay 10.8% y Guayas 9.4%. Esto quiere decir que, de cada 100 pares producidos en el país, 54.4 son fabricados en Tungurahua, debido a la pluralidad de productores micro, pequeños, medianos y grandes empresarios que tienen sus talleres y fábricas en los distintos cantones (Sandro, 2016). De esta manera se puede mencionar al cantón Ambato, que según el análisis del SRI (2019) sobre la producción de calzado en cada cantón, concluye que el 84.0% de la fabricación de calzado se encuentra en el cantón Ambato.

La manufactura de calzado en Ambato está vinculada con las estructuras de mercado, que refleja elementos importantes con respecto a la competencia entre empresas (poder de mercado) y a los niveles de concentración industrial (Camacho & Ríos, 2011). Para el abordaje de este tema de estudio se indagará la información publicada por parte de los organismos públicos durante el periodo de estudio, para calcular los índices de concentración y de Lerner, para luego describir los aspectos observados de concentración económica y estructura de mercado, entendiendo la cantidad de actores y presencia de productores artesanales en la región.

Es de comentar que la existencia de información referente a la concentración económica en el sector del calzado en Ambato, no se encuentra disponible actualmente, pues la mayoría de estudios y publicaciones oficiales hacen referencia al sector de la manufactura en general, por lo que la pertinencia de la evidencia empírica obtenida va a permitir constituir un referente investigativo para futuras investigaciones sobre este aspecto. En este sentido, el estudio propuesto es adecuado para un primer estudio empírico que investigará el grado de concentración de la producción manufacturera de calzado, que se transforma en mayores niveles de competitividad, diversificación y especialización.

Metodología de trabajo

Pregunta general

¿Cuál es la estructura de mercado de la industria del calzado en el cantón Ambato entre el 2016-2020?

Preguntas específicas

1. ¿Cómo se encuentra estructurado el sector del calzado en el cantón Ambato entre el 2016-2020?
2. ¿Cómo incide la competencia en las empresas y fábricas de calzado en el cantón Ambato entre el 2016-2020?

Objetivo general

Analizar la estructura de mercado de la producción manufacturera del calzado en el cantón Ambato entre el 2016-2020.

Objetivos específicos

1. Identificar la estructura de mercado del sector del calzado en el cantón Ambato entre el 2016-2020
2. Determinar como la competencia incide en las empresas y fábricas de calzado de la ciudad de Ambato entre 2016-2020.

Estrategia de la investigación

La investigación que se presenta es de carácter documental, puesto que principalmente recoge estudios, análisis, tendencias y antecedentes del sector de calzado de la ciudad de Ambato, en el período en estudio. La investigación documental es una variación de la Investigación Científica, cuyo objeto es analizar y describir los diferentes fenómenos que se presentan en la realidad utilizando como recurso principal los diferentes tipos de documentos que produce la

sociedad y a los cuales se tiene acceso (Nelly, 2017). La investigación se presenta bajo una modalidad exploratoria, analítica y cuantitativa, ya que la consecución de los objetivos planteados en el trabajo así lo requieren.

Por otro lado, se tiene que la investigación es de tipo descriptivo, también conocida como la investigación estadística, que describe los datos y cuantifica el impacto en la sociedad (Nelly, 2017). La recolección de datos sigue el mismo esquema antes descrito, una captación de los mismos bajo una metodología documental cuantitativa.

Proceso Metodológico

En función de las preguntas de investigación como primer enfoque se realiza una revisión de la participación de empresas productoras de calzado en el cantón Ambato entre 2016 y 2020, mediante la indagación de los estados financieros presentados por las empresas de fabricación de calzado en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, la recopilación de literatura, libros, reportes oficiales de organizaciones especializadas y teorías relacionadas con las estructuras de las empresas. También se toma información del directorio de empresas del INEC a fin de identificar el número de unidades productivas dentro del sector, por lo que se utilizará la técnica documental para examinar la información sobre la dinámica de la economía local y regional de la ciudad de Ambato, para observar el grado de inserción y competencia de los productores de calzado en el mercado.

Todo ello permitirá comparar la evolución de este sector en el periodo de tiempo establecido. Posteriormente, se calculan indicadores de concentración industrial, tales como el índice C4 y el índice de Herfindahl-Hirschman para obtener resultados sobre los niveles de concentración de la producción manufacturera de calzado e igualmente, con respecto al tercer objetivo de investigación se realiza el cálculo del índice de Lerner, aspectos que serán procesados y analizados de forma cuantitativa, con el propósito de determinar el impacto de la competencia en empresas y fábricas de calzado.

Tabla 1: Matriz de Variables

Variable	Definición	Indicadores	Técnica / Instrumentos
Independiente: Nivel de concentración	Las actividades económicas se concentran en ciertos lugares específicos, formando mercados importantes (Asuad & Normand , 2007)	Índice de Herfindahl-Hirschman Índice C4 Índice de Lerner	Exploratorio/ Analítico
Dependiente: Producción manufacturera de calzado	Actividad económica del cantón Ambato	Nivel de concentración de la actividad económica	Analítico / Cuantitativo

Elaboración: Dayana Gancino

Fuentes de Información

Los datos necesarios para la investigación son obtenidos por medio de fuentes primarias y entidades oficiales: El Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), Banco Central del Ecuador, Servicio de Rentas Internas (SRI), Asociaciones de Industriales del Ecuador, Ministerio de Productividad, Superintendencia de Compañías, la Cámara de Comercio de Ambato y la Cámara de Industrias y producción de Tungurahua.

Fundamentación Teórica

En esta sección se presenta una revisión bibliográfica tomando como referencia diversas teorías y aportes de distintos autores que permitió comprender y sustentar el análisis de interés del presente estudio para responder a las preguntas planteadas. Como primer aporte se tomó la teoría de desarrollo territorial a partir de conceptualizaciones de territorio, región y desarrollo local.

Teoría de desarrollo territorial

El territorio puede entenderse como un espacio de la soberanía, y es especialmente relevante para la geografía política (Capel, 2016, p. 1). Este concepto planteado por el autor, ha cambiado conforme a las dinámicas y evolución de las sociedades, a fin de convertirse en un concepto polisémico que se aplica indistintamente para el análisis de los procesos de desarrollo a nivel local o territorial (Valle, 2012).

Rodríguez (2015) plantea que, la visión territorial del desarrollo, tiende a diferir de los aspectos funcionales de este tema, dado que no solo se puede analizar el desarrollo económico a partir de los recursos disponibles (trabajo, capital y recursos naturales), así como de los procesos de innovación, tecnología y economías externas, sino que se debe considerar los procesos presentes en las dinámicas de los mercados, que son en sí mismos condicionantes para la estructura y funcionamiento de la economía de un determinado sector.

Pecqueur, (2000 citado en Valle, 2012, p.16) por su parte, tiene la noción de la dinámica de territorio como una visión más amplia donde se incluye a la dimensión social, a partir de la cooperación entre diferentes actores en un punto de anclaje geográfico para crear recursos concretos, que pueden sustituir a recursos o capitales no existentes dentro del territorio.

Este autor se refiere a la comprensión e importancia de las relaciones presentes en determinados sectores de la economía. como aspecto fundamental y de necesario estudio para poder impulsar nuevas dinámicas que permita un mejor crecimiento o surgimiento de nuevas dinámicas a partir de las ya existentes. En efecto, el concepto de territorio está vinculado con el concepto de espacio, razón por la cual, el territorio se centra en un espacio pluridimensional construido

sobre la base económica productiva y estrategias desarrolladas por actores individuales o colectivos (Valle, 2012).

Concepto de Región

En el caso de la región existen diversas definiciones y abordajes filosóficos de su concepto, por lo que el autor Daza (2018), la define de la siguiente manera:

“La región es un concepto paramétrico en tanto responde al diseño de formas y estructuras complejas de construcción las cuales permiten reconocer necesidades como: distinguir, representar, catalogar, diferenciar una variable del resto. En este caso, la variable es el territorio y el carácter de singularidad de la comunidad humana asentada en él (p. 157)”.

De esta definición sobre la región, se puede deducir de forma análoga, que esta viene a ser una unidad social y espacial, la cual, circunscribe ciertos códigos similares, en cuanto a su cultura, historia y naturaleza de los recursos naturales presentes. De igual manera, juega para su definición los aspectos de las relaciones internas y externas de ese espacio identificado como región, y que tiene proximidad de naturaleza económica, política, social y cultural.

A partir de la década de los 60, el uso del término región fue referenciado para describir un área que era utilizada como destino de la aplicación de políticas económicas y desarrollo social, dado que muchas de las estrategias diseñadas eran para el desarrollo regional, como base para el desarrollo y equilibrio en los distintos espacios geográficos. De esta forma, la región se considera como un espacio geográfico delimitado cuyos límites dependen de un elemento ordenador del territorio, lo cual, puede ser subnacional o supranacional (Espejo, 2003)

Desarrollo Regional y Local

Las teorías de desarrollo regional y local tienen valor para el análisis territorial, debido a que lejos de tratar o estudiar los aspectos vinculados con las variables económicas de un país o dinámicas globales, procura basarse en el desarrollo interno de cada territorio, sin embargo, no se desestima el efecto real que pueden tener algunos condicionantes del orden de cada país o tendencias mundiales de los mercados.

Sobre este particular Meyer-Stamer (2004), indica que existen seis elementos que inciden en el desarrollo económico de un área territorial específica: La gobernabilidad, el desarrollo sostenible, la sinergia y focalización política, los factores de localización, grupos meta y la administración de los procesos.

En la investigación de Tello (2006), se proponen otra serie de condicionantes del desarrollo regional y local, identificando por su parte cinco elementos de importancia para su determinación: los agentes participantes, los factores de localización, los factores de organización, las instituciones y los mercados.

Ambos teóricos coinciden en que el desempeño del desarrollo que evidencia una región o localidad, será el producto de la interrelación entre distintos actores que tienen vínculo directo o indirecto con la actividad económica que se desarrolla. De este relacionamiento seguramente surgen algunos enfoques que favorecen el ejercicio de la economía, o generan deficiencias y desequilibrios en estos mercados.

Sin embargo, los modelos que se desarrollan en cada región de acuerdo a sus características, sólo podrán en consecuencia ser replicados en otra región que tenga características similares, en cuanto a los condicionantes referidos por estos autores, asociado al tamaño del mercado, la vocación productiva de la zona y las condiciones sociales, económicas y culturales de ese espacio territorial. Lo ideal para el desarrollo regional y local, es que los factores políticos generen el ambiente óptimo para que los actores económicos funcionen según sus propias dinámicas y consoliden la actividad desarrollada.

Ventaja comparativa

Para iniciar este abordaje investigativo, vale la pena comentar la teoría propuesta por David Ricardo (1817), sobre la cual, introduce el término de ventaja comparativa en el comercio internacional, en esta obra el autor demuestra gran afinidad por los principios de Adam Smith, en cuanto a la libertad en el comercio como medio para distribuir más eficientemente el trabajo entre países, y además permitía la especialización en la producción de determinados bienes, que incluso beneficiaban a los países con menor productividad.

Esta ventaja expuesta por Ricardo, permitió visualizar en aquellos países con menor productividad, la oportunidad de tomar ventaja por la vía de la especialización en aquellos sectores donde podían dirigir sus esfuerzos disminuyendo costos e incrementar la producción para el consumo nacional e internacional.

Lo anterior supone que, para poder establecer una estructura de mercado óptima para la producción de determinado bien, su configuración debe ser en términos verticales y horizontales, el de una actividad económica que, por producción a escala o capacidad de disminuir costos, pueda ejercer su actividad a precios competitivos en el mercado. Entonces la concentración de las industrias puede tener un ámbito de beneficios para los participantes de un sector y no sólo a las empresas con mayores capacidades técnicas o financieras.

Ventaja Competitiva

Sastre (2009), define la ventaja competitiva de la siguiente manera:

“La ventaja competitiva es la situación o circunstancia que da preferencia competitiva a una empresa en una actividad económica concreta que puede venir motivada por una tecnología superior, por un menor coste de un determinado factor de producción por el acceso privilegiado a un mercado, por un mayor reconocimiento en su marca, etc (p. 250)”.

Por otra parte, Ricardo (1973), asume que, en el caso de la ventaja comparativa, la división del trabajo y la especialización en aquello donde se puede generar mayores ventajas, pudieran venir en mayores beneficios de manera global, aun en aquellos casos donde no existiera la ventaja absoluta propuesta por Adam Smith.

De lo anterior se desprende que la diferencia entre ventaja competitiva y comparativa, es que la primera se caracteriza por tener elementos diferenciadores que impactan su competitividad al tener menores costos que la competencia, mientras que la ventaja comparativa viene dada por la ventaja que da la especialización del trabajo que redundará en mayores facilidades en la producción.

Diamante de Porter

El diamante de Porter, es una herramienta que permite la evaluación de una industria, empresa o sector, a través de un sistema mutuamente auto reforzante, ya que lo que sucede con algún determinante también está bajo dependencia del estado de los otros determinantes. Entonces Porter (1991), plantea un sistema en el que papel de cada uno de sus componentes se puede analizar y apreciar por separado, dado que en su conjunto permite conocer la interrelación entre sí, y el desarrollo y resultados de cada uno siempre tiende a afectar o beneficiar al resto de los componentes.

Posner (2011), refiere que el diamante de Porter, permite identificar la disponibilidad de los recursos y técnicas necesarias para aprovechar la ventaja competitiva de un determinado sector, así como la información que permite detectar oportunidades que orientan las acciones y técnicas de las industrias. Con esto se puede afirmar que esta herramienta constituye un pilar para las decisiones empresariales desde el punto de vista de la competitividad, y más aún como son las presiones a que se somete la empresa al momento de invertir o innovar.

Para este tipo de análisis, Porter (1991), plantea 5 fuerzas que se pueden describir a continuación:

- La amenaza de entrada de nuevos competidores.
- El poder de negociación de los proveedores.
- El poder de negociación de los compradores.
- La amenaza del ingreso de productos sustitutos.
- La rivalidad entre los competidores.

El análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter, permite estudiar el entorno en el que desempeña sus operaciones una empresa, y el mismo sirve como herramienta para diseñar las estrategias competitivas más adecuadas dependiendo del sector y el tipo de industria, visto que permite conocer cuáles son los factores que afectan la competitividad de una empresa, industria o sector, la posición que ocupa dentro del mercado, las tendencias sobre la oferta y demanda de los productos, y los parámetros que pueden condicionar determinados escenarios.

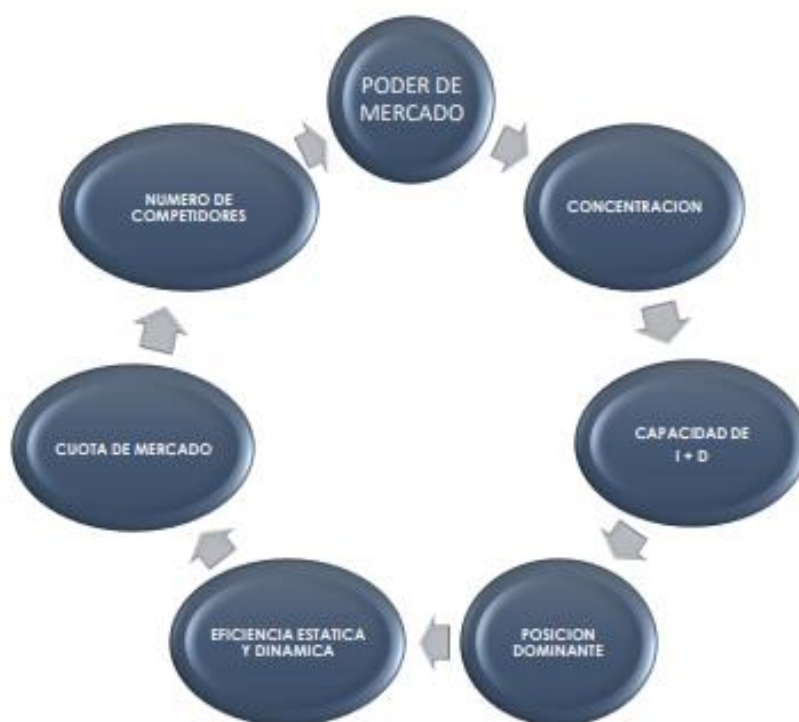
Teoría de la organización industrial

Bain (1959), introduce la Teoría de Organización Industrial, la cual es el comienzo de la literatura empírica que se interesa por la organización industrial y la relación entre tasas de beneficio de las empresas y concentración de los mercados para el caso de las empresas manufactureras norteamericanas. Esta teoría es el producto del estudio sobre el comportamiento de mercados imperfectamente competitivos y de las empresas que los conforman. Asimismo, al autor se interesa en la política antimonopólica que se ejerce a través de políticas y regulaciones que se encargan de preservarla, por lo que con su teoría propone el paradigma de la Estructura – Conducta – Desempeño (ECD), en función de su atención dirigida a la no ocurrencia de conductas monopólicas que afecten la competencia y el mercado en general.

Los aportes de esta teoría radican en que para la época se inician las discusiones alrededor de la autonomía de la organización industrial, y las barreras de entradas, los precios y los beneficios de las empresas, que es lo que términos de su trascendencia le otorga a la organización un punto de interés aparte y autónomo del análisis económico como era conocido.

En función de esta teoría, Del Prete (2016), plantea a través de la siguiente figura, las condiciones que se requieren para ejercer el poder en el mercado, lo cual tiene que ver necesariamente con el nivel de concentración presente, la capacidad de investigación y desarrollo (I+D) de cada actor económico. Entonces, la posición predominante la puede tener una empresa en función de su eficiencia estática, su cuota de mercado y por su puesto la cantidad de competidores.

Figura 1: Condicionantes del poder de mercado



Fuente: Del Prete (2016)
Elaborado por: Dayana Gancino

Para Bain (1959) necesariamente se debe analizar las variables presentes en las estructuras de los mercados, en el sentido de: número de compradores y vendedores, como expresión de la oferta y la demanda, así como el grado de diferenciación de los productos ofertados por cada uno, las barreras de entrada a ese mercado, nivel de complejidad de la tecnología para el proceso productivo, nivel de integración vertical u horizontal y los precios. Esto no es más que la estructura detallada que va a permitir conocer y explicar el comportamiento que se desarrolla y que repercute en términos generales en el volumen de ventas de los oferentes de ese bien.

Teoría de la localización

Weber (1929), fue uno de los primeros autores en estudiar de manera formal las ventajas que representan la localización industrial como condicionante de la rentabilidad, dado que determinada posición geográfica podía incrementar la posibilidad de reducir costos y beneficiar los resultados en comparación con otro lugar.

Para Weber los principales factores de costos que se pueden asociar a la ubicación geográfica son: tipo de industria, contexto del grupo de empresas de un mismo sector, costo del trabajo, transporte, materia prima y capital entre otros.

Las principales causas que pueden incidir en los factores que favorecen o no a la estructura de costos de las industrias según su localización, se encuentran los vinculados a la geografía, como por ejemplo la topografía, el clima, condiciones atmosféricas y cualquier otra que no pueda ser afectada por el hombre. Asimismo, existen factores vinculados a condiciones socioculturales, como por ejemplo los hábitos de consumos, hábitos laborales, vocación religiosa de la población, entre otros.

En el caso en que todos los factores que inciden en el costo se encuentran plenamente controlados, y no tienen mayor incidencia en estos, entonces todo se reduce al costo del transporte, como único condicionante en este caso que tiene incidencia directa en el costo y precio y que puede afectar la competitividad en el mercado.

Concentración Industrial

La concentración de las industrias, es una característica que distingue y permite conocer cómo se encuentran estructurados los mercados, y describen las relaciones y grados de control que tienen las grandes empresas. Distintos autores desde el siglo pasado han intentado modelizar las estructuras de los mercados, y los resultados que estas pueden alcanzar.

Para Scherer (1980), la concentración industrial es una variable que determina la característica de los mercados en cuanto a la distribución de las empresas que lo conforman, y que refleja el grado de presencia de empresas grandes, medidas estas a través del volumen de sus ventas o la cantidad de empleados. De esto se desprende que la medición de la concentración, pudiera

reflejar el nivel de desigualdad o no entre las empresas presentes de un determinado sector económico.

Ávila (2019), refiere que en la práctica la estructura de mercado según el paradigma clásico de la economía, se entiende que las condiciones de mercado son relativamente permanentes en cuanto a las barreras de entrada y que se enmarcan en un contexto exógeno que también lo limita en cuanto a la oferta y la demanda. Aun cuando estos supuestos clásicos tienen alguna vigencia teórica, no es menos cierto lo propuesto por sus detractores en cuanto a la no observancia de los méritos propios de las empresas medidas a través de su eficiencia, lo que a su vez supone que la concentración industrial puede ser el resultado de las empresas con mayor eficiencia versus aquellas que no alcanzan mejores posiciones competitivas.

Estructuras de Mercado

Tirole (1990) plantea, que la estructura de mercado se caracteriza por factores como el número de compradores y vendedores, la diferenciación en la oferta de los productos y servicios, las barreras de entrada, entre otros. Lo anterior también hace suponer que condiciones y aspectos económicos como la elasticidad del precio y los productos sustitutos, también pudieran estar presente en la configuración de la estructura del mercado según el nivel de competencia presente en su dinámica o sector.

El autor presenta las cuatro formas más comunes o predominantes en los mercados, las cuales pueden ser: competencia perfecta, competencia monopolística, oligopolio y monopolio. Hablar de competencia perfecta en los mercados, es reconocer la existencia de una gran número de empresas que compiten entre sí, y en el otro extremo de esta definición se encuentra el monopolio, el cual describe una estructura de mercado donde la empresa no enfrenta a otras similares en el mercado.

Para el caso de las situaciones que se encuentran en el medio de las situaciones antes descritas, se encuentra la competencia monopolística, en el cual las empresas que tienen poder de mercado, no cuentan con protección de las barreras de entrada, y por su parte el oligopolio, las pequeñas empresas si cuentan con protección de estas barreras en el mercado.

Es de comentar que de acuerdo a la forma del mercado donde se encuentre operando una empresa, la misma determinara el comportamiento y las estrategias que cada empresa puede adoptar a fin de preservar relativa concentración de poder e influencia en el mercado.

Por otra parte, es importante hacer algunas definiciones propias de las estructuras de los mercados, dada su importancia para el presente estudio. A saber:

- **Competencia perfecta:** “Mercado en el que hay un gran número de compradores y vendedores de una mercancía, en donde se ofrecen productos similares o tipificados, además hay libertad absoluta para los compradores y vendedores, sin control ni reglamento para fijar precios”. (Astudillo, 2012, p. 12).
- **Competencia imperfecta:** Para Samuelson y Nordhaus (2002), la competencia imperfecta se refiere a los mercados donde no existe competencia perfecta, porque al menos un vendedor (o un comprador) es suficientemente grande para influir en el precio de mercado.
- **Monopolio:** “Es el fenómeno que se presenta cuando hay una sola empresa como único vendedor, que tiene bajo su dominio la producción y venta de una o varias ramas de la industria”. (Astudillo, 2012, p. 18).
- **Duopolio:** “El duopolio corresponde a un tipo específico de oligopolio en el que existen tan solo dos oferentes en el mercado” (Lara, 2016, p. 2).
- **Oligopolio:** “Se dice que hay oligopolio cuando se tiene más de un vendedor en el mercado, pero no en tal cantidad que la contribución de cada uno de ellos se vuelva imperceptible”. (Astudillo, 2012, p. 81).
- **Competencia monopolística:** “También llamada mercado competitivo, es aquella donde hay una gran cantidad de firmas de la independiente que tienen una proporción muy pequeña de la cuota de mercado” (Neri & Trejo, 2009, p. 20) .
- **Monopsonio:** “Situación de un mercado donde solo existe un comprador que es capaz de fijar los precios para maximizar sus beneficios” (Pomareda, 2016, p. 13).

Loría & Parkin (2015), señalan que se debe considerar varios factores para establecer qué estructura de mercado describe mejor un mercado cercano al mundo real. Uno de estos factores es el grado en que el mercado está dominado por unas pocas empresas y para medir esta característica, los economistas utilizan índices de concentración. Cabe indicar que la

producción manufacturera se concentra en ciertos lugares específicos, formando mercados importantes que coinciden con las ciudades principales, por lo que una o unas cuantas ciudades actúan como lugares centrales (Asuad & Normand , 2007).

Índice de Herfindahl-Hirschman

El índice de Herfindahl-Hirschman fue una medida de competencia ampliamente utilizada en los Estados Unidos durante la década de 1980, cuando el Departamento de Justicia de ese país la utilizó para clasificar los mercados. Este índice proporciona una serie de ventajas teóricas que lo distinguen de otros indicadores, por lo que es ampliamente aceptado en investigaciones, porque es fácil de calcular, requiere muy poca información para calcular y, además, el valor obtenido se puede interpretar directamente (Sáenz, Páez, & Sánchez , 2014).

Este índice, es frecuentemente utilizado por las instituciones gubernamentales encargadas de diseñar las políticas públicas, con el fin de determinar o medir el grado de concentración de un sector económico específico o industrias en particular, la intención es conocer a través de este cuales son las cuotas de mercados de las empresas, y generar un atributo que pueda denotar su comportamiento a través de su variación calculada en un periodo.

De acuerdo con Loría & Parkin (2015) el índice de Herfindahl-Hirschman es la sumatoria del cuadrado de las participaciones porcentuales:

$$H = \sum_{i=1}^N S_i^2$$

Donde:

S_i : Es la participación porcentual de cada empresa dentro del mercado

N : Es el número total de empresas.

Si el índice de Herfindahl-Hirschman está entre 0.10 y 0.18, el mercado se considera moderadamente competitivo; pero un mercado donde los resultados del índice están por encima de 0.18 se considera no competitivo (Loría & Parkin, 2015). De lo expuesto por estos autores se puede inferir que resultados por encima del límite superior, describen mercados altamente concentrados, y por debajo del límite inferior, describen mercados con poca concentración. Por

otra parte, la determinación matemática del mismo, indica que cuando disminuye el número de empresas en determinado sector económico, el índice de Herfindahl-Hirschman aumenta.

Índice C4 (Concentración de las empresas más grandes)

Para medir la concentración de las empresas más grandes de un determinado sector o industria de la economía, es la ratio de concentración, la cual se determina mediante la sumatoria de las “N” mayores empresas presentes en el mercado. En este sentido, para efectos del presente estudio, se calcula dicho índice de concentración de cuatro empresas representativas (C4), y su resultado expresa el porcentaje del valor de las ventas que corresponde a estas empresas y el intervalo del coeficiente va desde casi cero cuando es competencia perfecta y hasta 100 por ciento en el caso del monopolio (Loría & Parkin, 2015):

$$C_4 = \sum_{i=1}^4 S_i$$

Siendo $S_i = q_i/Q$, donde q_i es la cantidad producida por la empresa i y Q es la producción del sector. Dicho coeficiente da como resultado una ratio de la concentración de las empresas más grandes, mediante la suma de las cuotas de mercado.

Un aspecto crítico de este índice, es que omite aquellas dinámicas que inciden en las estructuras de las empresas más pequeñas, pues sólo se ocupa de las N mayores en el mercado. En este sentido la visión limitada del índice, puede no ser muy útil para la generación de políticas públicas por parte de las instituciones gubernamentales, no obstante, si tiene utilidad en la determinación de monopolios o figuras comerciales que sirven de distorsionadoras de los mercados.

Índice de Lerner

El índice de Lerner es formulado por Abba Lerner en 1934, el cual refiere gran utilidad para medir las capacidades de control sobre el mercado o capacidad monopólica de una empresa. Bajo este contexto, este indicador de concentración toma en cuenta la relación precio – costos, que identifica la estructura de producción y costos de la empresa para determinar el grado de

concentración (Fonseca , 2020). Está determinado según Cantillo (2020), de la siguiente manera:

$$\frac{p - c'(q)}{p} = \frac{1}{\epsilon}$$

Cuando $\epsilon = \infty$ alcanza un equilibrio competitivo porque $p = c'(q)$. En una situación no competitiva $\epsilon \leq 1$, entonces significa que no se ha alcanzado el equilibrio. Esto se debe a que la empresa puede seguir aumentando el precio sin reducir la cantidad. Para que el precio sea significativo debe ser $\epsilon > 1$. Cuanto más cerca se encuentre una empresa cercana al 1, la empresa tendrá más poder de mercado debido a la elasticidad demanda precio.

Según sea el resultado arrojado por este índice, el mismo podrá ser referencia para las empresas sobre en qué momento se pueden realizar ajustes a sus precios, considerando sus costos marginales y el efecto estimado en la demanda.

Evaluación del marco teórico

La profundidad del marco teórico en el estudio proporciona ideas, teorías y conceptos para la explicación del desarrollo de la investigación. En esta investigación las estructuras de mercado como el monopolio, duopolio, oligopolio, competencia perfecta y competencia monopolística permiten mejorar notablemente la contextualización de la investigación, con el fin de analizar las diversas características del mercado de calzado.

En el trabajo se ha propuesto índices de concentración como herramientas de aplicación para distinguir distintos elementos dentro del sector; entre los cuales se nombran al índice de Herfindahl-Hirschman, índice C4 y el índice de Lerner para la manufactura de calzado. Estos índices de concentración contienen características que figuran en la industria teniendo en cuenta la estructura de mercado, al mismo tiempo, proporcionan resultados aproximados de las condiciones de competencia al analizar el poder que tienen las empresas.

En conjunto, con el análisis de cada elemento presentado en el marco teórico tiene relación con la concentración industrial y las formas de mercado, que tiene conexión con la competencia, por lo que es fácil abordar un análisis riguroso del poder de mercado que gozan las unidades

productivas. De tal manera que, es posible encontrar resultados satisfactorios basados en los objetivos de la investigación.

Capítulo I

Marco empírico de la industria del calzado

Peña (2015), realizó una investigación titulada Factores de éxito en las aglomeraciones de calzado, el cual planteó su investigación para identificar aquellos aspectos y mecanismos que pudieran ser determinantes para analizar el impacto de la concentración económica a nivel global que es fundamental para lograr una ventaja competitiva y brindar desarrollo en la industria, pero a su vez, se ha determinado que estos agregados por sí solos no son garantía de crecimiento de la industria, puesto que estas industrias deben ser dinámicas, centradas en el mercado internacional e innovadoras. Para la realización de este estudio, se desarrolló una investigación cualitativa aplicada y de tipo documental, mediante la combinación de artículos académicos, libros y recursos electrónicos reconocidos a nivel nacional e internacional sobre la industria del calzado de América, Europa y Asia.

El estudio realizado por Pineda y Mendoza (2018), refiere una experiencia internacional en su trabajo titulado análisis y caracterización de la industria del calzado de cuero en el clúster del barrio restrepo, la cual tuvo como objetivo analizar la situación del sector del calzado de cuero y marroquinería en el barrio Restrepo en Colombia, frente al impacto que significan las importaciones del calzado de China, en ese sentido fue necesario verificar la competitividad del sector, la concentración industrial, y la aplicación de estrategias por parte de este clúster, mediante el empleo de la teoría del diamante de Porter, de la ventaja competitiva nacional. Para este estudio se aplicó una revisión y análisis documental bibliográfico, y un trabajo de campo mediante una entrevista semi estructurada a una muestra de los productores de calzado de la zona geográfica delimitada. Los resultados obtenidos afirman que la conformación de la estructura del mercado del calzado en el barrio Restrepo, ha significado por su concentración una gran fortaleza, pues ha permitido generar estrategias conjuntas para el avance en materia de competitividad e investigación de manera conjunta como clúster. Asimismo, los autores concluyen afirmando que el avance del grupo empresarial es directamente proporcional al

esfuerzo y las condiciones de crecimiento económico del país, como factores fundamentales para el éxito del conglomerado.

En la industria del calzado en Perú los investigadores Linares et al. (2016), realizaron un estudio titulado planeamiento estratégico de la industria del calzado, con el objetivo de generar una propuesta al sector que permita impulsar un desarrollo económico sostenido durante los próximos 10 años. El estudio se plantea con un análisis documental y revisión bibliográfica, que permite analizar de manera exhaustiva los factores internos y externos de la industria del calzado en Perú. De igual manera los autores plantean la elaboración de distintas matrices que permiten diseñar estrategias retenidas o principales para cumplir con objetivos propuestos a corto y largo plazo, en función de la visión trazada. Las estrategias que surgieron del estudio se centraron en la conformación de clústers en el norte, centro y sur del país con la finalidad de diseñar productos con mayor valor agregado, mejores condiciones para la captación de financiamiento para la inversión en infraestructura operativa y mayor capacitación en el proceso productivo, que permitan mayor eficiencia y protección al medio ambiente, que permitan mayor competencia en el mercado nacional e internacional. Los autores afirman que la implementación del planeamiento estratégico, es indispensable la participación activa del estado peruano para formalizar las propuestas con políticas gubernamentales que permitan realizar acciones concretas en la conformación de cada clúster determinado para cada región antes comentada, con especial énfasis en la innovación y tecnología en Lima y Arequipa.

Este estudio permite poner en relieve la importancia de la generación de propuestas para fortalecer sectores productivos de la mano de las políticas gubernamentales, pues de esta forma no solo se pueden visualizar acciones concretas que consideren a todas las partes interesadas, sino que también permite al Estado generar políticas antidumping que favorezca la producción nacional y contrarreste los efectos de las empresas transnacionales.

Martínez y Merino (2017), llevaron a cabo una investigación titulada la estrategia de retorno de la industria española: El caso del sector calzado en Alicante, su importancia y determinantes, en la cual se propusieron como objetivo analizar los procesos de retorno al país de origen de algunas fases del proceso de producción que anteriormente se había ubicado en países extranjeros en el sector económico del calzado. Se explica que dentro de los cambios más importantes que se experimentaron en las estructuras productivas a nivel mundial durante los siglos XX y XXI, fue la deslocalización de las empresas, la cuales le permitió a los países más

desarrollados migrar actividades productivas a países con menor desarrollo, con la principal intención de reducir costos y mejorar posiciones competitivas. Para esta investigación los autores utilizaron una metodología de estudio de caso a las empresas del sector calzado. Los resultados de la investigación señalan que la estrategia de relocalización se utiliza como respuesta a los cambios en el entorno de algunas empresas, motivado principalmente a las crisis económicas y que no se encontraban presentes al momento de decidir deslocalizar. En contextos más actuales, la reducción de los plazos de entrega y los aumentos en la flexibilidad de la distribución vienen a ser los principales motivos de aumento de la producción nacional y la reducción de las importaciones de productos similares.

Este paper presenta un aporte en el sentido de la explicación de la recepción de inversión extranjera que en ocasiones se puede hacer para aprovechar oportunidades de mercado, pero que al mismo tiempo va en deterioro de la producción nacional del país receptor, ocasionando una pérdida de competitividad de los productores locales.

Los autores Sánchez et al. (2018), realizaron una investigación en el mercado del calzado boliviano, titulada El efecto de la importación de calzados en la economía boliviana del 2006 al 2017, el cual tuvo como objetivo analizar el impacto que han tenido las importaciones de calzado en la industria boliviana para el periodo 2006 – 2017. Los autores manifiestan que en el mercado boliviano la actividad de manufactura de calzado es desarrollada por diversas empresas de diversos tamaños, tanto nacionales como internacionales, y cada una de ellas diferenciada por tres pilares fundamentales: la fuerza de trabajo, las máquinas y las herramientas, que posibilitan y definen la competitividad del mercado. En Bolivia, el sector productivo dedicado al calzado, es una de las actividades económicas que más aportan al PIB del país, y su desempeño significativo es visto como señal del crecimiento económico a nivel nacional. Los autores plantearon una investigación de tipo descriptiva y documental, soportada con información oficial sobre la producción de este producto. A partir de su revisión se pudo observar que el sector calzado en Bolivia ha venido creciendo de manera sostenida gracias a la alta demanda, a pesar de las limitaciones que se presentan a nivel nacional por razones económicas y de las importaciones que permiten la incursión de marcas nacionales. No obstante, se ha podido observar de igual forma que la producción de calzado en el ámbito artesanal se ha venido estancando y ha perdido competitividad por la llegada de calzado asiático. Aun cuando en los principales hallazgos no se encuentran cifras oficiales sobre el comportamiento de la producción nacional, se pudo afirmar que hubo un crecimiento de los

sectores más industrializados, en detrimento de los sectores más artesanales, a la vez que las capacidades competitivas para la exportación han demostrado gran estancamiento.

Este trabajo permite aportar a la presente investigación, la experiencia boliviana en la cual se puede conocer que las importaciones del calzado proveniente de los países asiáticos, afectan a la economía boliviana y a la producción nacional por escalas de producción, es decir afecta en mayor medida a los sectores artesanales, mientras que los más industrializados tienen mayor capacidad de competir con estos y afianzar su presencia en la oferta nacional.

Reche (2019), realizó por su parte una investigación titulada ¿Un clúster industrial en América Latina? la industria mexicana del calzado de cuero en León, Guanajuato, el cual tuvo como objetivo analizar las capacidades localizadas que intervienen, condicionan y promueven la competitividad del clúster del calzado en la industria mexicana ubicada en Guanajuato. El autor presenta las interrogantes investigativas que apuntan a la existencia de condiciones para conformar clúster fuera de los países industrializados y los límites presentes en las aglomeraciones que se conforman en América Latina. Para esta investigación el autor realizó un arqueo documental con revisión bibliográfica sobre el desarrollo del clúster, sus fortalezas y debilidades en la región, así como sus condiciones históricas y el perfil que se puede identificar en la actualidad, donde se evidencian dificultades en la cadena productiva. El estudio concluye afirmando que las posibilidades de éxito dependen en buena medida de las medidas económicas adoptadas por los estados.

Este artículo permite conocer bibliografía de relevancia para efectos del presente estudio, así como la identificación de aspectos que permiten concluir la necesidad de la acción conjunta de actores privados y actores de los gobiernos centrales para poder ejecutar acciones que marquen la diferencia en el éxito o no del sector del calzado en todos los países.

Miranda (2017), presentó una investigación sobre la expansión, crisis y reconversión en la industria del calzado del Sur de Europa. Un análisis comparativo, el cual tuvo como objetivo analizar la evolución de la industria del calzado en tres países al sur de Europa, desde mediados del siglo XX hasta la actualidad. Asimismo, se procuró estudiar la crisis sufrida por la industria del calzado y como las empresas han reaccionado ante las dificultades en estos países. El trabajo realizado con un tipo descriptivo y documental, permite denotar las coincidencias cronológicas entre las crisis de Italia, España y Portugal, así como la implementación de la

deslocalización como estrategia para superar algunas adversidades aunado a la preservación de sueldos y salarios bajos para contener los costos de producción. Al final el autor hacer ver las diferencias fundamentales entre estos tres países, básicamente en cuanto a la evolución de sus crisis y los tipos de cambios de sus economías.

Este análisis aporta las estrategias que aplicaron tres economías europeas para superar las crisis presentadas, las cuales al final fueron efectivas para la recuperación del sector del calzado y fortalecer su presencia en los mercados europeos más allá de las adversidades registradas y experimentadas durante las crisis económicas.

Asimismo, Gracia (2017), realizó una investigación de la teoría industrial: un vínculo con el clúster del calzado, la cual tuvo como objetivo analizar las fuerzas de atracción que incidieron en la región de León en Guanajuato, México, para convertirse en un polo de desarrollo regional, precisamente a partir de la industria del calzado. La metodología utilizada por este autor, se basó en el análisis crítico a la teoría industrial, fundamentalmente en la localización, la aglomeración y el clúster nacional. En este sentido se planteó una investigación de contraste, la cual permite vincular un fenómeno teórico con una investigación empírica. Entonces, realizaron entrevistas a empresarios del calzado ubicados en esta región, para determinar las causas empíricas que generaron la localización, aglomeración industrial y condiciones presentes en el mercado del calzado de León. El estudio concluye afirmando que la existencia de un clúster de calzado en León, se ha constituido de manera cultural y por vocación pues la región tiene historia en la manufactura de calzado, gracias a los factores presentes de materias primas y demás insumos que facilitan su conformación. Asimismo, el autor refiere que la efectividad en el funcionamiento de este conglomerado pudiera ser mejor si la comunicación entre los actores presentes, fuera de mejor manera entre proveedores y empresas. El autor afirma que el mayor impulso de este clúster en León, se registró a partir de la década de los años 60, donde en este municipio surgieron las asociaciones de productores de calzado.

Este trabajo permite conocer los alcances que puede tener un clúster para el desarrollo económico de una región o municipio con el concurso de todos los actores presentes. El éxito por tradición en León, propone que las políticas gubernamentales deben establecerse a corto, mediano y largo plazo para poder facilitar la conformación de un aglomerado de esta naturaleza.

Además, la literatura muestra que para tener una medida más precisa del tipo de mercado y el nivel de concentración que realmente prevalece en cada actividad industrial, es fundamental que los resultados encontrados sean evaluados junto con los demás factores, como la apertura al exterior, competencia potencial, poder de negociación de proveedores y clientes, entre otros (Sáenz, Páez, & Sánchez, 2014).

La Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (2006), realizó una investigación titulada Programa Integrado para el Mejoramiento Sustentable de la Competitividad Industrial, la cual tuvo como objetivo ofrecer una oportunidad a la ONUDI, al Gobierno de Ecuador y demás partes interesadas, para conocer las distintas comprobaciones y conclusiones comunes sobre los resultados y éxitos que se pudieron lograr con la implementación del Programa Integrado en Ecuador, así como conocer las distintas recomendaciones que sugirieron aplicar para la posibilidad de desarrollar la segunda fase del programa. La metodología empleada fue la de evaluación de los resultados del Programa Integrado, sus componentes, la integración, sinergia e impacto total generado. Para esta evaluación se analizaron distintas fuentes de información incluyendo informes de avance del programa, autoevaluación, entrevistas a beneficiarios y otros organismos de cooperación.

Entre los principales resultados de esta investigación, se encuentra que las empresas que fueron beneficiadas por la asistencia técnica, mejoraron su desempeño con buen pronóstico de incrementar sus capacidades y mejoras incrementales a partir de las nuevas competencias adquiridas. Asimismo, afirman que el establecimiento de redes empresariales en Atuntaqui y Ambato, pudieron brindar beneficios a los participantes en términos de las nuevas formas de comercializar sus productos. Por último, la investigación afirma que es necesario trabajar para que se mantengan las alianzas que rindieron frutos en los aspectos de comercialización, y la necesidad de mayor apoyo que permita la exportación.

Esta investigación permite conocer la realidad de un sector con determinadas capacidades productivas, y que con la intervención de un programa de acompañamiento puede mejorar sus condiciones competitivas, y mejorar los resultados integrales de su desempeño tanto en términos individuales como colectivos.

El estudio realizado por Benítez & Martínez (2019), sobre el nivel de concentración económica en la producción de calzado en Tungurahua, Ecuador, tuvo como finalidad presentar un análisis

sobre la concentración de empresas de calzado en Tungurahua, dado que en los últimos años el sector ha experimentado un rápido crecimiento en la producción y el comercio a nivel local, así como variaciones en la distribución geográfica que determinan el número de empresas que compiten en el mercado, a través de fuentes secundarias. La metodología utilizada en este estudio es de tipo mixta (cualitativa y cuantitativa), como modo de complementar las fortalezas de ambos métodos y procurar el mejor análisis de la información recopilada. Los resultados del estudio permitieron determinar que la industria del calzado en la provincia de Tungurahua presenta un mercado lineal en el que los consumidores se distribuyen equitativamente, lo que implica la concentración de los vendedores en un solo punto, formando clústeres de actividades económicas orientadas al desarrollo de la productividad de las empresas que lo crean.

Macías y Samaniego (2017), desarrollaron una investigación sobre una propuesta de estrategia digital para la formación de un clúster de Pymes del sector calzado ecuatoriano en la ciudad de Guayaquil, la cual fue realizada con el objetivo de ayudar en el fortalecimiento de la matriz productiva del sector del calzado ecuatoriano, y fomentar su posicionamiento como referencia importante en el mercado. Asimismo, propone la utilización de medios digitales para la conformación del clúster donde se incluya información de interés para las empresas que se dedican a esta actividad productiva. Para la realización del estudio los investigadores utilizaron una metodología con enfoque cuantitativo y descriptivo con trabajo de campo. Para su realización, se incluyó una muestra de Pymes de calzado de Guayaquil, donde se observó su oferta de calzado para hombres y mujeres de diferentes edades y diseños. Los investigadores concluyen afirmando que con su propuesta se acortan las distancias y contactos con sus clientes actuales y potenciales, permitiendo generar ventajas competitivas en los mercados nacionales e internacionales.

Esta investigación es de gran aporte para la presente investigación, visto que permita enfocar algunas estrategias innovadoras que pueden ser implementadas para mejorar el nivel de concentración del sector del calzado y maximizar las oportunidades de dicha actividad económica.

Morales y Lema (2017), realizaron una investigación del oligopolio del sector curtiembre CIU: C151101 y la rentabilidad de las empresas en el Ecuador, el cual tuvo como objetivo identificar las empresas con mayor concentración de mercado en el sector del curtido y adobo de cuero en el Ecuador, así mismo buscó describir el comportamiento de los indicadores de

rentabilidad de las cuatro empresas más representativas del sector y analizar la relación que puede existir entre la rentabilidad del oligopolio y la concentración del mercado de este sector. La realización de este estudio fue a través de la estructuración de cinco modelos econométricos de regresión lineal, por medio de los cuales se analizó la relación existente entre rentabilidad del oligopolio y la concentración del mercado, así como la tasa de crecimiento del PIB y los costos de producción. Conforme con esto, se realizaron test de competencia de los modelos como la prueba RESET de Ramsey, el test de no linealidad y la prueba de Colinealidad utilizando el factor de inflación de varianza. El estudio concluye afirmando que el sector del curtido y adobo de cuero se encuentra concentrado y con ejercicio del poder de mercado, identificando a un oligopolio conformado por Curtiduría Tungurahua, S.A., Servicueros, S.A., Curtiembre Renaciente, S.A. y Tenería San José.

Esta investigación es de gran aporte, pues permite exponer la presencia del oligopolio en un mercado fundamental para el sector del calzado ecuatoriano, y sus principales influyentes en la concentración del mercado. Asimismo, la metodología empleada es de gran utilidad para la determinación de concentración y su relación con la rentabilidad empresarial en este sector de la economía.

En el paper de Mancheno y Villalba (2016), titulado Habilidades directivas y el desarrollo empresarial en la industria de calzado a través de la modelización, tuvo como objetivo proponer un modelo directivo para mejorar la gestión de las industrias del calzado ecuatoriano. Este estudio afirma que la industria del calzado tiene amplias posibilidades para crear un éxito sustentable a partir de los factores existentes que pueden combinarse para mejorar la situación presente en cada región del país, reconociendo la especialización presente en la provincia de Tungurahua. El trabajo para su desarrollo consideró tres fuentes de análisis: 1) Análisis estadístico de la industria por zona, 2) Encuestas procesadas con estadísticas descriptiva de empresas referenciales, y 3) Mediante un modelo de gestión para la competitividad del sector de calzado en entornos generales y específicos. El estudio concluye con el modelo de gestión que proviene de fuentes de información formal e informal, que permite relacionar competitividad del sector a partir de las habilidades gerenciales de los directivos que no las han potencializado al máximo.

Este paper permite conocer una arista de la producción del calzado en Ecuador a partir de la gestión directiva adecuada que potencia sus competencias e incide en los resultados del sector.

Esto pone de manifiesto la importancia de los jefes de empresas como posibles creadores de nuevas dinámicas que pudieran incrementar la eficiencia de la gestión del negocio del calzado.

La evidencia empírica comentada, a su vez va a permitir identificar algunas limitaciones o alcances de investigaciones ya realizadas, así como referenciar metodologías o abordajes que permitan contribuir al presente estudio y su ejecución. Entonces este referente empírico va a permitir nutrir con evidencia científica la intencionalidad investigativa, para fortalecer el estudio y sus resultados.

Capítulo II

Estructura del sector calzado en el cantón Ambato entre el 2016-2020

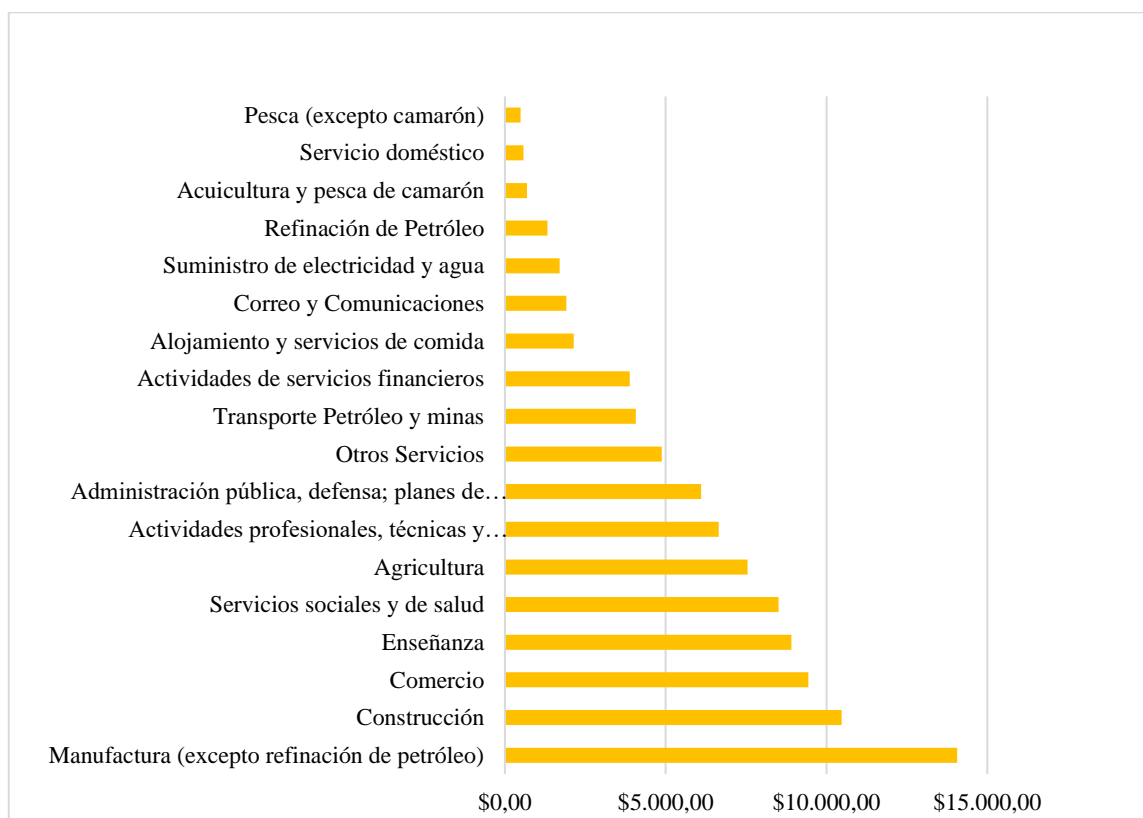
Dinámica de la manufactura de calzado en Ecuador

La trayectoria de la industria manufacturera del calzado en Ecuador ha sido significativa dentro de las actividades productivas de diferentes regiones, especialmente en la región Sierra que es donde existe mayor concentración de la fabricación de calzado; aquí se destaca a las provincias de Tungurahua, Pichincha, Guayas y Azuay.

En Ecuador la dinámica del sector calzado, ha venido demostrando algunas deficiencias en los aspectos organizativos y comerciales, que les ha impedido tener un mayor crecimiento. Esto comentado por Benítez & Martínez (2019) es de gran importancia, pues de manera sencilla y a modo de ejemplo, una medida del gobierno nacional que impulse la protección a la producción nacional frente a las importaciones, fácilmente pudiera desenlazar la importación masiva de productos más económicos que desplazan alternativamente la producción nacional y por ende genera dificultades en el aparato productivo del calzado ecuatoriano.

Estos impactos son de gran interés pues una industria sensible a medida que vayan en contra de su fortalecimiento puede ser la causa de la desaparición de algunas empresas y la falta de incentivo para la inversión en el sector, y afectando en definitiva el valor agregado nacional ecuatoriano. Sin embargo, los resultados observados en el Banco Central del Ecuador (2020) indican que el Valor Agregado Bruto (VAB) del sector manufacturero es de USD 14.062, lo que lo que equivale al 21.0% del total registrado a nivel nacional.

Gráfico 1. Valor Agregado Bruto Nacional 2020



Fuente: BCE (2020)

Elaborador por: Dayana Gancino

El sector manufacturero en Ecuador es un componente importante dentro de la dinámica económica del país y, además, este sector tiene un alto nivel de diversificación en número de actividades económicas en el sistema productivo ecuatoriano mediante la generación de valor agregado. Al analizar la participación del sector manufacturero dentro del Valor Agregado Bruto según el Banco Central del Ecuador al año 2016 este sector tuvo una participación del 16.0%, al 2017 y 2018 su participación es del 15.0%, y en los años 2019 y 2020 la participación se mantiene en 16.0%, siendo un sector significativo para la economía nacional.

En referencia al presente estudio, dentro del sector manufacturero se encuentra la actividad de fabricación de cuero y productos conexos, la cual se divide en tres subsectores que son:

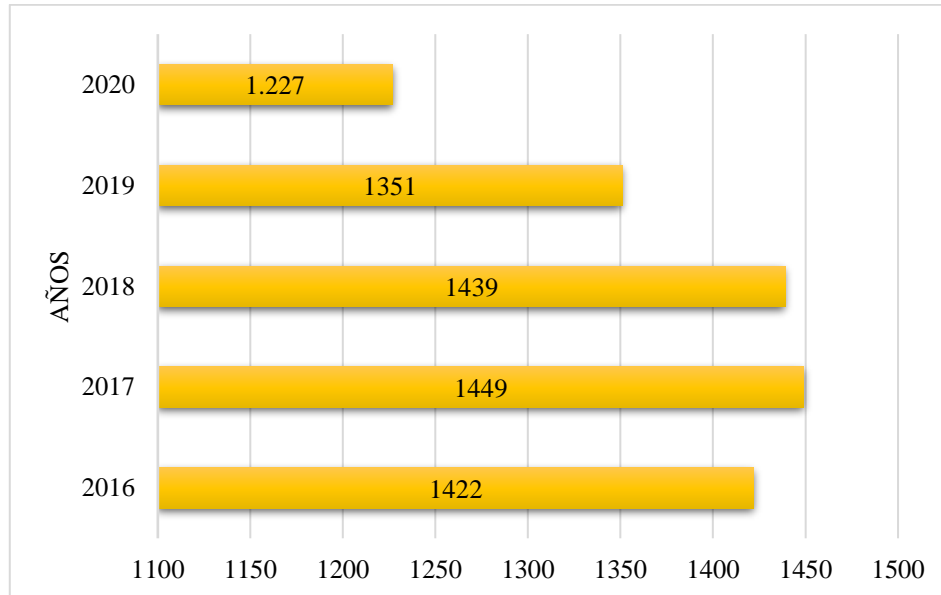
- El curtido y adobo de cueros
- Fabricación de calzado
- Fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares.

En el caso específico del cuero, este involucra no sólo la fabricación de productos de cuero como tal, sino también todo lo relacionado con el calzado, el cual presenta por ser el inicio de la cadena de valor, una alta posibilidad para estructurar un núcleo productivo que pueda perfilarse incluso a la competencia en mercados internacionales. Con respecto a la fabricación de calzado permite ofrecer grandes oportunidades a partir de la comercialización, distribución y venta de todo tipo de calzado, que dentro de Ecuador la diversidad de productores de calzado ha permitido potencializar el desarrollo económico de algunos cantones dentro del país.

Empresas de calzado en Ecuador

A continuación, se presenta la evolución del total del número de empresas en Ecuador, que según el Directorio de Empresas del INEC es el total entre microempresas, pequeñas empresas, mediana empresas y grandes empresas:

Gráfico 2. Evolución del Número de Empresas de fabricación de Calzado en Ecuador 2016-2020



Fuente: INEC

Elaborador por: Dayana Gancino

Como se puede observar del 2016 al 2017 hubo un incremento de 27 empresas de calzado a nivel nacional, pero a partir del 2018 al 2020 el número de empresas disminuye en un 85.0%

al 2020. Hay que acotar que durante este periodo dentro del país la coyuntura económica, política, social y sanitaria ha estado fuertemente vinculada con el tejido empresarial, presentando transformaciones dentro su estructura que genera varias dificultades en su capacidad de sobrevivencia, para enfrentar choques externos que se extienden a todo el ambiente económico.

Como es el caso del año 2020 donde la emergencia sanitaria impacto gravemente el sector suspendiendo las actividades productivas; en este escenario, varias empresas de fabricación de calzado no pudieron resistir el cierre temporal como medida de precaución ante el contagio de la pandemia y a la vez tomaron la decisión de cerrar sus puertas y liquidar su empresa.

**Tabla 2. Distribución del número de empresas del Sector [C] Manufacturas (C1520
Fabricación de calzado) 2016-2020.**

PROVINCIA	Año 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Tungurahua	737	747	751	684	645
Azuay	224	221	221	209	175
Guayas	217	216	189	194	164
Pichincha	96	96	103	99	91
El Oro	39	44	45	43	35
Chimborazo	29	28	28	24	26
Cotopaxi	19	15	17	17	15
Imbabura	16	21	25	25	26
Manabí	11	16	14	13	8
Bolívar	7	8	10	9	8
Santo Domingo de los Tsáchilas	7	11	14	14	15
Los Ríos	5	6	5	3	4
Carchi	4	3	3	2	0
Loja	4	3	0	4	3
Cañar	2	3	2	2	2
Santa Elena	2	3	5	2	5
Sucumbíos	1	3	2	2	2
Napo	1	2	1	1	1
Zamora Chinchipe	1	0	0	0	0
Pastaza	0	1	1	1	1
Galápagos	0	0	0	0	0
Esmeraldas	0	1	0	0	0
Morona Santiago	0	0	2	2	1
Orellana	0	1	1	1	0

Fuente: INEC

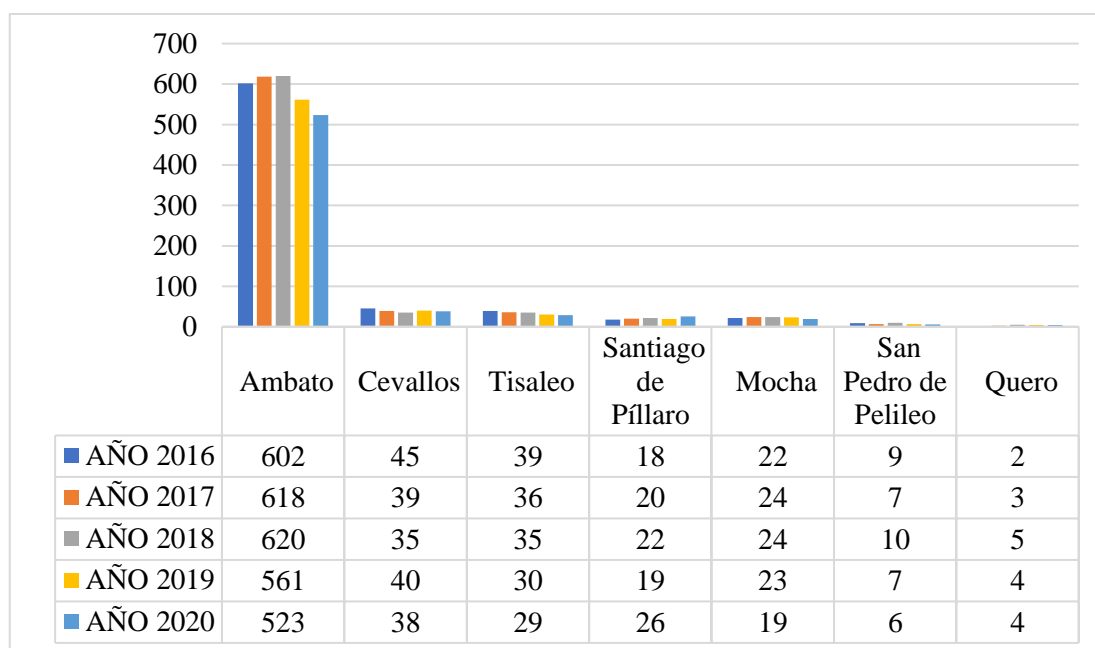
Elaborador por: Dayana Gancino

De la siguiente tabla se deduce que la provincia de Tungurahua se encuentra en primer lugar con el mayor número de empresas de calzado dentro del país, luego se encuentra Azuay que al 2020 representó el 14.0% del total de empresas de calzado, seguido del Guayas con el 13.0% y Pichincha con el 7% representando de esta forma a las principales provincias donde se produce calzado. Con este posicionamiento se evidencia con mayor claridad la importancia del dinamismo de la manufactura de calzado que caracteriza a la provincia.

Fabricación de calzado en la provincia de Tungurahua

En este sentido, todos los cantones de la provincia de Tungurahua tienen una característica que los identifica de acuerdo a la actividad económica en la que se especializan. Por tanto, como se muestra a continuación dentro del objeto de estudio se tiene que Ambato es el cantón que sobresale en la fabricación de calzado en relación con el resto de cantones.

Gráfico 3. Distribución del Número de Empresas de Calzado de la Provincia de Tungurahua entre el 2016-2020



Fuente: INEC

Elaborador por: Dayana Gancino

Entre los años 2016 a 2018 se observó un incremento de empresas llegando a 620, siendo esta cantidad la más alta dentro del período de estudio, debido a que en los siguientes años existe una reducción notable del número de empresas siendo 59 empresas las que salieron del mercado al 2019, de las cuales el 93% fueron microempresas, el 5% pequeñas empresas y el 2% medianas empresas. Para el año 2020 son 38 empresas que salen del mercado, de las cuales el 5% corresponde a las grandes empresas, el 8% a las medianas empresas, el 39% a las microempresas y el 47% a las pequeñas empresas. Lo que demuestra que mayormente las empresas de menor tamaño tienen vínculos débiles con la actividad económica, por situaciones políticas, sociales, económicas y sanitarias que se han extendido en todo el ambiente y que solo algunas empresas han logrado sobrellevar de manera adecuada.

Sector Manufacturero del cantón Ambato

Ambato a diferencia de la mayoría de cantones de la sierra ecuatoriana, tiene como característica distintiva, el predominio de la pequeña propiedad agraria en contraposición del sistema latifundista que es más común en otras regiones del país. Esta condición ha permitido que sus territorios sean muy dinámicos y propicios para la diversificación productiva y la innovación.

Asimismo, las experiencias de procesos productivos a nivel provincial y por ende a nivel cantonal, han reportado experiencias exitosas, como por ejemplo el sector metal-mecánico, el cual ha logrado elevar sus niveles de productividad, y buena conexión con los mercados internacionales, aunado al resto de subsectores que dependen de este para sus propios procesos. Otro sector económico que ha mostrado gran avance en la producción, es el de la fabricación de cuero y productos conexos, que aun cuando mantiene características artesanales los mismos han logrado un vínculo estratégico con la incorporación de la tecnología. Ambas situaciones permiten lo que hoy en día ha favorecido un mejor nivel de industrialización.

Tabla 3: Principales sectores económicos de la manufactura en relación con el número de empresas del cantón Ambato 2016-2020

SECTOR MANUFACTURERO	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
C14 Fabricación de prendas de vestir.	1379	1333	1331	1355	1226
C15 Fabricación de cueros y productos conexos.	772	777	759	670	618
C10 Elaboración de productos alimenticios	420	442	459	470	467
C31 Fabricación de muebles.	279	265	252	235	212
C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.	268	265	241	254	234
C13 Fabricación de productos textiles.	204	208	211	208	201
C16 Producción de madera y fabricación de productos de madera y corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de paj	156	158	144	150	128
C32 Otras industrias manufactureras.	125	127	129	131	135
C23 Fabricación de otros productos minerales	125	125	120	113	107
C18 Impresión y reproducción de grabaciones	119	124	121	142	132
C33 Reparación e instalación de maquinaria y equipo.	96	85	79	88	77
C29 Fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques.	76	72	76	81	75
C28 Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.	57	64	70	60	59
C27 Fabricación de equipo eléctrico.	40	46	40	34	30
C20 Fabricación de sustancias y productos químicos.	37	37	43	48	47
C22 Fabricación de productos de caucho y plástico.	35	39	36	39	42
C17 Fabricación de papel y de productos de papel.	16	16	19	16	21
C24 Fabricación de metales comunes.	15	14	16	14	11
C11 Elaboración de bebidas	9	10	13	18	20
C21 Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico.	6	7	7	7	9
C26 Fabricación de productos de informática, electrónica y óptica.	3	3	5	4	3
C30 Fabricación de otros tipos de equipos de transporte.	3	4	2	4	4
Total general	4240	4221	4173	4141	3858

Fuente: INEC

Elaborado por: Dayana Gancino

Como se observa en la tabla anterior, dentro de las dos principales actividades del sector manufacturero se encuentra la fabricación de prendas de vestir con 1379 empresas a las 2016 y 1226 empresas al 2020, seguido de la fabricación de cueros y productos conexos con 772 empresas al 2016 y al 2020 con 618 empresas. Por otra parte, los sectores con menor número de empresas se encuentra la fabricación de productos de informática, electrónica y óptica donde se destaca que al 2018 surgieron más empresas en relación con años anteriores, sin embargo, al 2020 decrece nuevamente a 3 empresas y por último se encuentra la fabricación de otros tipos de equipos de transporte con 4 empresas que durante el 2016 al 2020 el número de empresas no ha tenido mucha variación.

Por tanto, con respecto a las principales actividades económicas que se desarrollan en el cantón, se puede considerar como un motor económico para Ambato en el sector manufacturero la gran presencia de empresas de fabricación de cuero y productos conexos.

Caracterización del subsector fabricación de cueros y productos conexos

Según la información del Banco Central del Ecuador esta industria incluye teñido de pieles, la transformación de pieles en cueros mediante operaciones de curtido y adobo, y la fabricación de productos de cuero terminados. También comprende la fabricación de productos similares a partir de otros materiales (imitación de cuero o sustitutos del cuero), como zapatos de goma, maletas tejidas, etc. Los productos elaborados a partir del cuero se incluyen en esta división porque el proceso de fabricación es similar al de los productos de cuero (equipaje) y normalmente se fabrican en la misma unidad.

Tabla 4. Participación de las actividades económicas en la Fabricación de cuero y productos conexos

Actividad Económica	2016	2017	2018	2019	2020
C1511 Curtido y adobo de cueros; adobo y teñido de pieles.	9%	9%	8%	6%	6%
C1512 Fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares, artículos de talabartería y guarnicionería.	13%	12%	10%	10%	10%
C1520 Fabricación de calzado.	78%	80%	82%	84%	85%

Fuente: INEC

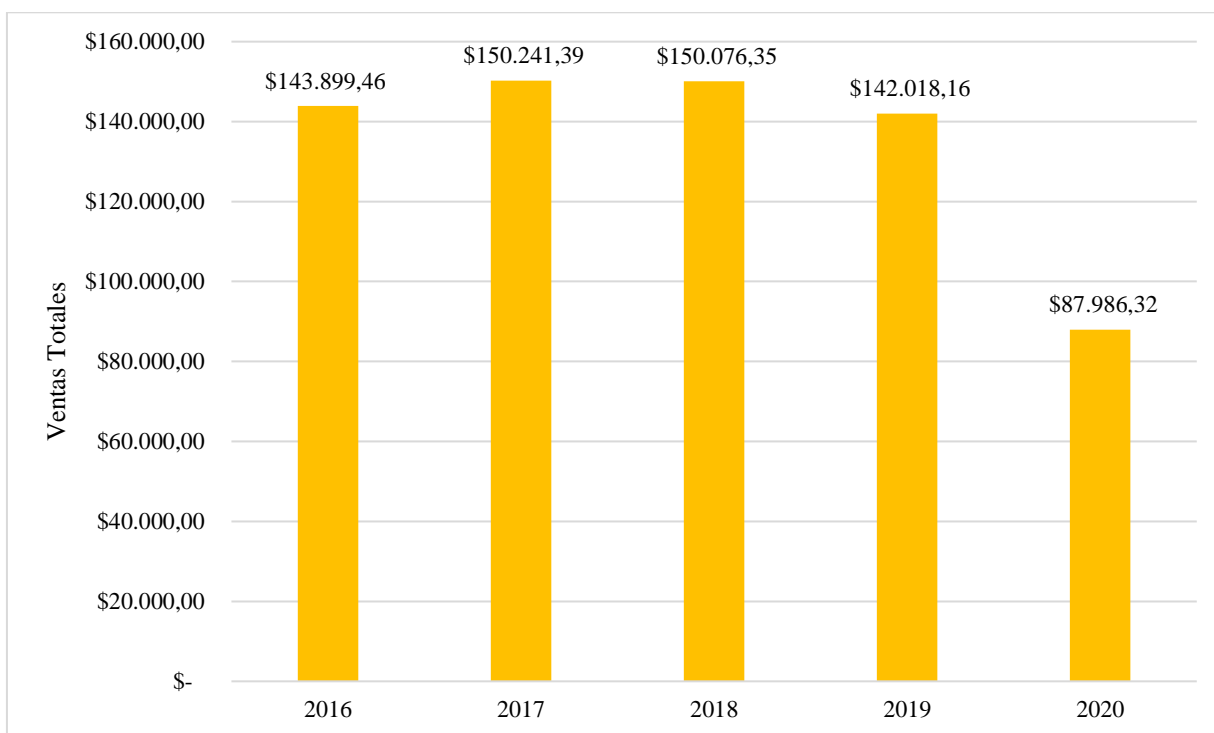
Elaborado por: Dayana Gancino

Como se observa en la tabla al 2016 el 78% de las actividades económicas dentro de la fabricación de cuero y productos conexos se encuentran concentradas en la fabricación de calzado al igual que en el 2020 con el 85%, y la diferencia se encuentra distribuida en el curtido y adobo de cueros y la fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares, artículos de talabartería y guarnicionería.

Fabricación de Calzado en la industria manufacturera en Ambato

El grafico 4 muestra las ventas totales de la fabricación de calzado en el periodo de estudio, clasificado por el sector manufacturero dentro de la fabricación de cuero y productos conexos.

Gráfico 4. Ventas totales de la fabricación de calzado 2016-2020



Fuente: INEC

Elaborado por: Dayana Gancino

La industria de la fabricación de calzado ha demostrado ser un eje importante para la economía de la ciudad, lo que se ve reflejado en el nivel de ventas en miles de dólares que obtiene el sector. En el 2016 de acuerdo con datos del Directorio de Empresas el sector registró ventas totales de \$143.899,46. Hecho que ha demostrado un crecimiento significativo con respecto a los años siguientes, en donde las ventas ascienden a \$150.241,39 y \$150.076,35 en los años 2017 y 2018 respectivamente, pero, en los años siguientes el total de ventas decreció hasta llegar al 2020 a \$87.986,32. Ello asociado a crisis políticas, económica, sociales y sanitarias donde la industria se vio colapsada y por ende la demanda de calzado se vio contraída.

Sin embargo, no solo se debe a estos factores sino también a las condiciones internas dentro de las empresas cuando enfrentan dificultades, lo que genera una contracción de la producción o el cierre de la empresa, generando una reducción en cada año del periodo de estudios.

Tabla 5. Promedio en ventas por tipo de empresa en la Fabricación de calzado; periodo 2016-2020

Tipo de empresa	Ventas Promedio (miles de dólares)	Participación promedio dentro del sector Fabricación de cueros y productos conexos
Microempresa	\$ 660,33	5%
Pequeña empresa	\$ 13.540,49	11%
Mediana empresa	\$ 8.475,97	9%
Grande	\$ 96.671,38	62%

Fuente: INEC

Elaborado por: Dayana Gancino

En función de los resultados expuestos en la tabla se evidencia que la grande empresa representa el mayor promedio en nivel de ventas durante el periodo de análisis, lo que representa un gran potencial productivo al tener una participación dentro del sector de la fabricación de cuero y productos conexos del 62%, sin embargo hay que resaltar a la pequeña empresa con un nivel de ventas promedio de \$13.540,49, seguidas de las medianas empresas con \$8.475,97 y por último las microempresas con un nivel de ventas de \$660,33 lo que representa el 5% dentro del sector. La participación de las fábricas productoras de calzado es máxima, alcanzado altos niveles de participación dentro del sector.

Empleo en la fabricación de calzado del cantón Ambato

El empleo dentro de este sector ha registrado una contracción durante los últimos años del periodo de estudio 2019 y 2020. Dado que al 2019 el número de empleo total del sector de fabricación de cuero y productos conexos fue de 4,148 mientras que para el año 2020 fue 3,548 donde el 24% corresponder al empleo registrado promedio de mujeres y el 75% a los hombres.

Tabla 6. Empleo registrado promedio de los subsectores de la fabricación de cueros y productos conexos, periodo 2016-2020

Años	Curtido y adobo de cueros; adobo y teñido de pieles	Fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares artículos de talabartería y guarnicionería.	Fabricación de calzado	Total, sector: Fabricación de cuero y productos conexos
2016	479	75	3,937	4,491
2017	478	69	3,772	4,319
2018	475	71	3,834	4,380
2019	407	62	3,679	4,148
2020	328	57	3,163	3,548

Fuente: INEC

Elaborado por: Dayana Gancino

En función de lo planteado en la tabla se observa el aporte en el empleo de las empresas de fabricación de calzado siendo significativa al registrar 3,937 de empleo al año 2016, luego 3,772 y 3,834 al año 2017 y 2018 respectivamente. Con respecto a los dos últimos años se observa una contracción de 3,679 de empleo registrado al 2019 y 3,163 al 2020, generando problemas para el sector.

No obstante, se determina que la fabricación de calzado corresponde a la actividad económica que genera el mayor aporte de empleo para Ambato, mientras que el curtido y adobo de cueros también registra un aporte significativo, dado que generó 479 de empleo al 2016 y por último la fabricación de maleras, bolsos de mano y artículos similares registró 75 de empleo registrado en el 2016 y al 2020 decrece a 57 de empleo, este problema de la reducción de empleo se lo puede asociar con problemas que fueron mencionados anteriormente, debido a que se vincula con la reducción de la cantidad de empresas durante el 2019 y 2020.

Empresas de Fabricación de Calzado en la industria manufacturera en Ambato

Con respecto al total de empresas de calzado, se destaca a las siguientes empresas que serán descritas a continuación por la disponibilidad de información de las mismas.

PLASTICAUCHO INDUSTRIAL

Es una empresa que cuenta con más de 55 años de experiencia y presencia en el mercado del calzado (desde 1965). Se especializa en el diseño y fabricación de calzado de todo tipo y para diferentes usos, debido a la amplia gama de líneas de calzado como: Casual, Tela y cuero, tejidos urbanos, deportivos, escolar y botas (para la seguridad agrícola e industrial). La empresa se encuentra ubicada en Ambato y opera bajo un sistema de gestión de calidad certificado según ISO 9001.

MILBOOTS CIA. LTDA.

La empresa fue constituida el 11 de enero de 2007, actualmente se encuentra activa y esta ubicada en el cantón Ambato. Se dedica a la fabricación de calzado, botines, polainas y artículos de seguridad industrial similares para todo uso. Además, se especializa en el desarrollo de productos específicos para todo tipo de clientes, así como accesorios para ergonomía de pies.

COMPAÑÍA DE FABRICACIÓN DE CALZADO LUIGI VALDINI SANTLUIGI

La fecha de constitución de la empresa fue el 23 de mayo de 2001. Su ubicación es en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato. La empresa se especializa en la fabricación de calzado policial, militar y formal en material de cuero y sintético, con ventas al por mayor y menor de todo tipo como botas, botines, rebajados y de seguridad. Su objeto social es la elaboración, distribución, importación, exportación, comercialización, de calzado de todo tipo. Además, según una entrevista realizada al vocero de la empresa Oscar Urbina destaca que Luigi Valdini produce diariamente 300 pares para hombre y mujer, basados en modelos italiano y que sus productos han llegado a establecimientos comerciales en Guayaquil, Cuenca, Loja, Quito, Manta y Machala. Los zapatos se venden en cadenas minoristas como Etafashion, DePrati y Casa Tosi (Líderes, s.f.).

MANUFACTURAS DE CUERO CALZAFER CIA. LTDA.

La empresa fue constituida el 13 de marzo de 1996, se encuentra ubicado en la ciudad de Ambato y se encuentra dentro de la clasificación de las mediana empresas. Es una empresa que se orienta al diseño, fabricación y comercialización de calzado de las líneas; casual, infantil y ortopédico, sin embargo, la línea que mayor crecimiento tiene es el calzado infantil.

Sin embargo, hay que resaltar que el crecimiento de la empresa durante el periodo 2016 al 2020 no ha sido constante dado que, según los estados financieros que la empresa presenta a la Superintendencia de Compañías al 2018 cambia el tipo de empresa y pasa a la clasificación de pequeña empresa, luego al 2019 sus ingresos por ventas se reducen a \$-67.194,40, lo cual es crítico para la empresa ocasionando que al 2020 no se presenten sus estados financieros.

IPC DUBLAUTO ECUADOR CIA. LTDA

La fecha de constitución de la empresa fue el 13 de septiembre de 2011 y es una empresa de tamaño pequeña; cuyo objeto social es la fabricación, producción, transformación, tratamiento compra, venta, importación, exportación, representación, consignación y distribución de maquinaria, plantillas, calzado, partes, piezas e insumos para calzado. No obstante, la empresa según datos de los estados financieros presentados de la empresa a la superintendencia de compañías la empresa ya no registra sus estados financieros en el 2018, 2019 y 2020.

EXIMDOCE S.A

La fecha de constitución de la empresa fue el 19 de julio de 2011 es una empresa de tamaño pequeña, dedicada a la fabricación de calzado para mujer en todas sus líneas. Hay que resaltar que según la superintendencia de compañías la empresa presenta cambios al 2020 ya que se convierte en una microempresa.

CALZADOMILPIES CIA.LTDA.

La empresa fue fundada en 03 de junio de 2016. Actualmente fabrica calzado en todas las líneas para hombre y mujer. En sus últimos aspectos financieros destacados, según la superintendencia de compañías al 2020 la empresa reportó un crecimiento negativo.

MAQUINARIA NARANJO VASCONEZ MAQUINAVA S.A.

La empresa es una microempresa y fue constituida el 5 de febrero de 1998, se dedica a fabricación de calzado, botines, polainas y artículos similares para todo uso, de cualquier material y mediante cualquier proceso, incluido el moldeado (aparado de calzado).

CALZADO LIWI

Es una fábrica que produce calzado personalizado con construcción biomecánica, basado en datos de huella y medidas del pie, a través de ajustes ortopédicos individuales; previo a un Diagnóstico Biomecánico Clínico DBC (postura, marcha, pie).

BUFFALO CALZADO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

La empresa se encuentra ubicada en el cantón Ambato y se especializa en el calzado de seguridad industrial como: botas con punta de acero o punta de policarbonato botines Dieléctricos botas tipo Militar, botas petroleras botas térmicas. zapatos para enfermeras, zapato casual de dama y caballero y calzado deportivo con punta de acero.

Concentración de la industria manufacturera del calzado en Ambato

En relación con el capítulo 1 se plantea que algunos autores académicos han realizado investigaciones que ha develado evidencia empírica para poder comprender algunos alcances y características del sector calzado en el cantón Ambato, con información que permite estructurar a partir de las nuevas evidencias halladas, algunas conclusiones de la realidad del sector del calzado ecuatoriano. Tal es el caso de Ruiz (2018), quien en su investigación afirma que la mayor parte de la producción del calzado ecuatoriano se realiza en la provincia de Tungurahua, y de allí el 84% corresponde a la ciudad de Ambato, con comercialización principalmente en el centro comercial Juan Cajas, donde se puede evidenciar una oferta variada de calzado para la población ecuatoriana. Para el caso de las empresas grandes como Plasticaucho Industrial, S.A., que ya tienen marcas posicionadas, pueden exportar sus productos hacia Colombia y Perú.

Bajo este contexto Benítez y Martínez (2019), afirman que una de las limitantes para la caracterización y análisis del sector del calzado en el cantón Ambato, es la ausencia de información oficial, pues sólo se cuenta con información del directorio de empresas del INEC al 2020, el Banco Central del Ecuador y la Superintendencia de Compañías. No obstante, para el análisis de la concentración industrial de la manufactura de calzado en Ambato se tomo a las empresas que registran sus estados financieros a la Superintendencia de Compañías.

A partir de lo anterior, para conocer la estructura del mercado del calzado en Ambato, en el siguiente cuadro, se presenta de forma resumida, los principales aspectos que pueden condicionar el mercado según su forma, y que a su vez sirve de referencia para el análisis de la estructura del mercado del sector manufacturero de calzado en el cantón Ambato, para el periodo 2016-2020, y de esta manera cumplir con la primera pregunta de la investigación planteada.

Tabla 7. Formas de mercados más comunes

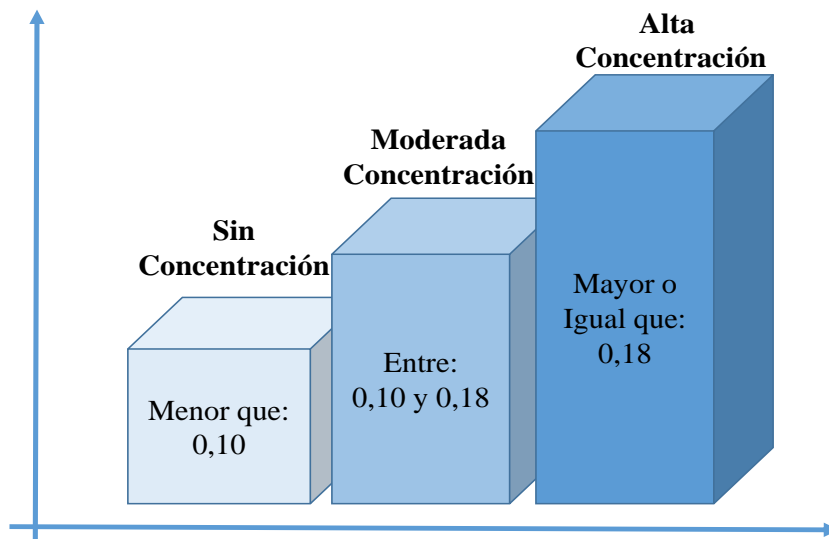
Forma de mercado	Cantidad de empresas	Barreras de entrada	Naturaleza del producto	Implicación de la curva de la demanda de la empresa
Competencia perfecta	De muchas a infinitas	Ninguna	Homogénea	Tendencia horizontal
Competencia monopolística	Muchas	Ninguna	Bienes y servicios diferenciados	Disminuye, pero es elástica
Oligopolio	Pocas	Algunas	Pueden ser bienes y servicios diferenciados y homogéneos	Decrece, pero con sensibilidad a la variación de precios de la competencia
Monopolio	Sólo una	De importancia	Únicos	Desciende y es inelástica

Fuente: Tirole (1990)

Elaborado por: Dayana Gancino

También fue utilizado el indicador de Herfindahl-Hirschman, para medir la concentración específica en este mercado. En este sentido se tendrán en cuenta para este índice, los siguientes parámetros en función de los resultados obtenidos.

Gráfico 5. Criterios de evaluación índice Herfindahl-Hirschman

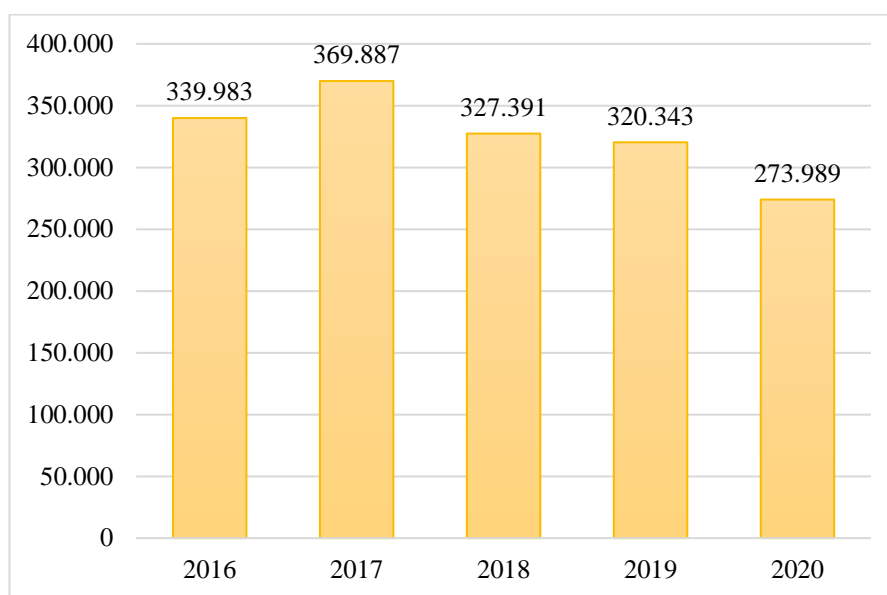


Fuente: Loría y Parkin (2015)

Elaborado por: Dayana Gancino

Para el análisis del índice de Herfindahl-Hirschman, se tomó los datos y la información de las empresas que registraron sus estados financieros en la SUPERCIAS de la actividad económica de fabricación de calzado, botines, polainas y artículos similares para todo uso, de cualquier material y mediante cualquier proceso, incluido el moldeado (aparado de calzado), para cumplir con los fines investigativos, y obtener la información correspondiente al periodo 2016-2020.

Gráfico 6. Cantidad promedio de pares producidos registrado por las empresas seleccionadas para el análisis de concentración



Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Dayana Gancino

Con base en los datos presentados en el gráfico, se puede observar que en la mayoría de los periodos analizados se registra igual número de pares productivos. Esto excluye 2020, en el que la producción disminuyó, de 320 34 pares en 2019 a 273 989 pares en 2020. Esta información es relevante para el cálculo del índice de concentración que se muestra a continuación.

Tabla 8. Concentración de mercado en función de las cantidades vendidas

Años	Nivel de concentración promedio
2016	0,89
2017	0,89
2018	0,87
2019	0,87
2020	0,89

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Dayana Gancino

Como se observa en el cuadro anterior, luego de registrar las cantidades vendidas por empresas manufactureras durante el periodo en estudio, se puede apreciar que, en promedio, el resultado del índice Herfindahl-Hirschman, es de 0,88 lo cual se corresponde con un mercado altamente concentrado. Es decir que según los autores Romero, Rodríguez, Quiel , & Dangond (2019)

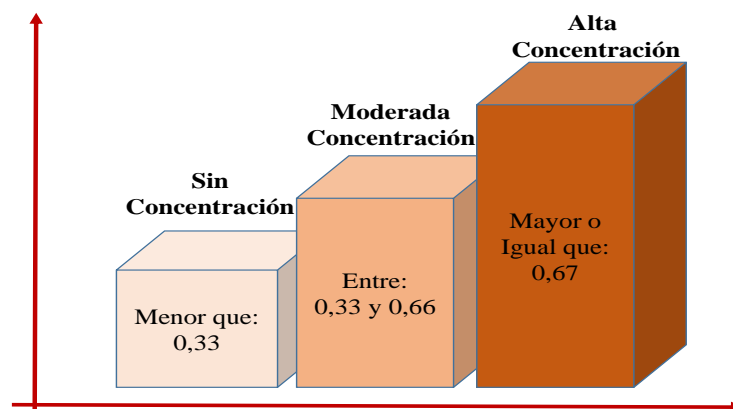
se debe a que en Anbato existe sola una empresa de tamaño grande, por lo que el mercado estará altamente concentrado por la diferencia que existe entre el tamaño de empresas que fueron analizadas.

Además, los autores argumentan que la desventaja de este índice es que puede sobrevaluar a las grandes empresas, lo que a su vez puede verse como un beneficio, dado que, durante este periodo, la empresa Plasticaucho Industrial S.A, al ser la única grande empresa pudo concentrar alrededor del 90% del mercado de la producción y ventas de calzados en Tungurahua. Estos resultados comprueban el liderazgo que marca en el mercado la empresa Plasticaucho Industrial, S.A., que ha sabido acumular experiencia y procesos productivos que permiten generar procesos en buenos criterios de efectividad en su oferta de valor al mercado ecuatoriano Solís (2018).

Asimismo, esta concentración de mercado concuerda con lo mostrado en la tabla 1, la cual permite conocer la presencia de una competencia monopolística, la cual se caracteriza por encontrar muchos competidores, pocas barreras de entrada y productos ofertados con diferencias en el mercado que determinan la aceptación de los consumidores finales por algunas marcas y características específicas.

Posterior a los resultados obtenidos con el índice Herfindahl-Hirschman, se determinó el índice de concentración de cuatro empresas (C4), a los efectos de comparar sus resultados con el índice anterior y medir la participación de las 4 empresas más grandes. Los parámetros utilizados para su análisis fueron los siguientes:

Gráfico 7. Criterios de evaluación índice concentración mayores empresa (C4)



Fuente: Benítez y Martínez (2019)

Elaborado por: Dayana Gancino

A partir de los parámetros indicados en el gráfico 7 se obtuvieron los siguientes resultados del índice C4

Tabla 9. Concentración de mercado de las 4 mayores empresas

Empresas	2016	2017	2018	2019	2020
PLASTICAUCHO INDUSTRIAL	0,95	0,94	0,93	0,93	0,94
CALZADOMILPIES CIA.LTDA.	0,02	0,02	0,03	0,03	0,03
COMPAÑIA DE FABRICACION DE CALZADO LUIGI VALDINI SANTLUIGI CIA. LTDA.	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
MILBOOTS CIA. LTDA.	0,01	0,01	0,02	0,02	0,01
	0,99	0,99	0,99	0,99	0,99

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Dayana Gancino

Los resultados obtenidos y que se observan en el cuadro anterior, luego de registrar las cantidades vendidas por las 4 empresas manufactureras más grandes durante el periodo en estudio, se puede apreciar que en promedio el resultado del índice C4, es de 0,99 lo cual ratifica que en el trabajo de campo realizado se puede describir un mercado altamente concentrado, y bajo un ambiente de competencia monopolística con alta dependencia en estas empresas en cuanto a la producción y ventas de calzados en Tungurahua.

Afirman Guamán (2017), que en Tungurahua existe un número bajo de empresas grandes y medianas dedicadas a la producción y ventas de calzado, siendo la mayoría microempresas y artesanos. En su estudio, la investigadora afirma que el 94% de estas empresas no se dedican a la exportación, y que al menos un 52% de estas afirma que sus ventas han venido disminuyendo, y un 47% reportan una disminución también en la producción.

Además, refiere que el sector de la fabricación de calzado en Ambato, seguirá siendo dependiente de algunas empresas y tendrá predisposición a la alta concentración económica, en tanto no existan mecanismos que permitan el fortalecimiento de la infraestructura productiva actual, su modernización y mejor capacitación empresarial que resulte en mayores capacidades competitivas y menores dependencias de las empresas líderes del mercado para abastecer el consumo del mercado.

Por su parte Lescano (2015), comenta que la ubicación geográfica de Tungurahua en el corazón del Ecuador, ha permitido establecer una serie de vínculos productivos dado que la zona favorece la vinculación y articulación a nivel nacional con las distintas regiones y provincias. Esto comentado por el autor, explica que, desde la ciudad de Ambato, se imprime gran dinamismo al aparato productivo ecuatoriano, que puede ir desde pequeños productores agrícolas a medianos empresarios de una amplia gama de manufacturas, procesos más industriales, pero también artesanías.

A partir de lo anterior se puede comentar que Ambato, es la ciudad mejor ubicada en el territorio, pues en el intercambio interregional la misma constituye la espina dorsal de la geografía ecuatoriana. Esta condición, aunado al predominio de artesanos, microempresas, pequeñas y medianas empresas, han sido la base estructural para el desarrollo de red de ferias alternativas a las dinámicas comerciales tradicionales que se observan en Guayaquil y Quito. Aun cuando estas relaciones representan una gran ventaja para la conformación de clúster productivos especializados, lo cierto es que, en el escenario de la economía de Tungurahua, no se aprecia un dominio completo por parte de algún actor productivo o comercial en específico, sino que todos forjan la dinámica presente en la actualidad.

Ventajas y desventajas de la concentración del sector calzado

La conformación de los clústeres industriales, suponen un fortalecimiento integral de la producción de determinados rubros de la economía y de allí la importancia de conocer su estructura para procurar todas las ventajas posibles que este representa. Si se logra un mercado con competencia perfecta para el sector del calzado en Ambato, las posibilidades de éxito de forma inclusiva pueden referir saldos importantes para el desarrollo económico y crecimiento sostenido de los indicadores económicos consolidados e individuales del colectivo productivo.

En este sentido se pueden referir las siguientes ventajas y desventajas de la concentración económica del sector de Ambato a continuación:

Ventajas:

- Amplia cobertura de la oferta de calzado de la zona.
- Mayor atención de los organismos públicos para el diseño de políticas orientadas a fortalecer la producción y especialización del calzado.
- Líneas de productos alternativos, conformando una oferta variada.
- Especialización de la producción, obteniendo beneficios por las economías de escala.
- Mayor predisposición para la articulación dinámica de los productos y los sectores horizontales y verticales de la cadena productiva.

Desventajas:

- La ausencia de políticas efectivas hacia los artesanos y pequeños productores puede ocasionar el cierre de determinadas unidades de negocio, por su sensibilidad ante situaciones de crisis económicas.
- Menor contribución marginal o impacto real al precio final de las ventas, lo que en ocasiones pone en ventaja a las empresas con mejor tecnificación y mejor punto de equilibrio.
- Sin políticas adecuadas que protejan la producción nacional, no se puede competir con los productos de origen asiático.

- Ausencia de políticas de formación conjunta, que permita que la mano de obra en general alcance niveles superiores en beneficio de la industria y con mayores condiciones para la exportación conjunta.
- Desaprovechamiento de las oportunidades que brindan la ubicación geográfica, al carecer de un diseño integral que permita un mejor funcionamiento del clúster del calzado, asociado a la carencia de la promoción de este producto en mercados internacionales.

En definitiva, dentro del cantón Ambato, sus capacidades productivas y organizativas permitieron que los productores fueran paulatinamente incursionando en la comercialización de sus productos, en primer lugar, como actividad complementaria a las labores agrícolas, y luego como actores comerciales que son capaces de ejercerla como actividad principal. Entonces se observa una región que tiene capacidades de comercio especializado, y de allí el surgimiento de la red de ferias que dinamiza su economía y sirve de soporte a las actividades primarias de la economía tungurahuese, y que son capaces de llegar a mercados más alejados, lo cual extiende el alcance de la producción local.

Capítulo III

Análisis de la competencia a las empresas del sector calzado en el cantón Ambato entre el 2016-2020

Los resultados de los datos obtenidos de las empresas de fabricación de calzado en Ambato, fueron analizados en el capítulo anterior a través de los indicadores de Herfindahl-Hirschman y la concentración de las 4 mayores empresas, lo que deja claro que en el periodo 2016 – 2020 la situación de competencia en el sector del calzado en Ambato se encuentra lejos de una competencia perfecta. Su alta concentración se asemeja a una condición de competencia monopólica o incluso en términos prácticos, al de una situación de monopolio donde una empresa es la que refiere mayor dominio y presencia en el mercado.

Esta situación pudiera explicarse a través del principio de Bain (1951), quien proponía que existe una relación muy positiva entre el nivel de concentración en el mercado y los beneficios económicos que estos implican, dependiendo el total de empresas y el número de operaciones que cada una de estas controla.

Sin embargo, para el caso ecuatoriano, lejos de evidenciar una carencia de competencia, se observa que existe un gran número de pequeñas empresas, cuyas escalas no permiten configurar una nueva estructura de mercado. En este punto determinante, resulta conveniente la aplicación de un proceso de mejora continua, aprovechando el aprendizaje y la innovación.

Diagnostico situacional del Sector Calzado mediante el análisis de las Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades en Ambato

Para efectos de profundizar en la comprensión de la situación general del sector del calzado en el cantón Ambato, se realizó un análisis FODA mediante información indagada en la Cámara Nacional del Calzado (Caltu), para identificar y comprender aquellos aspectos externos e internos que se encuentran relacionados en la producción del calzado, a efecto de procurar maximizar las oportunidades y ventajas y mitigar los aspectos de debilidades y amenazas.

El resultado permitirá constituir una buena base referencial de la situación en la que se encuentran los productores de calzado para competir, con el fin de mejorar el panorama socio económico y productivo del sector manufacturero del calzado.

Fortalezas

- Actores productivos que tienen gran presencia en el mercado, poseen avances tecnológicos incorporados en sus procesos.
- Variedad de oferta de marcas y modelos en el mercado.
- Puntos de ventas fijos, con capacidad de ampliar las cadenas de comercialización a otras zonas del país.
- Amplia trayectoria y conocimiento en la actividad productiva, que fija confianza en los consumidores.
- Precios variados y competitivos.
- El sector del calzado constituye una referencia de potencialidades productivas y organizativas del Ecuador.
- Ubicación geográfica óptima para la creación y fortalecimiento de alianzas comerciales en otras regiones.

Oportunidades

- Demanda creciente de la producción de Tungurahua.
- Establecimiento de alianzas con proveedores de materias primas (integración vertical).
- Salvaguardas a la importación de productos del cuero y calzado.
- Apreciación del dólar, mejorando el poder adquisitivo.
- Políticas públicas destinadas al fortalecimiento de los productores más pequeños, permitiendo especializar alguna línea de productos y la incorporación de tecnología productiva.
- Acuerdos comerciales con países de la región, que permita promocionar la producción nacional con miras a la exportación.
- Dinamizar la producción y comercialización de calzado, a través de operaciones de comercio electrónico.

- Realizar intercambios productivos, de conocimiento y transferencia tecnológica con otros países, por ejemplo, Corea del Sur.
- Realizar encuentros productivos e intercambio de conocimientos, donde los principales productores por escala, puedan referir algunos aspectos que han impactado positivamente su gestión, a fin de replicar algunas estrategias para productores con menor escala productiva.

Debilidades

- Bajo acceso al financiamiento.
- Altos costos de la tecnología de punta.
- Falta preparación en la innovación de diseños.
- Bajos controles de calidad de los productos.
- Poca capacitación general del personal disponible.
- Baja inversión en publicidad y mercadeo.
- Vendedores no especializados.
- Ausencia de promociones diferenciadoras en los distintos productos.
- Estacionalidad de las ventas

Amenazas

- Empresas grandes que pueden desarrollar estrategias expansivas de su producción, mejorando su relación beneficio - costo, y que pudiera afectar o desaparecer productores pequeños o artesanales.
- Ante la ausencia de medidas gubernamentales protectoras de la producción nacional, se puede afectar la producción en Tungurahua, con importación de productos asiáticos con precios que no pueden competir los actores locales.
- Desarrollo de nuevos gustos y tendencias en el consumo, que no puedan ser satisfechas con la producción nacional.
- Surgimiento de nueva tecnología en los mercados internacionales, que sea poco accesible para los productores ecuatorianos, y exista un desfase en la calidad y tendencia de la oferta.
- Empresas transnacionales que se instalen en Ecuador.

- Nuevos canales de distribución que sean solo accesibles a los grandes productores, afectando la producción artesanal.
- Nuevas etapas de la pandemia, que contraigan la demanda agregada, y que impacte en la oferta y los precios de los productos, dejando fuera de mercado a algunos productores.

De los factores antes expuestos, corresponde en función de las necesidades individuales y colectivas desarrollar estrategias defensivas que permitan acentuar las fortalezas existentes en el núcleo productivo de Ambato, así como la minimización de aquellos aspectos que puedan amenazar la producción del cantón en el camino a la creación de mercados especializados y altamente competitivos.

Por otra parte, se debe desplegar una estrategia a la ofensiva, la cual permita mejorar las condiciones productivas actuales, y permita la modernización en cuanto a las técnicas, la tecnología y tendencias de los mercados internacionales, a fin de actualizar la oferta del calzado en términos de calidad y diseños.

Asimismo, reconociendo las complejidades actuales por la crisis sanitaria a nivel global, es necesarios que el gremio del calzado en Tungurahua, reconozcan la susceptibilidad de tener afectaciones económicas por la caída de la demanda, por lo que se amerita estrategias que acorten la distancia entre los productores y consumidores, para evitar interrupciones en el suministro y flujo de caja permanente de esta actividad económica.

En este punto es importante el reconocimiento de las dinámicas actuales en los mercados, para reconducir de forma oportuna algunas estrategias que den respuesta a las nuevas variantes de las dinámicas involucradas en la producción y comercialización del calzado, y no perder vigencia en la oferta de estos productos al mercado ecuatoriano e internacional

Aplicación del Índice de Lerner a las fábricas de calzado en Ambato

A continuación, se presenta en la tabla 10. los costos y precio promedio de las fábricas de calzado, lo que permitirá utilizar para el cálculo del Índice de Lerner y con ello medir el poder de mercado de las empresas.

Tabla 10. Costo marginal y precio promedio de las fábricas de calzado entre 2016-2020

Año	Costo Marginal Promedio	Precio Promedio
2016	\$14	\$21
2017	\$14	\$21
2018	\$13	\$21
2019	\$14	\$21
2020	\$14	\$20

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Dayana Gancino

Las empresas de calzado presentan un costo marginal que no varía durante los años 2016 al 2020, lo que supone que los fabricantes de calzado se caracterizan por el hecho de no aumentar sus costos frente a los múltiples factores que intervienen dentro de su estructura de costos como la materia prima o mano de obra.

Los conocimientos y experiencias de los productores de este sector, son importantes al momento de afrontar el cambio en sus costos para no afectar el producto final, ya que como se puede observar el precio promedio al que se vende es estable, y por otro lado si los productores deciden subir sus precios se verán afectados por el calzado importando, debido a los precios bajos que los mismos ofrecen. A pesar de que el calzado Ambateño es de alta calidad y para su fabricación utilizan materiales duraderos y cómodos de acuerdo a las necesidades del cliente, por ello, con el fin de mejorar el proceso de fabricación se capacitan dentro de los distintos procesos que con lleva la elaboración del calzado generando un mejor resultado.

Para efectos de la determinación de la capacidad real de las empresas, se determinó el índice de Lerner a partir de las empresas que registran sus estados financieros en la Superintendencia de Compañías, el cual permite evidenciar cuales son las fortalezas de las empresas que tienen mayor poder de influir con sus precios más allá de sus costos marginales. Los resultados permitieron conocer la influencia que tiene la competencia de la producción y venta de calzado en Ambato, en la fijación de precios de acuerdo a su cercanía a 1 o su cercanía a 0 como muestra de sus costos marginales.

Tabla 11. Índice de Lerner sector calzado Ambato

Año	Promedio Índice de Lerner
2016	0,30
2017	0,29
2018	0,33
2019	0,32
2020	0,32

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Dayana Gancino

Los resultados evidencian que durante el periodo 2016 – 2020, las empresas que conforman la competencia han tenido en promedio un índice de Lerner de 0,31, lo cual refiere que ninguna empresa por sí sola tiene capacidad de influencia en el precio más allá de su correspondencia con la cuota de mercado. Esto puede hacer suponer que la empresa líder del mercado, ha tomado una estrategia de precio y volumen de producción con beneficios conservadores en sus actividades operativas.

La situación antes comentada, radica en la diferencia de los competidores y sus capacidades productivas, y que no permite una acción asociada de todos los actores, ni en caso de acciones independientes, pues la política de precios de cada uno se ha mantenido estable a lo largo del periodo.

Las cinco fuerzas de Porter en la Industria Manufacturera del calzado

El análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter, permite estudiar el entorno en el que desempeña sus operaciones una empresa, y el mismo sirve como herramienta para identificar principales factores que influyen dentro del sector, mercado o industria, además, permite observar la posición que ocupa dentro del mercado, las tendencias sobre la oferta y demanda de los productos, y los parámetros que pueden condicionar determinados escenarios que afectan la competitividad de la unidad productiva.

Para conocer el comportamiento del sector de calzado el Ambato, a continuación, se desarrolla un análisis de las cinco fuerzas de Porter, cuya comprensión a partir de los expresado por el mismo autor, Porter (2008), “revela los orígenes de la rentabilidad actual de un sector y brinda

un marco para anticiparse a la competencia e influir en ella (y en la rentabilidad) en el largo plazo” (p. 2).

Tabla 12. Matriz de Porter en la fabricación de calzado – Barreras de entrada

Barreras de Entrada	Escala inferior	Nada	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	Escala Superior	Calificación	Promedio de calificación
Economías de escala	Poco				X		Mucho	4	4
Diferenciación de producto	Poco				X		Alto	4	
Identificación de marcas	Bajo					X	Alto	5	
Requerimiento de capital	Bajo			X			Alto	3	
Experiencia	Sin Importancia				X		Importante	4	

Fuente: Porter (2008)

Elaborado por: Dayana Gancino

Como se observa en la tabla 12 Porter (2008), identificó distintas barreras de entrada que pueden usarse para crear dentro de la industria una ventaja competitiva. Con respecto a las economías de escala a medida que las empresas sean capaces de incrementar el volumen de sus ventas, se reducirán los costos, permitiendo ofrecer al mercado precios competitivos. En el caso del sector del calzado en Ambato, se determina esta barrera de entrada como de impacto alto, pues existen empresas líderes en el mercado que pueden condicionar las capacidades competitivas de algún nuevo actor, y limitar su producción y rentabilidad. Sin embargo, esto no es un límite para nuevos competidores con recursos financieros mayores que pudieran sortear esta barrera y acceder al mercado impulsando nuevas dinámicas en el sector.

La diferenciación de producto en el sector calzado viene marcada por la tecnología empleada para la producción, así como los niveles de especialización en los procesos productivos, mano de obra e investigación y desarrollo que pueden incidir en el volumen de producción y la calidad de los productos de cada empresa. Dado que la mayoría de empresas estudiadas en Ambato son artesanales, esto implica una oportunidad de impacto alto.

Para la identificación de marcas son pocas las empresas que tienen capacidad para fijar marcas y posicionarse en el mercado actualmente, por lo que representa una oportunidad de muy alto impacto.

El requerimiento de capital es necesario para emprender este negocio y se estima un requerimiento de capital alto, si se apunta a la constitución de una empresa industrializada debido al costo de la infraestructura física y operativa, compra de materias primas e insumos, campañas publicitarias, medios de promoción, entre otros. Lo cual se aprecia como una amenaza de impacto medio.

La experiencia dentro del sector y del personal contratado, debe cumplir con experiencia y formación en la producción de calzados de calidad, para que pueda satisfacer las necesidades y demanda de los clientes a fin de no incidir en pérdidas. Por lo cual se puede decir que representa una oportunidad de impacto alto.

Tabla 13. Barreras de salida

Barreras de Salida	Escala inferior	Nada	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	Escala Superior	Calificación	Promedio de calificación
Especialización de activos	Bajo		X				Alto	2	2.5
Costo de salida	Bajo			X			Alto	3	

Fuente: Porter (2008)

Elaborado por: Dayana Gancino

Dentro de las barreras de salida la especialización de activos para la producción de calzado en Ambato, no representa un inconveniente debido a que los equipos e implementos se pueden vender a otros fabricantes de similar escala productiva al momento en que se decida liquidar el negocio, pudiendo con esto recuperar parte de la inversión inicial a un valor residual por la depreciación acumulada, y no será problema al mismo tiempo, motivado a que la necesidad del calzado siempre estará presente en la sociedad, significando una oportunidad de impacto bajo. Y con respecto a los costos de salida se considera como el costo más significativo, dado que implica cumplir con todos los pagos correspondientes a las indemnizaciones que correspondan a los trabajadores, así como las obligaciones correspondientes con terceros que se hayan

generado en la ocasión de un contrato u obligaciones fiscales. Lo que se aprecia como una amenaza de impacto medio.

Tabla 14. Rivalidad entre empresas competidoras

Rivalidad entre Competidores	Escala inferior	Nada	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	Escala Superior	Calificación	Promedio de calificación
Cantidad de competidores	Bajo			X			Alto	3	4.4
Crecimiento de la Industria	Bajo					X	Alto	5	
Características del producto	Bajo					X	Alto	5	
Capacidad de crecimiento	Bajo					X	Alto	5	
Diversidad de Competidores	Bajo				X		Alto	4	

Fuente: Porter (2008)

Elaborado por: Dayana Gancino

Como se puede observar en la tabla 14 la cantidad de competidores existentes representa un impacto alto, debido a que la principal competencia establecida en Ecuador son las empresas pequeñas y artesanales. Las pocas empresas con nivel de industrialización, tal como se observa en el presente estudio, aun cuando tienen mayor oportunidad de capitalizar cuotas de mercado, no tienen mayor incidencia en la determinación de precios.

El crecimiento de la industria en Tungurahua tiene una población estimada según el gobierno provincial (2021), de 590.600 habitantes, con tendencia de crecimiento permanente. Por lo que las personas siempre están buscando la mejor alternativa para la compra de calzado, asociado a las oportunidades presentes de incrementar las capacidades competitivas para incorporarse a los mercados internacionales con apoyo del gobierno nacional. Representando una oportunidad de muy alto impacto.

En cuanto a las características del producto los zapatos producidos en Tungurahua, tienen la capacidad de cumplir con las necesidades de sus usuarios, con ofertas que van desde el calzado típico de vestir con distintos diseños para todas las edades tanto en hombres como mujeres, así como calzados especializados para el uso industrial y agrícola. Lo que se puede deducir como una oportunidad de muy alto impacto.

Gracias a que se trata de un producto que de manera permanente es utilizado por la población en general y su uso es opcional sólo en términos de los gustos de cada persona, la capacidad de crecimiento de la fabricación de calzado se encuentra en constante crecimiento, ofreciendo diversas opciones de compras de acuerdo al requerimiento de cada persona, bien sea por moda o capacidad adquisitiva. Considerándose como una oportunidad de alto impacto.

En la diversidad de competidores se encuentran los líderes del mercado, que se caracterizan por tener un mayor nivel tecnificado de la producción, mejores procesos productivos, y aquellos productores de menor escala que tienen elementos artesanales y capacidades reducidas en sus procesos. Por lo que se puede decir que es una oportunidad de impacto alto.

Tabla 15. Poder de negociación de los proveedores

Capacidad de negociación Proveedores	Escala inferior	Nada	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	Escala Superior	Calificación	Promedio de calificación
Cantidad de proveedores	Bajo					X	Alto	5	3.25
Costo de migración de proveedores	Bajo		X				Alto	2	
Capacidad de convertirse en competencia	Bajo		X				Alto	2	
Contribución a la calidad del producto	Bajo				X		Alto	4	

Fuente: Porter (2008)

Elaborado por: Dayana Gancino

La mayor cantidad de proveedores de materia prima se concentran en Tungurahua, por lo que, las empresas en su mayoría se localizan en un lugar de fácil acceso para la adquisición de los recursos (Benítez & Martinez, 2019). Representando una oportunidad de muy alto impacto.

El costo de migración de los proveedores representa una amenaza de bajo impacto, debido a que se cuenta con distintas empresas proveedoras en la provincia que comercializa este tipo de productos.

La capacidad de convertirse en competencia hace referencia al proveedor de zapatos en general, suelen ser empresas dedicadas a la importación y distribución de éstos, por lo que su capacidad de convertirse en competencia representa una amenaza de bajo impacto.

La contribución a la calidad del producto requiere de inversión en los procesos productivos o agregar nueva tecnología. Para este caso siempre será una opción la reducción de costos para ofrecer mejores precios ante el surgimiento de nuevos estándares de calidad. Entonces este aspecto representa una oportunidad de alto impacto.

Tabla 16. Capacidad de negociación con los compradores

Capacidad de negociación Compradores	Escala inferior	Nada	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	Escala Superior	Calificación	Promedio de calificación
Número de clientes	Bajo					X	Alto	5	3.75
Productos sustitutos	Bajo				X		Alto	4	
Costo de migración de compradores	Bajo	X					Alto	1	
Influencia de la calidad	Bajo					X	Alto	5	

Fuente: Porter (2008)

Elaborado por: Dayana Gancino

El número de clientes hace referencia al crecimiento constante de personas con capacidad adquisitiva que requieren la compra de calzado. Según información de la Cámara de Industrias de Tungurahua, referenciando al INEC (2016), el consumo per cápita estimado de calzado es de 2,7 pares de zapatos por año, y que los precios observados van desde 10 a 70 dólares, por lo que se aprecia como una oportunidad de muy alto impacto.

Dentro de los productos sustitutos existen diversas alternativas en la oferta de calzado, en este sentido se puede decir que las tendencias a la utilización de productos sustitutos serán determinados por aquellos que ofrecen mejor relación precio – calidad, generando desplazamientos en el consumo por mejor precio. Lo que se puede deducir como impacto alto.

Para el costo de migración de los compradores debido a que en Tungurahua se concentra la producción de calzado del Ecuador, se puede decir que tiene impacto bajo, para el sector del calzado.

La influencia de la calidad del producto representa una oportunidad de alto impacto, que el cliente en momentos determinados pudiera intercambiar exigencias de calidad por exigencias de precio, por lo que estos parámetros pueden influir en su decisión de compra. Es de señalar que, así como se ha observado en la evidencia empírica el comportamiento de esta experiencia, según la situación económica se termina privilegiando precio sobre calidad.

Tabla 17. Resultado total de la industria del calzado

Análisis Industria	Escala inferior	Nada	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	Escala Superior	Calificación	Promedio de calificación
Barreras de Entrada	Bajo				X		Alto	4	3,3
Barreras de Salida	Bajo		X				Alto	2,5	
Rivalidad entre Competidores	Bajo				X		Alto	4,4	
Capacidad de negociación Compradores	Bajo			X			Alto	3,75	
Capacidad de negociación proveedores	Bajo			X			Alto	3,25	

Fuente: Porter (2008)

Elaborado por: Dayana Gancino

Analizando los resultados de las cinco fuerzas de Porter (tabla anterior), se puede determinar que la barrera de entrada tiene un promedio de 4 lo que indica que es relativamente alta, debido fundamentalmente a la diferenciación que tiene este sector económico en el mercado, el requerimiento de capital, la economía de escala y el posicionamiento de la marca, representando la experiencia necesaria un factor de medio impacto para el emprendimiento de un nuevo negocio.

Por otro lado, la rivalidad entre competidores es un elemento de alto impacto con un promedio de 4,4 lo que quiere decir que, dentro de las 5 fuerzas de Porter este es el un elemento determinante dentro del modelo. En términos generales, es la fuerza por la cual las empresas

actúan para fortalecer su posición en el mercado y así proteger su posición frente a competidores dentro del sector.

Analizando la capacidad de negociación de los compradores de la matriz de Porter del sector del calzado en Ambato, se puede apreciar que la misma representa un valor medio-alto, lo que indica que el número de clientes y la influencia de calidad son importantes en un sector altamente competitivo.

Mercado del Calzado

Rodríguez (2018), señala que la provincia de Tungurahua tiene como principal característica la manufactura de calzado de forma artesanal, la cual tuvo sus inicios en los años sesenta y en la década de los setenta comienza su proceso de automatización de algunos procesos, donde los pequeños talleres familiares pudieron convertirse en micro empresas artesanales del calzado, resaltando su calidad de producción, durabilidad y buena referencia de este tipo producto. Desde entonces se perfilaba la producción artesanal para la sustitución de importaciones, a partir de las Leyes de Fomento Industrial y Artesanal, con buen soporte productivo en Ambato, Baños, Cevallos y Quisapincha.

La historia de la producción artesanal de calzado en Ambato, se ha venido fortaleciendo a lo largo de su trayectoria en la región, motivado a las distintas ventajas que se han presentado por la ubicación geográfica y la cercanía con la producción del cuero, sin embargo, estos aspectos han sido insuficientes para poder consolidar una oferta atractiva en términos de precios y diseños.

En este sentido, en el estudio de Arcos (2015), pudo determinar en su estudio que uno de los problemas que enfrenta el sector artesanal del calzado y la industria en general, es la mala calidad de la materia prima, que en ocasiones deriva del incumplimiento de estándares internacionales de calidad. En las entrevistas aplicada por este investigador, se pudo determinar respuestas de productores que afirman lo siguiente:

- No existen fabricantes locales con capacidad de proveer insumos de buena calidad, que estén en sintonía con las últimas tendencias de colores, y que a su vez estos materiales sean específicos para la industria del calzado, y eviten la necesidad de recurrir a la

importación de materias primas e insumos para producir mejor calzado en términos de calidad y moda.

- Lo mismo ocurre de manera específica con las suelas, plataformas, tacos, correas, plantillas, entre otros, que no tienen un diseño atractivo para el consumidor y su calidad es cuestionable.

Sin embargo, para explicar el crecimiento que ha experimentado el sector del calzado en términos generales en Ambato, Arcos (2015) citando una publicación del diario El Universo, afirma que:

La Industria del Calzado crece pese a la Falta de Tecnificación, las barreras de entrada para el zapato importado son la principal razón para que el sector haya crecido desde el año 2009 en donde se impuso esta medida: el sector aumentó su tamaño debido a las necesidades de los consumidores que deben adquirir calzado (p. 11).

Lo anterior deja de manifiesto que las ventajas que pueden surgir en el sector del calzado, vienen marcadas por aquellas empresas que tienen capacidad de importar materias primas para tener una mejor presencia en los mercados, y a su vez diferenciarse de la oferta tradicional del calzado de Ambato, que tiene limitantes en su cadena de valor para innovar en términos de diseños y materiales utilizados.

Ventajas competitivas y comparativas del sector manufacturero en la fabricación de calzado en Ambato

Es de resaltar que las condiciones existentes en Tungurahua, son que las teóricamente brindan mejores condiciones para concentrar la mayor producción de calzado en Ecuador, pues su cercanía con los proveedores de materia prima, facilita establecer algunas ventajas competitivas.

Al tratar de determinar la ventaja competitiva en el sector calzado en el cantón Ambato, se puede observar a través de la presente investigación que la misma no refiere ningún actor que tenga dominio particular en el mercado a partir de una mejor estructura de costos que redunde en mayores beneficios o mejores situaciones para influenciar el mercado. Esto se evidenció en

los resultados obtenidos para el periodo 2016 – 2020, donde ninguna empresa por sí sola tiene capacidad de influenciar en el precio más allá de su correspondencia con la cuota de mercado.

La ventaja comparativa del sector del calzado en la provincia de Tungurahua según Aldás (2020), es que el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), ha puesto en desarrollo un proyecto para el fortalecimiento de la producción del calzado en la zona denominado “Parque Industrial Polo Productivo”, el cual contará con una superficie total de 14,7 has en Puerto Arturo al norte de la ciudad de Ambato y que prevé la combinación de la cadena de valor de manufactura y comercialización del calzado y su materia prima para producirlo. Dicho proyecto se estima ser financiado por la Corporación Financiera Nacional (CFN), y la cooperación técnica de Taiwán, para lo cual disponen de todos los estudios de factibilidad, ingeniería, arquitectura y financiero, para fortalecer el polo productivo del calzado ambateño.

Los resultados arrojados en los últimos 5 años, corresponde igualmente con lo referido por Fuentes (2020), quien citando a la presidenta del gremio Lilia Villavicencio, afirman que un aspecto que ha impactado negativamente al sector del calzado en Ambato, es la eliminación de la salvaguarda por parte del gobierno nacional, trayendo como consecuencia una saturación del mercado, producto de calzados provenientes de Brasil, Vietnam y China.

Esta situación, evidentemente junto a problemas estructurales no facilitan el apoyo a la industria del calzado, hace difícil el sostenimiento de esta actividad empresarial, quedando únicamente facultada para aquellas empresas que tienen mayores capacidades financieras y que pueden mantener sus operaciones con apalancamiento propio o de terceros en medio de situaciones adversas.

Bajo el mismo contexto la informalidad en este sector económico, dada la insatisfacción por la poca remuneración que ofrecen las unidades económicas formales, y por ello muchas personas encuentran en la economía alternativa e informal, el ahorro en trámites de constitución de empresas, aportes al seguro social y la materia impositiva en términos tributarios.

Aun cuando en la provincia de Tungurahua existen mecanismos que permiten la formación de talento humano para el sector económico del cuero y calzado, no es menos cierto que su desempeño en la práctica no es el esperado, pues el acceso a estos programas de formación no demuestra gran capacidad inclusiva en las personas interesadas.

Por último, los autores Erazo y Narváez (2020), señalan que la ausencia de la efectividad en la producción de cuero y calzado en la provincia de Tungurahua, se debe en parte a la insuficiente capacidad intelectual, poco aprovechamiento de los recursos ya escasos, insatisfacción de los trabajadores y en definitiva poca consolidación de cambio de la matriz productiva.

Esta situación diagnosticada por estos autores hace referencia que la misma sirve para fijar la dinámica existente en el mercado, pues su estructura hace difícil que las empresas actuales y en especial las más pequeñas puedan cambiar su influencia y participación en el mercado ante grandes y complejas situaciones que determinan su configuración actual.

Capítulo IV

Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Al finalizar este estudio se pudo evidenciar que, en la ciudad de Ambato, se desarrollan distintas actividades económicas propias de una región ecuatoriana privilegiada por su ubicación geográfica y alta disposición de sus pobladores para emprender actividades productivas a partir de los recursos disponibles. Asimismo, se pudo determinar que las actividades económicas que mayor desarrollo en el cantón Ambato durante el 2016 al 2020, es el sector textil – confección y cuero-calzado, siendo estos los principales motores de la actividad económica de la región.

El estudio de la concentración económica para determinados sectores de la economía nacional, viene a ser un análisis estratégico que permite conocer la conformación estructural del mercado, su oferta, su competencia y la importancia del valor agregado nacional para determinados productos que son de interés de la población y que ameritan el estímulo adecuado para la conformación de una economía útil y que es capaz de satisfacer las necesidades presentes y futuras.

Los índices de Herfindahl y Hirschman, Lerner y C4, son claros referentes sobre la conformación de la estructura del mercado y permiten determinar quiénes son los principales actores que influyen en el mercado, sus precios, y la conformación de una forma específica que pueda determinar a través de acciones colectivas o individuales, algunas ventajas o beneficios para los actores económicos involucrados. En este sentido, es pertinente resaltar que la competencia monopolística al igual que la competencia perfecta, tienen similitudes en cuanto a las libertades para las entradas y salidas del mercado con respecto al número de empresas. Por otro lado, la diferencia entre ambas competencias, tiene que ver con la oferta de los actores económicos hacia la población, pues no siempre es lo requerido por sus consumidores. Dentro del contexto del sector del calzado en Ambato, se observa gran cantidad de consumidores y proveedores, sin embargo, no existe mayor incidencia de alguno en particular en cuanto a la estructura del mercado y su comportamiento.

El estudio permitió conocer la alta concentración que existe dentro del cantón Ambato en el mercado de la producción y venta de calzado, motivado principalmente a la presencia de una empresa con mucha experiencia y tradición en este sector, y a la vez la presencia de muchas pequeñas y artesanales empresas que ofrecen sus productos al mercado. Asimismo, es de resaltar que, gracias a la competencia en los mercados se puede incentivar la eficiencia, la innovación productiva, la variedad de la oferta, y en consecuencia una oferta más atractiva para los consumidores.

En cuanto al índice de Lerner en el periodo de estudio, su promedio fue de 0,31, lo cual es indicativo que ninguna empresa por sí sola tiene capacidad de influenciar en el precio más allá de su cuota de mercado. Esto puede hacer suponer que la empresa líder del mercado, ha tomado una estrategia de precio y volumen de producción con beneficios conservadores en sus actividades operativas.

En términos competitivos, a pesar de la alta concentración determinada en su estructura la competitividad de empresas de este sector no demuestra grandes fuerzas que permitan influenciar la fijación de precios, visto que en general las empresas analizadas se encuentran más cerca de cubrir sus costos marginales que de la generación de beneficios extraordinarios, comparativamente entre estas.

Las empresas del sector calzado de Ambato, tienen gran ventaja competitiva pues se encuentra ubicada muy cercano a las empresas que proveen materia prima, permitiendo generar ventajas en sus costos por la ubicación estratégica que conforma su cadena de valor.

4.2 Recomendaciones

A partir de las conclusiones antes comentadas, lo ideal es que, del estudio y comprensión, se tomen medidas generales por parte de actores económicos y fiscales que permitan que los oferentes puedan conformar una competencia perfecta y beneficiar a la ciudadanía con precios atractivos y abastecimiento de los productos y servicios requeridos.

Aun cuando existen políticas que se encaminan al fortalecimiento de la producción de calzado en Ambato, es recomendable que se acompañen con acciones, en el soporte de financiamiento para los productos, el privilegio para la importancia de tecnología de punta en cuanto a incentivos fiscales, y la formación permanente en programas de intercambio y formación con países que han logrado grandes avances en el Know-How de la producción de calzado, tal como Corea del Sur o la India.

Los resultados del presente estudio, refieren algunas posiciones contrarias a las evidencias de otros estudios o a la teoría conocida, por lo que se recomienda para el caso de los generadores de políticas públicas o investigadores, profundizar en nuevos indicadores que permitan en función de las condiciones muy particulares de Tungurahua y Ecuador en general, que a través de metodologías alternativas se pueda contrastar lo aquí expuesto a los efectos de acercar aún más las presentes conclusiones y hallazgos a propuestas que tengan una afinidad más acorde con la identidad ecuatoriana y sus dinámicas muy propias.

Asimismo, y en la misma línea, se recomienda una investigación de carácter cualitativo a los efectos de acercar más los investigadores a la realidad a partir de la información que se desprende de las fuentes de información claves dentro de este sector, y generar categorías de análisis que permitan una mayor comprensión a partir de la propia realidad.

Bibliografía

- Benítez, M. K., & Martínez, J. P. (2019). NIVEL DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA EN LA PRODUCCIÓN DE CALZADO EN TUNGURAHUA, ECUADOR. *Revista Inclusiones - Revista de humanidades y ciencias sociales*.
- Blázquez, F., Dorta, J., & Verona, M. (2006). Factores del crecimiento empresarial: Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*.
- García, C. A., & García Almada, R. M. (s.f.). *Core Academy*. Obtenido de CONCENTRACIÓN DE LA ACTIVIDAD MANUFACTURERA EN CIUDADES Y ZONAS METROPOLITANAS DE LA FRONTERA NORTE DE MEXICO, 1999-2014: <https://core.ac.uk/download/pdf/132277455.pdf>
- Zamora Sánchez, R., & Coello Gómez, G. (2015). El valor agregado bruto (VAB) del comercio en la provincia de Tungurahua. *Revista de Coyuntura. Observatorio Económico y Social de Tungurahua (OBEST)*.
- Aldás, V. (2020). *Marco organizacional y la competitividad de las PYMES del sector calzado de la ciudad de Ambato*. Universidad Técnica de Ambato.
- Arcos, E. (2015). *Análisis de la competitividad y tecnificación de la industria del calzado en el Ecuador*. Universidad San Francisco de Quito.
- Arguello, A. (2019). Un análisis de las MIPYMES en Ecuador. *MARKETINGACTIVO*. Obtenido de <https://marketingactivo.com/un-analisis-de-las-mipymes-en-ecuador/2019/01/08/>
- Astudillo, M. (2012). *Fundamentos de Economía*. Instituto de Investigaciones Económicas: Probooks.
- Asuad, S., & Normand, E. (2007). *Centro de estudios de desarrollo regional y urbano sustentable*. Obtenido de Un ensayo teórico y metodológico sobre el proceso de concentración económica y espacial y su evidencia empírica en la Región Económica Megalopolitana 1976-2003 y sus antecedentes.: <http://economia.unam.mx/cedrus/publicaciones/tesis/tesis-doctorado.html>
- Ávila, A. (2019). *Medición de la concentración. Aplicaciones a la Economía Industrial y la Economía del Deporte*. Universidad de Málaga: Tesis Doctoral.
- Bain, J. (1951). *Relation of profit rate to industry concentration: American manufacturing, 1936-1940*. *Quarterly Journal of Economics*, 65, pp. 293-324.
- Bain, J. (1959). *Industrial Organization*. Nueva York, Wiley.
- Banco Central del Ecuador*. (2020). Obtenido de Cuentas Regionales : <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/CuentasCantoniales/Indicador.htm>
- Barranco, L., Sarmiento, F., Mora, P., & Marulanda, C. (2018). *Realidad socioeconómica del sector empresarial del calzado de la ciudad de Cúcuta*. *Convicciones*, 9 (1) (2018), 33-36. Enero/Junio 2018, ISSN 2389-7589 .
- BCE. (2014). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Cuentas Nacionales Regionales: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/293-cuentas-provinciales>

- BCE. (2015). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Cuentas Nacionales Regionales:
<https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/293-cuentas-provinciales>
- Camacho, A., & Ríos, H. (2011). COMPETENCIA INTRA-INDUSTRIA, AGLOMERACIONES REGIONALES Y CRECIMIENTO ECONÓMICO: CASO INDUSTRIA DE ALIMENTOS. *Revista Faculta ciencia y economía*, 55-71. Obtenido de COMPETENCIA INTRA-INDUSTRIA, AGLOMERACIONES REGIONALES Y CRECIMIENTO ECONÓMICO: CASO INDUSTRIA DE ALIMENTOS.
- Cámara de Industrias de Tungurahua. (2016). *Tungurahua abarca el 44% de producción en calzado ecuatoriano*.
<https://camaradeindustriasdetungurahua.wordpress.com/2016/03/07/tungurahua-abarca-el-44-de-produccion-en-calzado-ecuatoriano/>.
- Cantillo, M. (2020). *Introducción a la organización industrial*. Costa Rica.
- Capel, H. (2016). *Las ciencias sociales y el estudio del territorio*. Universidad de Barcelona. ISSN: 1138-9796.
- Cecere, A. (2017). *La competencia de las empresas en la Unión Europea y América Latina*. Universidad Autónoma de Madrid.
- Chavez, C., & Castillo, M. (2020). *Repositorio UNAM - Instituto de investigaciones económicas*. Obtenido de Concentración de la actividad económica y su impacto en la desigualdad del estado de Oaxaca: <http://ru.iiec.unam.mx/5171/>
- Daza, J. (2018). *Concepto de región*. Corporación Universitaria UNIMINUTO.
- Del Prete, S. (2016). *Análisis del mercado de la salud desde la Teoría de la Organización Industrial*. Universidad ISALUD.
- Erazo, J., & Narváez, C. (2020). *La gestión del capital intelectual y su impacto en la efectividad organizacional de la industria de cuero y calzado en la Provincia de Tungurahua - Ecuador*. *Revista Espacios*. Vol. 41 (21) 2020. Art. 20.
- Espejo, C. (2003). Anotaciones en torno al concepto región. *NIMBUS*, 67-87.
- Feldman, G. (2019). *La industria del calzado en Argentina: su análisis como modelo de negocio sustentable*. *Revista Argentina de Investigación en Negocios* Vol. 5 N°1 (Junio 2019 - Noviembre 2019) / ISSN 2422-7609 - eISSN 2422-5282.
- Fonseca, G. A. (febrero de 2020). *Repositorio Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de ¿ES UNA CENTRAL MAYORISTA DE ALIMENTOS UN EJEMPLO DE MERCADO DE AGENTES PRECIO-ACEPTANTES?, una aplicación del índice de Lerner al caso Corabastos:
<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/78443/80039745.2020.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- García, E., & Sierra, M. (2020). *Factores determinantes de la baja productividad laboral percibidos por un grupo de trabajadores del área comercial de una organización del sector de hidrocarburos de la ciudad de Medellín*. Colombia: Universidad EAFIT.
- García, G., & Prada, E. (2016). CONCENTRACIÓN O DIVERSIFICACIÓN EXPORTADORA POR DESTINOS: UN ANALISIS A TRAVES DEL INDICE HERFINDAHL HIRSCHMANN EN SANTANDER COLOMBIA. *Saber, Ciencia y Libertad*, 119-128.

- Gobierno Provincial Tungurahua. (2021). *Asamblea Provincial Tungurahua. Agenda Tungurahua 2019-2021.*
- Gomero Gonzales, N. A. (2015). CONCENTRACIÓN DE LAS MYPES Y SU IMPACTO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO. *Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 29-39.
- Gómez, M., & López, A. (Junio de 2018). Factibilidad instrumental de la conformación de las redes productivas de las PYME. Caso Tungurahua. *Revista internacional de administración*(3), 127-150.
- González, D., & Fernández, V. (2018). *Impacto en la industria manufacturera de Colombia por las importaciones provenientes de Panamá en los últimos cinco años.* Fundación Universitaria empresarial de la Cámara de comercio de Bogotá.
- Gracia, M. (2017). *Teoría industrial: un vínculo con el clúster del calzado.* Universidad Autónoma de Puebla, México / issn: 1870-6916 / Nueva Época, año 11, núm. 42, abril-septiembre 2017, pp. 116-135.
- Guamán, A. (2017). *La importancia de la tecnología en las empresas productoras de calzado de Tungurahua y las oportunidades de inversión.* Universidad Técnica de Ambato.
- INEC. (2010). *Fascículo Provincial Tungurahua.* Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>
- INEC. (21 de octubre de 2014). *INEC y Senplades.* Recuperado el 2020, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-y-senplades-presentan-nueva-clasificacion-para-la-poblacion-con-empleo/>
- INEC. (2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.* Obtenido de Encuesta de Manufactura y Minería: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/manufactura-y-mineria/>
- INEC. (2021). *Visualizador de Estadísticas Empresariales 2020.* Obtenido de <https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec./viz/VisualizadordeEstadsticasEmpresariales2020/Dportada>
- Jiménez, Y., & Suárez, M. (2014). *Investigación de campo como estrategia metodológica para la resolución de problemas.* Universidad José Gregorio Hernández.
- Lara, E. (2016). *Calidad y decisiones estratégicas en mercados de duopolios.* Universidad de Negocios de Chile.
- Lescano, C. (2015). *La diversificación productiva en Tungurahua, el estudio del sector cuero y calzado: una búsqueda histórica de los factores detonantes de este proceso y sus enseñanzas para una estrategia de desarrollo local más allá de lo agrícola.* Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales: Sede Ecuador.
- Líderes. (s.f.). *Revista Líderes.* Obtenido de La producción de calzado pisa fuerte en el país.: <https://www.revistalideres.ec/lideres/produccion-calzado-pisa-fuerte-pais.html>
- Linares, R., Olórtegui, P., & Torres, J. (2016). *Planeamiento Estratégico de la Industria del Calzado.* Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Loría, E., & Parkin, M. (2015). *Microeconomía : versión para Latinoamérica.* Pearson Educación.

- Macías, E., & Samaniego, J. (2017). *Desarrollo de una propuesta de estrategia digital para la formación de un cluster de de Pymes del sector calzado ecuatoriano en la ciudad de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil.
- Mancheno, M., & Villalba, R. (2016). *Habilidades directivas y el desarrollo empresarial en la industria de calzado a través de la modelización*. Universidad Técnica de Ambato.
- Martínez, C., & Merino, F. (2017). *La estrategia de retorno de la industria española: El caso del sector calzado en Alicante, su importancia y determinantes*. Estudios de Economía Aplicada. Vol. 35 - 3 2017 Págs. 777 – 800.
- Meyer-Stamer, J. (2004). *The Hexagon of Local Economic Development*. Mesopartner.
- Miranda, J. (2017). *Expansión, crisis y reconversión en la industria del calzado del Sur de Europa. Un análisis comparativo*. Universidad de Alicante.
- Miranda, J., & Toirac, L. (2010). INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD PARA LA INDUSTRIA DOMINICANA. *Ciencia y sociedad*, 235-290.
- Morales, A., Rendón, A., & Guillén, I. (2019). *Innovaciones en el entorno tecnológico actual. Industria del calzado en México y el mundo*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Morales, L., & Lema, E. (2017). *El oligopolio del sector curtiembre CIU: C151101 y la rentabilidad de las empresas en el Ecuador*. Universidad Técnica de Ambato.
- Naranjo, F., & Chacoón, C. (2019). *Plan de Gobierno. Ambato*. Ambato: Prefectura Provincial de Tungurahua.
- Nelly, Z. (7 de Febrero de 2017). *Tipos de investigación*. Recuperado el 20 de Febrero de 2021, de <https://nvega2015.wordpress.com/2017/02/07/investigacion-descriptiva-documental-y-experimental/>
- Neri, A., & Trejo, I. (2009). *Mercados*. Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás.
- ONUDI. (2006). *Programa Integrado para el Mejoramiento Sustentable de la Competitividad Industrial*. Grupo de evaluación.
- OTI. (2020c). *Panorama Laboral 2019: América Latina y el Caribe*. OTI.
- Peña, A. (2015). FACTORES DE ÉXITO EN LAS AGLOMERACIONES DE CALZADO. *Dimensión empresarial*, 255-273.
- Pineda, M., & Mendoza, C. (2018). *Análisis y caracterización de la industria del calzado de cuero en el clúster de cuero y marroquinería en el barrio el Restrepo*. Fundación universitaria empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá.
- Pomareda, J. (2016). *Análisis jurídico-económico de la finalidad de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas (Decreto Legislativo 1034). 2008-2015*. Universidad Nacional San Agustín de Arequipa.
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. The FreePress.
- Porter, M. (1991). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. Argentina: Vergara.

- Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan a la estrategia. *Harvard Business Review*, Recuperado de https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf.
- Posner, H. (2011). *Marketing de moda*. Gustavo Gili.
- Reche, F. (2019). *¿Un cluster industrial en américa latina? la industria mexicana*. Revista Observatorio de la Economía.
- Redacción. (01 de Julio de 2018). Textiles, cuero y alimentos, los pilares de la economía en Tungurahua. *La hora*.
- Ricardo, D. (1817). *Principios de Economía Política y Tributación*. Grandes pensadores Madrid, 1985.
- Ricardo, D. (1973). *Principios de economía política y tributación*. PCE. México.
- Rodríguez, A. (2015). *Dinámicas sectoriales y desarrollo territorial en economías locales interiores. El caso de Rivera en Uruguay*. Economía, sociedad y territorio. Versión On-line ISSN 2448-6183. Versión impresa ISSN 1405-8421.
- Rodríguez, C. (2018). *Proyecto de Producción de Calzado y su Influencia en los Ingresos de los Micro Productores de la Parroquia Quisapincha*. Universidad Central del Ecuador.
- Romero Chávez, M. E. (2018). *La supervivencia de las PYMES del sector manufacturero ecuatoriano (2010-2016)*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/15472>
- Romero, N., Rodriguez, M., Quiel, M., & Dangond, J. (2019). Indices de Concentración. *Laurete International Universities*.
- Ruiz, A. (2018). *Análisis de la Cadena Productiva del Sector Industrial de Cuero y sus efectos en la producción de Calzado en la Provincia de Tungurahua*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Sáenz, J. E., Páez, P. N., & Sánchez, G. (2014). Concentración de la industria manufacturera en Colombia, 2001-2010: una aproximación a partir del índice de Herfindahl-Hirschman. *Díálogos de saberes: investigaciones y ciencias sociales*, 115-138.
- Salas, J., Llerena, V., & Mayorga, V. (7 de Julio de 2018). Análisis de las cámaras las pequeñas industrias entre las provincias de Pichincha y Tungurahua. *Polo del Conocimiento*, 3(7), 227-237.
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2010). *Microeconomía con aplicaciones el Latoniamérica*. México: McGraw Hill.
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2002). *Economía*. McGraw-Hill. Decimoséptima Edición.
- Sánchez, J., Quevedo, B., & Sucujayo, L. (2018). *El efecto de la importación de calzados en la economía boliviana del 2006 al 2017*. Universidad Mayor de San Andrés.
- Sandro. (07 de marzo de 2016). *Cámara de Industrias de Tungurahua*. Obtenido de Tungurahua abarca el 44% de producción en calzado ecuatoriano.
- Sastre, M. (2009). *Dirección de Empresas y Marketing*. Madrid: Ecobook.
- Scherer, F. (1980). *Industrial market structure and economics performance*. Houghton Mifflin Co., Boston.

- Sobrino, J. (2003). Rurbanización y localización de las actividades económicas en la región centro del país, 1980-1998. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 99-127.
- Solís, E. (2018). *Planeación y Control de la Producción con estrategia de manufactura Pull, en Industrias diversas de la Empresa Plasticaucho Industrial S.A.* Universidad Técnica de Ambato.
- Solis, K., & Martinez, V. M. (2017). Aplicación del Índice Herfindahl-Hirschman a la acuicultura mundial. *REALIDAD ECONÓMICA*.
- Tello, M. (2006). *Las teorías del desarrollo económico local y la teoría y práctica del proceso de descentralización en los países en desarrollo*. Documento de trabajo 247 Consorcio de Investigaciones Económicas y Sociales (CIES).
- Thompson, I. (s.f.). *FÁBRICAS DE ZAPATOS EN ECUADOR*. Obtenido de Directoriodefabricas.com: <https://www.directoriodefabricas.com/ecuador/fabricantes-de-zapatos-en-ecuador.html>
- Tirole, J. (1990). *La teoría de la Organización Industrial*. Barcelona: Editorial Ariel S.A.
- Valle, L. (2012). Apuntes para pensar el territorio desde una dimensión social. *Ciências Sociais Unisinos*, 12-18.
- Varian, H. R. (2016). *Microeconomía intermedia: Un enfoque actual*. Alfaomega Colombiana S.A.
- Vasquez, M. (2018). *Motivación intrínseca y productividad laboral*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Vera, M. (2019). *Análisis del impacto del tlc Estados Unidos - Colombia en el sector de cuero, calzado y marroquinería desde el 2012 hasta 2018*. Universidad Piloto de Colombia.
- Villacres, R. (2017). *Gestión del emprendimiento y su impacto en la competitividad de las Mipymes manufactureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador*. Lima: Universidad Nacional Mayor San Marcos.
- Weber, A. (1929). *Theory of the location of industries*. The university of Chicago press.